



- **НОВИНИ НДО**
Календарні заходи ЦРП та делегація ООН в Україні
ТРИ регіональні проекти 5-ї традиційної студентської турні
"МОЛОДА економіка": вимоги на Фінансову групу
СЕМІНАР з афоризмів у Зам'янці ЗА рівні права і можливості
- **АКТУАЛЬНА тема**
МІЛ зустрілися на сьомому мІБІ
- **ОБМІНОВОСНОВ** доводом **МІЖНАРОДНИЙ** день невідомі: спеціалізація для розвитку "ВІДКРИТІ двері" заохочує відкрити до отримання **ІНФОРМАЦІЙНО-методична** мережа для на Дипломатичний
- **РОЗМОВА** з мейнотом **НАЦІОНАЛЬНА** компанія колекції, котрим успішно мейнотства
- **КОМЕНТАР** **ДІВНИЙ** Чи легко бути тренером
- **СОЦІАЛЬНІ дослідження** **СОЦІАЛЬНІ** масові інформаційно забезпеченні: **КІСЬ? ЧИМ? В якій властості? ХІЛ?**
- **НАШЕ дослідження** **РОЗБУДИТИ** силу об'єднання
- **БІБЛІОТЕКА** для НДО
- **КОНКУРС**

РОЗБУДИТИ силу об'єднання



В історичному матеріалі час не біжить, він летить, він проноситься ліній час і здійснює світла. Круїлі слова, коді, зрозумілий – все це не мовля, а мовчання не біжить, що в тому колові зберігається. Дні скіли ідики не біжить, він біжить-біжить, заповнює очі біжачи, який уривки з такої інформації, що проноситься згодом, стає біжачи, який і заповнює у серці. Серед людей, які заповнює за жовте – проект Інституту соціокультурного менеджменту (ТСКМ) – *ДІВНИЙ журналіст*

(Подорожувати на стор. 17)

Вибірні дані фінансово інформації за підтримки фонду Світового банку, Національна Комісія з ЦРП і Міжнародним Розвитком (USAID)



Дані використані у вибраних матеріалах журналу і журналістичних матеріалах з редакційної посади Фонду Світового банку – USAID на редакційні матеріали

ЦІЛІ тисячоліття ООН в Україні

Семінар під такою назвою пройшов у Кіровоградському СПІ "Педагогічна академія" за участі понад тридцяти лідерів різних молодіжних громадських організацій та державних структур. Регіональним партнером проведення семінару було представництво молодіжного Європарламенту в Україні, яке очолює Ольга Пугачевська. Головною місією своєї діяльності ця громадська фундація вбачає прискорення європейської інтеграції України та залучення юнацтва до участі у вирішенні важливих для громади проблем.

За словами Дениса Кудіна, віце-президента цієї міжнародної молодіжної організації, цілі тисячоліття ООН - це вирішення таких найважливіших суспільних проблем, як крайня бідність та голод, здобуття якісної освіти, тендерна рівність, висока дитяча смертність, епідемія ВІЛ/СНІД, охорона довкілля. У ході семінару юні кіровоградці працювали у трьох тематичних групах за вищезазначеними напрямками. Метою роботи кожної групи було сформулювати стратегію спільної діяльності різних молодіжних організацій задля вирішення цих проблем у Кіровограді. Серед учасників семінару активісти Української Студентської Спільноти, Студентського клубу КІРУЕ та Студентської Ради Педагогічної академії, а також фахівці міського центру соціальних служб для молоді. Розроблені юнацтвом проекти, спрямовані на поліпшення ситуації в області, вони втілюватимуться молодіжними організаціями протягом наступного року. Якими будуть наслідки їх роботи - жителі Кіровоградщини зможуть незабаром оцінити самі.

ТРИ регіональні проекти

Написали під керівництвом фахівців громадської організації «Фундація прав людини» лідери громадських організацій із Миколаєва, Черкаса, Кіровограда, Світловодська та Знамянки протягом Зимової школи-тренінгу «Моніторинг прав людини».

Школа проходила у Кіровограді на базі давніх партнерів Фундації - обласного Центру дитячо-юнацької творчості, а метою проекту, за словами виконавчого директора ФПЛ Євгена Фоміна, було підвищення фахового рівня лідерів молодіжних громадських організацій у питаннях громадського право захисту та моніторингу прав людини. Ця програма реалізовуватиметься протягом шести місяців. Наразі проекти, які написали лідери Миколаївської Ліги молоді, Черкаської організації "Людина та конфлікт" і спільний проект декількох громадських організацій Кіровоградщини втілюватимуться на кошти, які надаватиме Бюро зі співробітництва Швейцарії. Результати ж реалізації проектів будуть представлені та обговорені на підсумковому семінарі, що відбудеться у квітні 2004 року у Кіровограді.

5-й традиційний студентський турнір



3 гри "Брейн-Ринг" серед команд Вузів нашого міста провели відділ сім'ї та молоді міськвиконкому і Кіровоградська обласна Ліга інтелектуального розвитку. Цікавою особливістю гри було те, що цього разу в одному турнірі грали команди і вузів 1-2 рівнів акредитації, і вищих навчальних закладів 3-4 рівнів акредитації. Загалом до участі у п'ятому студентському чемпіонаті подали заявки одинадцять команд вищих навчальних закладів міста: „Masters", капітан - Андрій Михайлюк (Кіровоградський державний педагогічний університет) "Маздай-НКХ", капітан - Андрій Флоренко (Кіровоградський державний технічний університет), команда "Бригада", капітан - Роман Кравченко (Кіровоградський інститут комерції), команда "КІРУЕ", капітан - Ярослав Безменов (Кіровоградський інститут регіонального управління та економіки). Власне ці чотири команди і посіли перше-четверте місця у турнірі. Також у змаганнях взяли участь команди Державної Льотної Академії, медичного коледжу ім. Є.І. Мухіна, технікуму КДТУ та комерційного технікуму, будівельного технікуму та технікуму статистики. Гра

НДО-Інформ

№12 (24) грудень, 2003

була досить напруженою, але цікавою і для глядачів, і для учасників. Наприкінці чемпіонату, після поздоровлень та привітань переможців на студентство чекала святкова дискотека, організована відділом сім'ї та молоді міськвиконкому.

"МОЛОДА економіка": вихід на фінішну пряму

На Кіровоградщині підведено підсумки регіонального етапу Всеукраїнського конкурсу "Молода економіка" - цікавого змагання для школярів та студентської молоді, а також молодих спеціалістів у галузях викладання, економіки, журналістики та права.

Цього року партнером і головним організатором конкурсу у Кіровоградській області виступила молодіжна організація "Українська Студентська Спілка", голова якої, Світлана Гаращенко, запросила до журі компетентних фахівців Державного фонду цінних паперів, кандидатів економічних наук, спеціалістів головного управління економіки та працівників комерційних банківських установ.

Саме журі і визначило переможців у трьох номінаціях: Каріну Волохову, ученицю Української гімназії, Максима Дмитренка із Олександрії та Андрія Калініна, студента Кіровоградського інституту комерції. Всі вони отримали дипломи та подарунки і нині на них чекає участь у фінальному етапі конкурсу - захист своїх робіт у Києво-Могилянській Академії. Саме там традиційно проводить фінал конкурсу "Молода економіка" Інститут реформ - організатор цього Всеукраїнського творчого турніру розумників

СЕМІНАР з айкідо у Знам'янці

13 грудня у Знам'янці пройшов семінар з Айкідо. Його провів В'ячеслав Шохін, головний тренер Кіровоградської обласної асоціації Айкідо Айкікай України, голова Знам'янської міської організації Айкідо, яка з початку навчального року працює на базі Знам'янського центру виховання молоді "Чайка". Присвячено семінар до 120-річчя з дня народження засновника стилю Моріхея Уесіби (14

НОВИНИ НДО Кіровоградщини

з Олександрії та Звенигородки. Семінар включав показові виступи, атестацію на різні рівні майстерності. Дві години напруженої праці, а для глядачів - захоплюючого видовища, пролетіли швидко. Ми поцікавились у В.Шохіна, як він оцінює результати атестації.

- До атестації були готові всі, сказав тренер. - Звичайно, є певні особливості в кожного. Технічні, в динаміці виконання вправ. Це - їх характери, їх особистості. Але прогрес є в кожного, і прогрес дуже добрий. Три місяці - це і мало, і багато. Зовні, по рухам іноді навіть важко сказати, що людина значно продвинулась. Але по внутрішньому змісту зміни йдуть дуже великі. Ці три місяці безумовно не пройшли марно

ЗА рівні права і можливості

Не так часто проводяться тренінги для людей з особливими потребами. Це пов'язано із проблемами пересування та навчання цих людей. А тому проект, спрямований на підвищення фахового рівня лідерів молодіжних громадських організацій, що працюють з інвалідами у Хмельницькому, Кіровограді, Черкасах та Вінниці, «Фундація прав людини» подавала у Посольство Канади не сумніваючись, що він буде підтриманий. Це корисна справа, адже сьогодні кожен 10-ий житель Землі страждає від тих чи інших функціональних обмежень. На Україні таких людей понад 2 мільйони.

Повертаючись до тренінгу, варто зазначити, що серед його учасників у Кіровограді були представники таких організацій, як „Добрада“, „Ровесник“, „Єдність“, Інститут соціальної адаптації, Українське товариство глухих та Українське товариство сліпих, організація „Мрія“, „У ритмі життя“ та ТІМО відкриті двері“. Одним із лекторів семінару був практикант ГО „Любомира“ (м. Київ), канадський студент Андре Сільва, котрий оповів присутнім про тамтешній досвід вирішення проблем захисту прав інвалідів. Що ж до проблем, котрі є актуальними для молодих людей з особливими потребами Кіровоградщини, то це право на освіту, професійну реалізацію, вільне пересування по місту. А наприкінці хочу зазначити, що у більшості випадків Держкомстатистики не виділяє молодих інвалідів в окрему групу. А отже і конкретну ситуацію у сфері забезпечення прав цієї категорії людей з особливими потребами

МИ зустрілись на сьомому небі

Не хвилюйтесь, нам нічого не наснилося. Ми дійсно зустрічались на Сьомому небі. І йдеться зараз не про емоції хоча й вони вирували з усієї сили, а про місце в Алушті, де мали щастя зібратися представники ЗМІ та НДО одразу з трьох областей Миколаївської, Дніпропетровської та нашої рідної Кіровоградської. Цього разу привід для зустрічі був не менш серйозним, але трохи сумний. Проект Інституту Соціокультурного менеджменту, який рік працював у Кіровоградській області за підтримки Фонду Євразія за рахунок коштів НАТО підходить до свого логічного завершення відтак на семінарі, із вже розширеним "братніми" організаціями журналістів складом, знову йшлося про "Інформаційне забезпечення вирішення соціальних проблем на місцевому рівні". А точніше, про те, чого організатори та учасники проекту за цей рік досягай, що від того змінилося та що потрібно зробити, аби зміни на краще в суспільстві йшли швидше та якісніше. Логічно, що мова на семінарі йшла про роль у цьому процесі працівників пера та їх тісну співпрацю з громадськими організаціями. Завданням номер один, для учасників семінару було поставлено аналіз труднощів, з якими стикалися журналісти та НДОшники під час дії проекту. Якщо ж спробувати класифікувати ці фактори, то виявиться, що головними перепонами на шляху висвітлення соціальних процесів були не завжди лояльні до НДО редакційні політики та зовсім не зрозуміла пасивність з боку деяких громадських організацій. Приємно те, що навчені під час першого алуштинського тренінгу журналісти, до групи пасивних спостерігачів вже не відносилися. Навпаки, на семінарі неодноразово лунала думка про те, що зібраний ІСКМ та ЦПТІ журналістський колектив вже можна сміливо звати ініціативною групою, хіба що не зареєстрованої громадської організації. Свою активну громадську позицію наші кіровоградські колеги демонстрували не лише на семінарі, де завзято відстоювали точку зору про позитивний вплив ЗМІ на громадську свідомість. Кожен з учасників проекту мав повне право заявити про свою участь у розбудові регіону хоча б тому,

що дійсно "захворів" питаннями громадянського суспільства. Краще за все про позитивні для НДО зміни в журналістському середовищі можуть розказати публікації. Як свідчить моніторинг місцевої преси - їх кількість за останній час значно зросла, рівно, і якість матеріалів. Але про це у нас ще буде нагода поговорити, підбиваючи підсумки регіонального конкурсу для журналістів (див. стор 17). А поки що повернемося до Алушти та того обурення, яке викликало у журналістів абсолютно безвинне запитання президента ІСКМ Лева Абрамова: "Чи потрібні регіону кіровоградські ЗМІ?" Дещо провокаційна тема примусила професіоналів вийти за межі своєї професії та поглянути на роботу очима звичайного читача. Можете повірити - ефект був надзвичайний. Забігаючи вперед скажу, що щось схоже в цей момент відбувалося і в об'єднаній групі з Дніпропетровська та Миколаєва. Там президент ЦПТІ Людмила Станкевич влаштувала "суд над НДО". Відтак, в учасників семінару від громадських організацій теж був серйозний привід для того, щоб оцінити свою роботу з точки зору стороннього спостерігача. На щастя, розбурханий адреналін, в обох групах вчасно спрямували в потрібне русло. Журналісти дійшли висновку, що для підсилення ефекту від своєї роботи потрібно мати декілька важливих факторів. Не останню роль, як виявилось, в роботі працівника ЗМІ має відігравати патріотизм, професіоналізм та можливість вільно висловлювати думки і творити. Надзвичайно важливою у цьому процесі учасники семінару з Кіровограда назвали таку складову, як матеріальна база та гідна оплата праці. Безперечно, що все це має відбуватися за умови дотримання законів про ЗМІ та зацікавленості суспільства у позитивних змінах. НДОшники ж в свою чергу, співпрацю із ЗМІ розглядають, як "спільну клумбу", де квіти рясніють лише тоді, коли йде дощ. При цьому, квіти символізують публікації, які з'являються після конкретної діяльності дощових хмар, тобто НДО. Аналогія не тільки дотепна, а й символічна. Всього ж за три дні напруженої роботи учасники семінару змогли конкретизувати шляхи активізації місцевих громад, детально розглянути та поставити на форумі сайту www.presscat.org.ua найактуальніші, на свій погляд, питання та намітити конкретні кроки, стосовно інформаційного об'єднання віддалених громадських організацій. Останній день зустрічі зі впав з останнім днем осені. Над Алуштою світило лагідне сонце і його тепло розливалось по душах учасників семінару. А все тому, що не було вже на ньому просто журналістів та просто НДОшників. Була одна команда професіоналів, здатних, і головне, маючих велике бажання допомагати своїм місцевим громадам у вирішенні будь-яких соціальних проблем.

Еліна Морoko

МІЖНАРОДНИЙ день інвалідів: спонукання до роздумів

Щоразу, коли в Україні відзначається Міжнародний день інвалідів, з'являється нагода трохи нагадати суспільству про їхні проблеми. І не так суспільству, як державо творцям - парламенту і уряду. Але будьмо відвертими до кінця - ті нагадування можна порівняти хіба що з... кільцями, які утворюються на воді, якщо в неї кинути камінець...

Не став винятком і 2003 рік, який було оголошено урядом Роком людей з обмеженими фізичними можливостями. Не секрет, що зараз багато створено підприємств, організацій інвалідів, покликаних дати шанси і можливості неповносправним громадянам реалізувати себе, винести на суд громадськості свої здібності, творчі нахили, зрештою - талант. Кожне таке підприємство, організація виживає сьогодні по-своєму: завдяки налагодженим контактам з представниками влади, бізнесу; дякуючи підтримці міжнародних фондів, зарубіжних бізнес-структур, міжнародних благодійних організацій чи завдяки уміло розробленому бізнес-проекту, під який отримали грант, тобто кошти. Непогано у плані матеріального почуваються, напевно, і ті організації, керівники яких досягли владно можливого Олімпу, приміром, є депутатами, головами комітетів чи директорами фондів.

А що казати про організацію "Довіра", створену рік тому матерями дітей що мають вади мови і повністю втратили слух?

Протягом року, звісно, дечого вдалось досягти: це допомога дітям у проведенні випускного вечора, організація та проведення безкоштовних комп'ютерних курсів з сурдоперекладачем, забезпечення нормальних умов для літнього оздоровлення дітей-інвалідів, допомога у працевлаштуванні на літніх канікулах

ОБМІНЮЄМОСЯ досвідом

декількох підлітків, організація та проведення свята для дітей та молоді у Міжнародний день інвалідів.

Ось про останній пункт з вище перелічених заходів і хотілось би порозміркувати. Оскільки організація прагне заявити про себе і, звичайно, робить кроки на цьому шляху, певно що без допомоги, дружньої і дужої, образно кажучи, руки не обійтись. Члени Дніпропетровської громадської організації "Довіра" - головну свою мету вбачають у створенні та розвитку виробництва, де були б задіяні, а точніше - працевлаштовані неповноправні юнаки та дівчата. Це - рожева і єдина мрія, шлях до якої дуже тернистий. Головна причина в цьому - цілковита байдужість дніпропетровського як депутатського корпусу, так і банківсько-бізнесового керівництва до насущних проблем матерів, діти яких - інваліди.

І це характерна прикмета часу. Буквально всі керівники мають роздутий апарат чиновників - помічників, які відволікають увагу людей від персон своїх "шефів", не залишаючи абсолютно ніякого шансу для зустрічі з ними для обговорення та вирішення гострих проблем.

Соціальний захист дітей-інвалідів, який вимірюється пенсією у 52 гривні 85 копійок, залишається непоміченим ні державними органами, ні комерційними структурами. Та як можна вижити на такі гроші, тим більше інваліду, який потребує крім їжі та одягу ще й необхідне лікування, бо без медикаментозної підтримки організму така людина просто не зможе жити.

Готуючись до відзначення Дня інвалідів, можна сказати, що знайшлися і не черстві душі у нашому дніпропетровському, особливому соціумі. Суттєво допоміг "Довірі" заступник начальника головного управління сільського господарства та продовольства Дніпропетровської облдержадміністрації Домашнев Олександр Павлович. Він щиро відгукнувся на прохання голови громадської організації і доклав усіх зусиль, аби посприяти у наданні допомоги (у вигляді продуктивних наборів дітям-інвалідам) у цей день.

Не оминули проблем інвалідів і начальник управління харчової та переробної промисловості дніпропетровської облдержадміністрації Беседа Микола Володимирович, директор ТОВ "Ольвія" Холошня Наталя Олександрівна, голова правління ВАТ "Губініхський цукровий 3-д" Горайнов Олександр Васильович, директор АТЗТ "Дніпропетровська кондитерська ф-ка" Мусарова Людмила Савеліївна, директор Дніпропетровського з-ду продтоварів Десев Владислав Миколайович, начальник Дніпропетровського обласного автотранспортного управління Кубрак Дмитро Васильович, голова громадської організації "Асоціація жінок-підприємців" Дубовик Тетяна

служб для молоді Кабат Ірина Леонідівна, та ведучий фахівець Центру Куш Валентина Федорівна, які з великою повагою віднеслись до наших дітей та допомогли в організації свята.

Саме завдяки їх старанням у Дніпропетровській вечірній загальноосвітній школі № 22 для глухих та слабочуючих дітей відбулося тепле, невеличке свято, приурочене до Дня інвалідів.

Особливо хотілося б відзначити художні колективи учнів Дніпропетровського училища культури та театрално-художнього коледжу м Дніпропетровська, які прийшли до школи привітати своїх ровесників. Діти і підлітки, з неприхованим захопленням зустріли юних артистів, які підготували дивовижний концерт. А якщо врахувати те, що великої зали у школі немає і виконавці танцювальних номерів демонстрували свої чарівні танці просто у фойє, то слід віддати належне і неабиякій віртуозності юних артистів. Рухалися вони вільно, граціозно, уявляючи, мабуть, що кружляють на великій і широкій сцені. Без сумніву, заслужено хочеться висловити вдячність директору училища культури Євгену Івановичу Тарану та його заступнику з культурно-масової роботи Раїсі Семенівні, які без жодних вагань погодились на вітання та виступ своїх вихованців перед особливою аудиторією - глухою та слабчуючою молоддю.

... Багато ще справ попереду. Так чи інакше, але їх треба робити, наближаючи тим самим рожеву мрію - організацію виробничого цеху для молодих хлопців та дівчат, які мають вади здоров'я. Та працевлаштування в ньому.

Проте, потрібно засвоїти нашим можновладцям одну істину - не можна бути байдужими до суспільних перетворень, не можна опікуватися лише власними "крутими" проблемами та нерозв'язаними питаннями своїх родичів.

Не треба думати, що інваліди - це люди з іншої планети. У плані фізичному - можливо й інші, але не в інтелектуальному і моральному. До речі, саме серед глухих багато розумних і талановитих людей, учених, творчих, колоритних особистостей. Тож хотілося б, щоб ця частина суспільства, яка живе серед нас і має свої мрії, сподівання, надії, не була відторгненою і непоміченою серед вирію стрімкого життя, а мала можливість реалізувати себе, адже допомагати та підтримувати їх - наш з вами обов'язок.

Олена Валодіна

"ВІДКРИТІ ДВЕРІ" завжди відкриті до співпраці

Історія становлення організації чимось схожа на історію становлення людини. Одні починають повільно, а потім швидко нарощують темпи, інші стрімко стартують, а потім чомусь зупиняються на півдорозі, ще хтось йде до мети послідовно крок за кроком. Так вийшло і з телевізійним молодіжним об'єднанням "Відкриті двері". Спочатку, ще в 1996 році це був молодіжний клуб, який діяв на засадах ініціативної групи втім, де не заважало учасникам клубу систематично з'являтися на екранах телевізорів у шоу з однойменною назвою. Щотижня активна інтелектуально розвинена молодь зустрічалася тоді з відомими політиками, діячами культури, багатогранними цікавими особистостями. Згодом об'єднання вирішили зареєструвати, як організацію. Було це на початку 2000 року. За час, що минув ТІМО "Відкриті двері" встигло пережити і злету й падіння. Була й шалена популярність і вимушене затишшя. Та все ж організація вистояла. Як і раніше свою місію вона бачить у підтримці молоді, допомагає молодшому поколінню адаптуватися у сучасному світі. Окрім того учасники ТІМО, члени організації, яка діє на базі бібліотеки для юнацтва імені Бойченка просто не мислять себе без інформаційної діяльності. Свою роль в цьому процесі зіграла і робота об'єднання з державними та недержавними молодіжними організаціями. Відтак число круглих столів та різних акцій, що проходять в бібліотеці за участі "Відкритих дверей" - весь час зростає. Активісти ТІМО все частіше стають ініціаторами тренінгів та інших заходів. Багато чого учасники об'єднання навчили спілкування з Центром підтримки творчих ініціатив. Теоретично підкуті там активісти організації вже неодноразово застосували свої знання на практиці. Усігнішним дебютом стала підготовка кіровоградської старшокласниці Ірини Міхальонок до конкурсу для дівчат-лідерів "Дівочий світ". Перемогу дівчини в об'єднанні сприймають як і свою. Ще одним досягненням став виграний грант по проекту "Інтернет для публічних бібліотек". Активну участь

*Громадська організація матерій дітей - інвалідів
"Добра"*

Тетяна Георгіївна Совстова
49107, м. Дніпропетровськ вул. Запорізьке шосе д. 2-а к. 53
Тел.(0562)43 38 07

НДО-Інформ

№12 (24) грудень, 2003

при його підготовці, написанні та реалізації теж взяли члени ТІМО. Була в їх роботі і допомога "Проекту "Гармонія", підтримка та консультації його конкурсантів. Співпраця із міжнародним правозахисним центром "La Strada" та благодійним Миколаївським фондом "Анти -СШД". Дружить ТІМО "Відкриті двері" і зі Знам'янським Центром виховання молоді "Чайка". До речі на наступний рік з ними знову заплановано спільну акцію.

Поступово, крім молоді, до об'єднання почали звертатися люди більш зрілого віку. Всіх їх цікавила інформація щодо діяльності громадських організацій. В деякій мірі таку зацікавленість "спровокувала" співпраця об'єднання з Центром підтримки творчих ініціатив. Часта поява цієї авторитетної громадської організації у стінах бібліотеки наштовхнула багатьох на думку, що "Відкриті двері" є партнером ЦПТІ. Відтак до ТІМО теж почали звертатися за консультаціями. Потроху співпраця ТІМО "Відкриті двері" з Центром підтримки творчих ініціатив дійсно перетворилась на партнерські стосунки. Вже давно члени об'єднання беруть участь у тренінгах та усіх заходах ЦПТІ, отримують від Центру методичну літературу та всі необхідні консультації. Отримавши необхідні знання, лідери ТІМО теж почали виступати у ролі консультантів. Яскравим прикладом може слугувати успішно реалізована "Відкритими дверима" навчальна програма "Розробка проекту для лідерів національних меншин". Росіяни, євреї та цигани із здивуванням дізналися про існування фондів, які цілеспрямовано працюють з такими групами населення та надають кошти на розвиток їх громад. Зараз ці громадські організації -у пошуку гарної ідеї, інформаційну ж підтримку в написанні проектів в об'єднанні гарантують. Це далеко не вся робота, яка здійснюється ТІМО "Відкриті двері", але навіть перелічені кроки - то вже показник успішного розвитку. Є у планах об'єднання і продовження своїх традиційних форм роботи і нові, поки що не розроблені напрямки. Втім про них ми поговоримо іншим разом ,тоді, коли грандіозні задуми "Відкритих дверей" вже встигнуть перетворитися на реальність.

Марія Владова

ТІМО "Відкриті двері"
Ольга Прядко
вул. Декабристів 6/15
м. Кіровоград '
25006

ОБМІНЮЄМОСЯ ДОСВІДОМ

ІНФОРМАЦІЙНО-мет одична мережа діє на Дніпропетровщині

Процес вирішення соціальних проблем в Україні сьогодні, в умовах розвитку демократичного громадянського суспільства, потребує активної участі громадян. Отже саме від нас залежить, в якій країні ми будемо жити. Чи ми будемо чекати, що держава вирішить всі наші проблеми, чи будемо намагатись вирішувати їх самі. Досвід свідчить, що тільки об'єднавши зусилля трьох секторів суспільства, проблеми можна вирішувати досить ефективно.

Особливу роль в цьому процесі відіграють громадські організації, які діють на благо суспільства, об'єднуючи небайдужих людей і нерідко беруть на себе відповідальність за вирішення проблем певних соціальних груп. Добре знаючи проблему, використовуючи особистий підхід до кожної людини, вони можуть допомогти ефективніше, не витрачаючи марно кошти і ресурси. Наприклад, хто краще матерів дітей-інвалідів може знати проблеми цих дітей?

Але, навіть добре знаючи проблему і шляхи її вирішення, громадські організації не завжди досягають успіху, бо на цьому шляху їх чекають безліч перешкод: відсутність фінансування, нерозуміння з боку місцевої влади, недостатня увага ЗМІ... І частіше за все причиною цих негараздів є відсутність інформації і технологій, які допомагають організації працювати ефективно, незважаючи

на зовнішні умови. Таким організаціям, особливо тим, що тільки починають працювати, дуже важливо отримати методичну, інформаційну і навіть моральну підтримку на цьому нелегкому шляху.

Ініціативна група "Берегиня" в Царичанському районі почала створювати Центр соціальної адаптації для дітей-інвалідів та дітей-чорнобильців і вже отримала грант від служби "Добродія Київська" ІСАР "Єднання" на реалізацію цього проекту. Його метою є сприяння самовизначенню, самореалізації і розвитку творчих здібностей дітей з вадами здоров'я. Потребують ці діти не тільки матеріальної підтримки та заходів медичної реабілітації, а - й створення умов для реалізації власних здібностей, розширення кола спілкування, активної участі у житті суспільства.

І в інших районах області також розпочався процес створення ініціативних груп та громадських організацій навколо інформаційно-консультативних пунктів.

А взагалі, протягом цього року до Центру підтримки громадських і культурних ініціатив звернулися за інформаційною і консультативною підтримкою близько 60 організацій - серед них громадські і благодійні, заклади культури і освіти, соціальні служби. Всього ж було надано близько 300 консультацій з питань менеджменту неприбуткових організацій, фандрейзингу, написання проектів, юридичних та бухгалтерських аспектів діяльності.

Ми сподіваємось, що робота інформаційно-методичної мережі сприятиме створенню умов для розвитку організацій громадського суспільства, і як наслідок об'єднанню небайдужих людей для вирішення соціальних проблем та покращенню життя в нашому регіоні.

Наталія Стаднічук,
координатор
інформаційно-методичної
мережі ЦПГКІ

ЦПГКІ

пр. К Маркса, 47, офіс 9
м. Дніпропетровськ
49044
Україна

НАЦІОНАЛЬНА компанія холоду: історія успішного меценатства

"У мене таке відчуття, ніби я підтримував команду "Маздай" завжди".

В. Шаров

Досить часто на інтелектуальних турнірах доводиться чути скарги від представників із Харкова, Одеси чи Дніпропетровська про те, що сьогодні складно знайти меценатів, котрі б погодились підтримувати команду. На Кіровоградщині, втім, особливих проблем у пошуку партнерів для проведення тих чи інших заходів, як то "Брейн- Ринг" чи "Що? Де? Коли?" чи підтримки окремих команд немає. Принаймні для тих, хто справді прагне таку підтримку знайти. Яскравим прикладом цього може бути давня і плідна співпраця команди "Маздай" (капітан – Андрій Флоренко) Кіровоградської обласної Ліги інтелектуального розвитку (КОЛІР) із Національною Компанією Холоду в особі її директора Владислава Шарова. Про цю співпрацю, як позитивний досвід пошуку меценатів і донорів на місцевому рівні, ми і мали розмову із Владиславом Віталійовичем.

Владислав Віталійович, чи створені, на Вашу думку, умови в Україні для розвитку меценатства на місцевому рівні?

- Насамперед варто говорити про те, яким чином регулюються взаємовідносини між надавачам спонсорської допомоги та отримувачем цих коштів чи матеріальних ресурсів. Оптимальним варіантом було б перерахування коштів із рахунку підприємства

на рахунок благодійної громадської організації, яка б ці кошти використовувала за призначенням. У результаті бізнесова структура могла б отримувати пільги при оподаткуванні, адже вона витрачає власні кошти на такі державно-важливі цілі, як, наприклад, організація дозвілля молоді. Так робиться у багатьох цивілізованих країнах, де меценати отримують 50%, а іноді навіть 100% звільнення від оподаткування на ту суму, яку вони перерахували до громадської організації. В Україні поки що все значно складніше. І справа тут не тільки у відсутності пільг, а отже і стимулів для підприємців при наданні ними спонсорської допомоги. Справа відсутності досвіду з боку громадських організацій по роботі з меценатами. По знаходженню таких меценатів.

- Пан Владислав, все ж сьогодні багато хто з бізнесменів віддає кошти на дитячі будинки чи людям з особливими потребами, вважаючи за потрібне підтримати саме цю категорію населення.

- Кожна бізнесова структура має свою політику у сфері спонсорської допомоги. Національна Компанія Холоду за роки свого існування надавала безповоротну допомогу багатьом різним людям та організаціям. Ми працювали і з молоддю, яка займається КВК, сприяли молодим людям, котрі займаються художньою самодіяльністю, працювали із профільними державними структурами міського та обласного рівнів. Я вважаю, що іноді якраз соціально-активній молоді потрібно більше допомоги, а іноді просто уваги з боку підприємців. Адже це майбутнє Кіровоградщини. Що ж до НКХ, то наразі пріоритетом нашої меценатської допомоги є робота з інтелектуальною молоддю.

РОЗМОВА з меценатом

- Кіровоградська молодь зайнята нині, в основному, зароблянням коштів. А як ви ставитесь до того, що молодь сама організовує своє дозвілля?

- Позитивно. Головне, щоб молодь не була зайнята в трьох, так би мовити «найприбутковіших галузях» бізнесу, такі як проституція, наркотики та зброя. А взагалі це життєвий досвід, який не можна отримати ні в якому університеті чи школі.

- Коли і чому ви почали підтримувати команду „Маздай“?

Почав підтримувати зо два роки тому, хоча в мене таке відчуття, що ми співпрацюємо весь час. Щодо причин такого рішення, то якщо говорити без гучних слів, то хочу, щоб молодь була більш ерудованою, нормально розуміла свою справу. А чому саме «Маздай» - тому, що я сам навчався в КІСМі, до того ж завдяки батькові одного з гравців команди, мав змогу отримати інформацію про інтелектуальні ігри та команду.

- Скажіть будь-ласка, Владислав Віталійович, а чи важлива для Вас різниця між меценатством та спонсорством? І як саме правильніше назвати вашу допомогу і команді "Маздай-Н.К.Х.", і Лізі інтелектуального розвитку?

- Насправді спонсорство передбачає певну віддачу тих коштів чи ресурсів, які були витрачені. І, звичайно, нам завжди приємно, коли у засобах масової інформації звучить назва нашого підприємства, як партнера по проведенню корисного і цікавого для молоді заходу. Таку рекламу, хоча це і не зовсім вірно трактування терміну, я б назвав рекламою соціальною, адже вона наголошує не на асортименті товарів, чи спеціалізації фірми. Вона натякає

на те, що ось, певна організація підтримала цей захід - "Брейн-Ринг" чи "Що?Де?Коли?" - а отже, можливо, було б непоганою ідеєю і для інших звернути увагу на молодих людей, котрі грають в інтелектуальні ігри.

Сьогодні ми дійсно не тільки допомагаємо команді "Маздай" виїздити на турніри та змагання у інші регіони держави, а на прохання команди допомагаємо проводити такі турніри у місті та області. Хочу сказати, що будь-яка організація може і мусить допомагати розвитку молоді. Не обов'язково надаючи кошти - можна допомагати, як ми, призами, увагою та м о р а л ь н о ю підтримкою.

- Чи вигідно і в якому сенсі бути сьогодні меценатом, тобто тим, хто безповоротно виділяє кошти на розвиток молоді?

- Безумовно! Меценатом бути дуже вигідно, тому що чим більше буде освічених людей, тим розумніша буде нація. В інтелектуальних іграх є загальноосвітній момент. Я вважаю, що потрібно вкладати гроші та приділяти увагу цієї області дозволяючи молоді. Розумна молодь більш ініціативна і намагається вирішувати свої проблеми сама, а отже, тим менше навантаження на суспільство, і тим краще буде життя у всіх нас.

- Пан Владислав, скажіть будь-ласка, яка Ваша думка про роль і місце молодіжних громадських організацій на Кіровоградщині?

- Я вважаю, що навіть той факт, що у нашому місті та області діє немала кількість всіляких об'єднань громадян, сам говорить за себе: молодь і люди старшого віку гуртуються заради досягнення тих чи інших цілей. Як це у них виходить - це інше питання. Але спроби досягти поліпшення ситуації у тій, чи іншій сфері - соціальній, культурницькій чи освітній - такі спроби у недалекому майбутньому обов'язково дадуть свої результати. На мою особисту думку, Україна приречена на розвиток громадянського суспільства. І на Кіровоградщині молодіжні

громадські організації, наприклад, Ліга інтелектуального розвитку, вже сьогодні має значний вплив на формування молодіжної політики - про них знає молодь, з ними працює держава, їй допомагаємо ми - бізнесова структура, яка таким чином намагається впливати на поліпшення становища молоді у регіоні.

- Які плани співпраці між НКХ та КОЛІР і командою?

- Продовження співпраці, як на сьогоднішньому рівні, так і поширення її в майбутньому. У нас працює більш ніж 100 чоловік, і я вважаю, що було б цікавим експериментом залучити їх до інтелектуальних ігор. А щодо майбутніх перспектив, то доречно було б організувати великі турніри і в Кіровограді.

Наприкінці розповіді про меценатську допомогу Національній Компанії Холоду команді "Маздай-Н.К.Х.", я б хотіла відзначити, що досить часто люди, котрі в силу своєї бізнесової діяльності, володіють певними коштами чи ресурсами, надають безповоротно допомогу громадським організаціям, школам, дитячим будинкам, самотнім знедоленим людям. А ще частіше такі меценати просять не згадувати про них, не рекламувати, взагалі не афішують своєї підтримки тим чи іншим особам та структурам. Причин для цього у кожного є багато і на мою думку відплатою спонсорам є та вдячність, яку висловлюють їх бенефіціари, а також внутрішнє почуття зробленої доброї справи.

Втім команда "Маздай-Н.К.Х" цим не обмежується - молоді люди носять футболки з логотипом свого мецената, возять на турніри банер з рекламою Національної компанії холоду, а у відповідь завжди привозять Владиславу Віталійовичу дипломи та грамоти, отримані за перші місця на різноманітних змаганнях. Отака щира віддача за щирю підтримку, розуміння та увагу, яку висловлює їм спонсор...

*Вели розмову
Вікторія Талашкевич
Андрій Флоренко*

ЧИ легко бути тренером?

Дивлячись з якою невимушеною легкістю тренер розкриває перед нами суть якоїсь проблеми, з якою ерудицією і гумором спілкується з аудиторією, навряд чи замислюєшся над тим, яких зусиль йому це коштує. Зазвичай ми бачимо тільки парадний бік медалі. А що як зазирнути у „кухню“ тренерської роботи? Можливо, все не так просто як здається? Приблизно такого роду запитання виникали в мене під час кожного нового тренінгу. Щоб задовольнити свою цікавість я звернулася до „аса“ тренерської роботи, президента харківського благодійного фонду громадські ініціативи" Наталії Качанової.

Пані Наталія, Ви дуже давно, як для нашого суспільства, займаєтесь проведенням тренінгів. Як у Вас все починалося і чому Ви обрали саме таку форму роботи?

Громадську діяльність я починала у 1994 році з посади виконавчого директора в організації, яка має назву „Харківський міський жіночий фонд". Саме там я мала щастя вперше побувати на тренінгу і дуже гарно його пам'ятаю. Називався він жіночі людські права" і проводили його тренери з міжнародної організації, яка підтримує ініціативи жінок в усьому світі. Ось тоді я вперше взяла участь у тренінгу і побачила нові форми навчання дорослих. Чесно кажучи, перший тренінг особливого захвату в мене не викликав. Але так сталося, що працюючи в громадському русі ми постійно брали участь у якихось заходах: семінарах, конференціях. Безумовно для розвитку жіночих ініціатив проводилося дуже багато тренінгів. В мене з'явився досвід участі в тренінгах і в якийсь момент я усвідомила, що застосовую те, чому нас вчили. Для мене це було відкриттям. Я зрозуміла, що така форма навчання дійсно цікава і до неї варто ставитися уважніше. І ось тоді я почала бачити себе в ролі тренера. Мені захотілося спробувати свої сили і я стала шукати організації, які навчають таким технологіям. Завдяки тому, що я працювала в громадській організації (а дуже багато програм спрямовано на лідерів цих організацій) мені пощастило навчатися у Школі менеджменту для незалежних організацій у Варшаві, потім я побувала на стажуванні у США за програмою жіночого лідерства. Там я вже мала можливість детальніше ознайомитися з

КОМЕНТАР фахівця

тренінговими технологіями, з роботою різних тренерів, підходами до них і зрозуміла, що мені це дуже подобається.

Наталю, а що для Вас тренінг?

Це робота з аудиторією, можливість передати не тільки свій досвід, а й свої знання, а й допомогти людям зрозуміти, що багато чого вони самі знають. Просто інколи ці знання знаходяться під прошарком якоїсь, як правило, непотрібної інформації. Хочеться витягти ці знання, підштовхнути аудиторію до прийняття якогось рішення чи розуміння якогось питання. Більше того, тренінги подобаються мені тим, що за короткий проміжок часу - 1, 2, 3 дні чи тиждень, учасники отримують можливість вивчити якийсь курс, на якому у ВУЗІ відводиться рік чи два. Тому що тренінг, я би сказала, це така собі сублімація напрацьованих знань чи досвіду. Звичайно, коли ми говоримо про професійного тренера, то безумовно він повинен дуже багато знати, готуватись, опрацьовувати велику кількість необхідної літератури, бути в курсі всіх останніх подій. Не тільки в темі, з якою він працює, а і взагалі підвищувати свою майстерність як тренера, як людини, яка несе ці знання.

А в чому Ви бачите різницю між: викладачем і тренером?

Безумовно, викладач, який працює з аудиторією у ВУЗІ використовує традиційну форму лекцій. Або ж семінари, але знову ж таки за традиційною схемою - питання - відповідь. Дуже рідко буває дискусія, об'єднання якогось внутрішнього потенціалу студентів. В свою чергу робота професійного тренера спрямована на розкриття потенціалу учасників. Професійний тренер завжди показує аудиторії її можливості, а не свої знання, тому що головне для нього — дати розкритися людям, які прийшли на тренінг.

Пані Наталю, а як сприймають тренінги люди, які потрапили на них вперше?

Дуже по різному. Напевно це залежить і від психологічного стану людини, яка прийшла на тренінг, і від готовності сприймати нові форми роботи і новий матеріал. Сказати однозначно, що всі просто в захваті - було б неправильно. Знову ж таки, велику роль відіграє мотивація. Якщо людина потрапила на тренінг випадково, то тут, як то кажуть 50 на 50, їй може чи сподобатися чи ні. Якщо вона хотіла отримати якісь навички чи інформацію, то, як правило, її очікування виправдовуються.

З якою аудиторією Вам доводиться працювати?

Якщо раніше ми працювали тільки з громадськими організаціями, то нині ми працюємо і для НДО і для держслужбовців (приміром ми читаємо лекції в Харківському відділенні Академії

для голів сільських та селищних рад. До речі, мені дуже подобається з ними працювати, тому що вони активні, я би сказала, дуже вдячні учасники. Маючи якісь повноваження, вони одразу ж намагаються застосувати нові знання на практиці. Окрім того, ми активно співпрацюємо з центром соціальних служб для молоді а в останні роки проводимо тренінги і для бізнесменів.

Я так розумію, що у Вас дуже широкий спектр тем. Чи є серед них найулюбленіші?

Наші тренінги можна розділити на блоки. Є тренінги, спрямовані на розвиток особистісних якостей, інші - на внутрішній організаційний розвиток. Управління організацією, робота з персоналом, волонтерами - це тренінги, які спрямовані на розвиток потенціалу організації. Є програми для підвищення своїх професійних навичок. Вони розроблені для різних професійних груп. Навчаємо і тренінговим технологіям. Так серед наших клієнтів є і тренери, що працюють, і люди, які б хотіли спробувати себе в такій ролі. Це спеціальні тренінги для тренерів. Там є декілька різних рівнів, починаючи від азів і до майстер-класів. А щодо улюблених тем, то напевно це залежить від мого власного характеру. Оскільки сама я дуже енергійна і непосидюща, то мені завжди хочеться отримати результат тут і зараз". Тому я дуже люблю тренінг по написанню проектів. Як правило, такі тренінги ми проводимо під якийсь конкурс і завжди дуже приємно отримати потім інформацію, про те, що люди яких ми навчали, написали проект і виграли грант. Це означає, що тренер дав не тільки необхідну інформацію, а й інструмент, завдяки якому люди зможуть успішно розвивати свою організацію. А ще я дуже люблю тренінги, спрямовані на командну роботу. Тобто такі, що дозволяють з формальної структури перетворитися на команду. Це важко пояснити словами, але команда виникає лише тоді, коли формується ядро і настає повне взаєморозуміння. Цього стану у колективі можна досягти шляхом тренінгу.

Як Ви вважаєте, чи може бути тренер універсальним, чи йому краще все ж таки мати якусь спеціалізацію?

Я думаю, що універсальних людей все ж таки не існує. Тому що, якщо говорити про якісь поглиблені тренінги, пов'язані з якимись економічними знаннями, то я переконана, що проводити їх повинна людина, яка має такі знання і навички професійно. Мало освіти, повинен ще бути досвід роботи в означеній галузі. Наприклад, якщо тема тренінгу фінансові ризики". Можливо ще 5 років тому я подумала б що немає нічого неможливого - прочитав літературу і розповів. Але

цю специфічну інформацію вже пропустив" через себе. Він має успішний досвід, знає як вийти з якоїсь ситуації. Саме цей досвід і є безцінним з точки зору тренера. Не тільки суха інформація, з якою можна ознайомитись в книзі, а саме можливість на практиці показати, що і як можна зробити. Тому я думаю, що кожен тренер, який відпрацював 3-5 років, починає відчувати, що йому цікавіше і спеціалізуватися на якихось темах. Звичайно ж можна розробляти нові теми, якщо вони співзвучні тим, над якими ви вже працювали. Якщо ж тема нова, то потрібен час аби оцінити свої можливості. Хоча маючи вміння роботи з інформацією, можна підготувати будь-який тренінг, але універсалів, мені здається, все ж таки немає.

Скажіть, будь ласка, чи кожна людина може стати тренером, чи потрібно мати для цього конкретні навички та здібності?

Звичайно ж можна було б сказати, що „не Боги глечики ліплять", і що кожен, хто вміє говорити, читати і писати, міг би стати тренером. Насправді ж гарних і професійних тренерів дуже мало. Звичайно ж, є особисті якості, які потрібно мати людині, що претендує на роль тренера. По-перше, це високий рівень комунікації, високий рівень відкритості і відповідальності за те, що ти робиш, вміння та бажання почути аудиторію. Мені доводилося бачити тренерів, досить непоганих, яких я називаю атакуючими глухарями". Вони багато знають, дають море інформації, але весь час показують групі, які вони розумні і гарні. Такі тренери дуже рідко чують саму групу та її потреби. Тренеру потрібно мати великий словарний запас і гарну мову. Дуже сумно, коли тренери затинаються, мекають та мукають". Особисто мені, це дуже не подобається. Я вважаю, що публічні люди повинні гарно володіти мовою. Окрім того, я переконана, що тренери обов'язково мають дотримуватися моральних принципів та етичних норм. Це тому, що ми працюємо з різними людьми і тренер має бути завжди виваженим. Ніколи не можна чіпляти ярлики, треба бути завжди спокійним. Це - особистіші якості. Якщо ж говорити про професійні, то тренер повинен мати глибоке знання того матеріалу, який він дає людям. Знання класики та сучасних тренінгових технологій. Ну і звичайно ж, потрібно мати постійне бажання самовдосконалюватися. Тренер, який вважає, що він вже багато знає і тому не бажає розвиватися, йде позаду тих, хто отримує нові знання. Важливо також мати бажання вивчити потреби аудиторії, на яку ти працюєш. Потрібно бути завжди готовим оцінити свої програми і вчасно зрозуміти, коли вони не відповідають потребам клієнтів. Всі, хто починає

працювати на тренерській ниві проходять природний відбір. Бути тренером - постійна робота над собою. Це готовність пошуку інформації, готовність віддавати свою енергію людям, з якими ти працюєш. Адже не можна стверджувати, що кожний тренінг проходить на ура". Інколи вони бувають дуже складними, важкими, після яких ти відчуваєш себе повністю пустим., коли не хочеться ані розмовляти, ані думати, не хочеться нікого бачити. Коли ти втомлюєшся і фізично і морально. Після такої роботи потрібно вміти відновлюватись, особливо, якщо тренінг триває декілька днів.

А від чого залежать стосунки з групою?

Коли я заходжу в перший раз в аудиторію і починаю працювати з групою, то мені вистачає 5-10 хвилин, аби зрозуміти, що ми з групою будемо любити одне одного. Я такі тренінги дуже люблю, коли є кураж і не хочеться розлучатися. Дуже люблю цей стан, тому що на таких тренінгах не тільки віддаю свою енергію а й отримую позитивні емоції від людей, з якими працюю. Хоча бувають і дуже складні групи. Як правило, це трапляється тоді, коли на тренінги приходять випадкові люди. Вони навіть не розуміють куди їх послали, чого від них хочуть і навіщо це їм. Добре, якщо тренер зможе їм допомогти, гірше, якщо цей стан не вдається подолати до кінця тренінгу. Колись моя колега, що має 15 років досвіду сказала, ти ніколи не зможеш зробити так, щоб всі учасники брали участь у тренінгу однаково. Тому що у всіх різна мотивація. Твоє завдання дати максимум інформації та різних навичок, а як вони це сприймуть - інша справа". І все ж, завжди хочеться допомогти групі

Скільки часу потрібно для того, щоб підготувати новий тренінг і скільки літератури необхідно для цього опрацювати?

На розробку нової програми у нас зазвичай йде місяць-два. Це не означає, що ми займаємося тільки цим, звичайно є і якась поточна робота, але щоб ґрунтовно підготуватися, потрібен 1-2 місяці. Зазвичай ми купуємо дуже багато нової літератури, увесь час з'являється дуже багато новинок і хочеться бути у курсі справ. Як правило, щоб зрозуміти, що можна використати для тренінгу, ми працюємо не менше, ніж з 5 джерелами інформації. Робимо все для того, аби тренінг вийшов цікавим, розробляємо навчальну програму, працюємо над роздаткових матеріалом.

Чи бувають у вас моменти, коли хочеться знайти висококласного фахівця в тій темі, що розробляється і проконсультуватися з ним?

Безумовно є люди, що спеціалізуються на конкретних темах. Спілкування з ними дає дуже багато цікавої і корисної інформації. Вони мають великий досвід роботи і в них дійсно хочеться

вчитись. Навіть коли я буваю учасницею якогось тренінгу, тема якого мені знайома, то все одно в кожному з них я знаходжу щось нове. Іноді одне слово дає поштовх до зовсім нового бачення теми. Інколи дивишся на роботу свого колеги і кажеш: який молодець! А якщо собі спробувати такий хід застосувати?" завжди приємно вчитися у своїх колег, особливо тих, з ким ти разом ріс професійно.

Наталю, що б Ви хотіли порекомендувати початківцям, тобто тим, хто бажають стати тренерами?

Перш ніж починати займатися цим напрямком діяльності, людина повинна відповісти на запитання „А навіщо це мені? - Тому що це престижно? Тому що це дозволяє розвиватися мені як особистості? Тому що я бачу в цьому свою подальшу професійну діяльність?". Тільки виходячи з того, якою буде відповідь на ці запитання, можна давати якісь рекомендації. Але якщо людина дійсно хоче розвиватися і працювати в цьому напрямку, то починати треба з базових тренінгів для тренерів, для того, щоб зрозуміти технологію роботи з аудиторією. Зараз дуже багато літератури на цю тему: тренінги, тренінгові технології, ігри, рольові ігри. Все це треба прочитати і пропустити" через себе. Якщо ти відчув це на собі, то це працює. І, безумовно, потрібно вибрати собі тематику. До чого у Вас є нахили, які знання Ви маєте, які навички? Дуже важливо визначити, які теми близькі Вам за духом. А ще я б порадила брати уроки ораторського мистецтва. Можливо то вже звучить дуже пафосно, але такі навички тренеру просто необхідні. Початківцям хоча б годину на добу потрібно говорити перед дзеркалом. Щось розповідати, вигадувати якісь жарти, історії, дивитись на себе збоку. Це дуже важливо. Якщо є можливість потренуватись перед камерою - чудово. Інколи бачиш на плівці таке, про що тобі не наважиться сказати навіть найкращий друг. Потрібно оцінити наскільки ти приємний для спілкування, наскільки ти викликаєш симпатію у незнайомих тобі людей. Тому що тренінг - це щось унікальне. Часто збираються люди, які ніколи до цього не зустрічалися і велика майстерність тренера професіонала, зробити так, щоб до кінця тренінгу ці люди не тільки познайомилися один з одним, а й зав'язали дружні контакти. Трансформувати групу якщо не в команду, то хоча б в спільноту однодумців, не просто дати людям знання, а допомогти їм знайти правильні рішення - це і є головне завдання тренера

*Розмову вела
Еліна Морозко*

СОЦІАЛЬНІ дослідження

СОЦІАЛЬНЕ масове інформаційне забезпечення: Кого? Чим? В якій кількості? Хто?

Згадую дитячий мультяк, герої якого ніяк не могли з'ясувати: скільки бананів - купа, а скільки - ні.

Приблизно те ж саме починається і коли заходить дискусія: який же мінімум інформації потребує суспільство та хто має про забезпечення цією інформацією потурбуватися? При цьому кожен має свою точку зору: і органи державної влади та місцевого самоврядування, коли розробляють і впроваджують відповідні державні, регіональні чи місцеві Програми, і громадські організації, плануючи свої проекти, і власне, виробники інформаційного продукту, заявляючи про своє соціальне спрямування під час реєстрації чи ліцензування... Ми далекі від думки, що ця стаття розставить в даній полеміці усі крапки над "і", втім сподіваємось, що наші міркування можуть стати поштовхом до пошуку (звісно за певних конкретних умов) відповідей на запитання винесених у заголовок, і вироблення цілком прийнятної й реальної для цих умов механізму соціального масового інформаційного забезпечення. При цьому зазначимо, що дана проблема актуальна в Україні і для загальнодержавного, і для регіонального, і для місцевого рівнів.

Передусім означимо, що маємо на увазі як "соціальне масове інформаційне забезпечення". Виходячи з того, що масова інформація за Законом України "Про інформацію" визначається як публічно поширювана друкована та аудіовізуальна інформація, можемо говорити, що соціальна масова інформація - це певний обсяг публічно поширюваної друкованої та аудіовізуальної інформації, що забезпечує мінімум інформаційних потреб людини, необхідний їй для життя у суспільстві.

Уже навіть з цього визначення виникає ряд питань. Кого ми тут беремо до уваги, а кого - ні?

Чи стосується визначене поняття, скажімо, схимника, що самотньо живе серед безлюдної пустелі? Чим має бути забезпечена людина, тобто мінімум якої саме публічної інформації має вона отримувати? Скільки інформації можна вважати мінімумом ("скільки бананів - купа?")? Хто має потурбуватися про це забезпечення: держава, бізнес, суспільні структури, чи сама людина? Очевидно, що кожне з питань буде дискусійним доти, доки не будуть визначені межі кожного (що, власне, теж є предметом окремої дискусії). Очевидно, що саме суспільство мало би визначити ці мінімальні стандарти. Разом з тим, очевидно і те, що стандарти будуть змінюватися з розвитком суспільства й умов та ситуації в певному інформаційному просторі.

Кого?

Певна річ, що соціальне масове інформаційне забезпечення має стосуватися людини, яка живе в даному інформаційному просторі і знаходиться у певному інформаційному середовищі. А що таке - інформаційне середовище? Припустимо, що людина як споживач масової інформації, підпадає під вплив інформації, яка передається певними каналами, а не під вплив самих каналів. Приміром, говорять: "На нього погано впливає телебачення..." А насправді мається на увазі негативний вплив на даного споживача фільмів жахів, що транслюються увечері. Денних же освітньо - пізнавальних програм на цьому ж каналі він не дивиться. Отже, погано впливає у цьому разі не телебачення як канал, а сума тих інформаційних послань, які містяться у самих цих фільмах.

Інформаційне середовище - це сукупність повідомлень, до інформаційних полів яких потрапляють, чи можуть потрапити потенційно суб'єкт або група суб'єктів (Тобто те, яку інформацію отримує споживач, а не через які канали; сукупність інформації, а не сукупність каналів). Інформаційне середовище формується навколо споживача(групи споживачів). Група може не бути територіально об'єднаною. Група суб'єктів може мати типологічно подібне інформаційне середовище.

Дійсно, кожен споживач в силу різних обставин має обмежений набір основних каналів інформації, що й визначає зміст його інформаційного середовища. Приміром, певний студент, що живе в гуртожитку, отримує інформацію з мережі Інтернет у комп'ютерному клубі, кількома місцевими радіоканалами в діапазоні ФМ - частот (через приймач), з кількох недорогих тижневиків роважливого спрямування, з рекомендованої навчальної літератури, отримуваної

в університетській бібліотеці, на лекціях, при безпосередньому спілкуванні переважно від однолітків. Його однокурсник, що живе вдома у сім'ї є споживачем інформації, отриманої з мережі Інтернет через домашній комп'ютер, кількома телевізійними та радіоканалами в різних діапазонах частот, з кількох тижневиків переважно універсального інформаційно-розважального спрямування, з рекомендованої навчальної літератури, отримуваної в університетській та міській бібліотеках, на лекціях, при безпосередньому спілкуванні з представниками старшого покоління та з однолітками.

Окремі відмінності у наборі інформаційних каналів та умовах отримання інформації для цих двох споживачів різняться й інформаційні середовища, в яких вони перебувають. Разом з тим навіть за певної відмінності у доступі до інформаційних каналів, окремі споживачі можуть мати схоже інформаційне середовище. Так, другий студент може отримувати через телебачення практично ту ж інформацію, що й перший лише через радіо, або читати в інформаційно - розважальних газетах лише матеріали, подібні до тих, які отримує перший з "жовтої" преси. Наявність груп споживачів зі схожими, чи подібними наборами каналів та інформаційних полів дає підстави визначити цю групу споживачів інформації.

Соціоінформаційна група - група суб'єктів, об'єднаних типологічно подібним інформаційним середовищем. Соціоінформаційну групу можна безкінечно узагальнювати і безкінечно конкретизувати. Наприклад: споживачі с/г інформації - споживачі переважно агрономічної інформації (вчені агрономи); споживачі переважно економічної с/г інформації (фермери-власники); споживачі переважно популярної с/г інформації (городники-любители, квіткарі) і т.д. На регіональному рівні соціоінформаційні групи більш конкретизовані, ніж на загальнодержавному. Оперування поняттям "соціоінформаційна група" у контексті досліджень державної політики у сфері ЗМІ є доцільним перш за все з огляду на специфіку масових комунікацій, де адресатом повідомлення є не окремі суб'єкти, а група.

Тож на питання **кого** має стосуватися соціальне інформаційне забезпечення ми даємо відповідь - соціоінформаційної групи як найяскравіше виокремленого осередку певного інформаційного простору.

Чим?

Старі уявлення про роль інформації в суспільстві (втім, вони доволі поширені в Україні й нині) ґрунтуються на сприйнятті інформаційної

діяльності лише як засобу формування суспільної думки, каналу передачі управлінських команд, певного регулятора соціально-масової поведінки. Відтак, завданням влади за такої системи було регулювання інформаційних потоків у бажаному для себе напрямку та контроль їх чітко відпрацьованими методами, наприклад, за допомогою цензури. Держава крім того заявляла і здійснювала монопольне право на діяльність в інформаційній сфері. Такі підходи могли мати свої переваги в умовах інформаційно закритого суспільства і абсолютно не прийнятні у період динамічного поширення нових інформаційно-комунікативних технологій. Рецидиви подібної політики сьогодні призводять тільки до падіння авторитету влади, створення або загострення існуючих конфліктних ситуацій.

У той же час нині в Україні у сфері інформаційної діяльності посилюється вага недержавного сектора, а відповідно набувають поширення й ідеї про абсолютну ефективність винятково ринкових механізмів регулювання інформаційної діяльності, що, слід зазначити, теж є твердженням, віддаленим від істини.

Сучасне розуміння інформаційної діяльності як такої, що має вагоме економічне, соціальне, політичне і культурне значення вимагає мотивування нових точок зору на саму інформацію й інформаційні відносини як предмет національної політики і обґрунтування потреб державного втручання у цю сферу. Одне з принципових питань тут полягає в тому, в якій мірі інформація є товаром, а в якій - суспільним благом? А отже яку частку інформаційних відносин регулюватиме ринок, а яка - потребує підтримки держави? Чим має забезпечувати громадян держава, чим приватний, а чим суспільний сектор?

Алгоритм пошуку відповіді на це питання подають Девід Л. Веймер та Ейден Р. Вайнінг у праці "Аналіз політики: Концепції і практика". Вони виходять з того, що колективні дії дозволяють суспільству виробляти, розподіляти та споживати величезну кількість найрізноманітніших товарів. Більшість колективних дій виникає завдяки добровільній домовленості між людьми в межах родини, приватних організацій та ринкового обміну. Виходячи з передумови, що загалом люди діють у своїх власних інтересах, то політичний експерт має обґрунтувати підстави для урядового втручання у приватний вибір.

Одним з традиційних факторів, що обумовлює неспроможність ринку і стає

загальноприйнятою підставою для державної політики, є забезпеченням населення суспільними благами (Д. Веймер, Е.Вайнінг; с. 53-54)

Термін "суспільні блага" часто з'являється в літературі, присвяченій аналізу політики та економічній науці. Але загальноживаність цього терміну приховує велику різницю між різними суспільними благами, пов'язану з різною природою не спроможностей ринку, а отже, й відповідною їм політичною реакцією держави. Веймер і Вайнінг вказують на дві особливості, що визначають товари індивідуального споживання: конкурентність у споживанні та виключність права власності й користування. Конкурентність означає, що товар, спожитий однією особою не може бути спожитий іншою. Виключність означає, що тільки певна особа здійснює контроль над товаром. З іншого боку, суспільні блага тією чи іншою мірою неконкурентні в споживанні і невиключні в користуванні або і ті і ті водночас.

Які з цих рис притаманні інформації? Ці ж автори підкреслюють, що інформація сама по собі має риси суспільного блага. Споживання інформації неконкурентне: коли її хтось споживає, це нітрохи не заважає решті також споживати її; для аналізу передусім важливим є питання, чи можлива тут виключність споживання.

Інформації може бути притаманна як юридична виключність, коли лише певна особа чи організація має право на дану інформацію (наприклад, авторське право), так і фізична виключність, коли, приміром, здійснюється контроль над носієм даної інформації (скажімо, єдиний примірник документа знаходиться на спеціальному зберіганні в архіві).

Таким чином, для продажу може бути придатною лише частина такого суспільного блага як інформація: коли ми маємо неконкурентний виключний продукт. Інший інформаційний продукт

Принцип такого регулювання може полягати в тому, що держава: 1) надає певній інформації виключності (через прийняття того ж Закону про авторське право), що перетворює її в потенційний товар; 2) позбавляє певну інформацію такої виключності в інтересах суспільства (наприклад, інформація державних органів та органів місцевого і регіонального самоврядування має обов'язково доводитись до відома зацікавлених осіб); 3) бере на себе зобов'язання щодо прямого постачання суспільству (окремим суспільним групам) інформації, що має ознаки виключності (фінансуючи придбання спеціальних комп'ютерних програм для людей з вадами зору, розміщуючи державне замовлення на створення освітніх телерадіопрограм тощо), чи створювати умови щодо такого постачання недержавним сектором (приміром, встановлюючи квоти на обсяг телепередач із сурдоперекладом).

Тому відповідь на питання **чим?** у певних конкретних умовах залежатиме від того є в цьому випадку дана інформація товаром чи суспільним благом. А вже відштовхуючись від цього слід вибирати й відповідний механізм соціального масового інформаційного забезпечення тієї чи іншої соціоінформаційної групи.

В якій кількості?

Це питання можна поставити й інакше: а що таке мінімальна інформаційна потреба соціоінформаційної групи?

Відому ієрархічну піраміду потреб Абрахама Маслоу можемо спробувати спів ставити з потребами інформаційними. Таким чином ця таблиця може проілюструвати зростання рівня мінімальних інформаційних запитів залежно від досягнення якоюсь із соціоінформаційних груп певного рівня

Ієрархія потреб по А. Маслоу	Ієрархія інформаційних потреб
Самовираження (потреба зростання як особистості)	Я щось можу? Як повідомити всім, що Я щось можу? Як їм довести це?
Повага (потреба самоповаги)	Чи Мене поважають? Як зробити, щоб Мене поважали більше?
Соціальні (соціальна взаємодія, підтримка)	Як інші приймають Мене? Хто мене підтримує? Як мені поліпшити свій соціальний статус?
Безпеки й захищеності (захист від фізичних і психологічних небезпек, впевненість у майбутньому)	Як захиститися від природних, техногенних і соціальних небезпек (повені, аварії, злочинності, хвороби тощо)? Де безпечніші умови проживання, роботи тощо? Які є гарантії безпеки й захищеності (хто їх забезпечує, на який період, скільки це може коштувати тощо)?
Фізіологічні (їжа, вода, прихисток та інше)	Де і як (на яких умовах) отримати їжу, воду, житло, роботу, соціальні виплати (пенсію) тощо?

життєвих потреб загалом. Скажімо, пенсіонери, що проживають у сільській місцевості, свої мінімальні інформаційні потреби можуть звести до такого набору питань: нам автоматично переоформлять пенсію, чи треба їхати до райцентру? Чи будуть виїзні прийоми з цього питання в нашому селі? Чи дадуть у новому сільгосптоваристві потрібні довідки за період роботи в колгоспі і коли?

Приватні підприємці, що тільки-но перейшли із розряду реалізаторів до категорії дрібних господарів, свій інформаційний мінімум могли би сформулювати, приміром, так: як краще зробити рекламу своєму бізнесу, а одночасно повідомити й про свій новий статус? де і як спілкуються, відпочивають, одягаються, чим цікавляться окрім роботи люди мого нового соціального рівня? хто міг би бути моїм новим діловим партнером, де і як взяти кредит? тощо.

Інформаційний мінімум конкретно визначеної соціоінформаційної групи обумовлений цілою низкою часових, просторових, соціально-політичних, економічних чинників, які так само динамічно змінюються, як і група. Звідси постає потреба у визначенні більш загального уявлення про інформаційний мінімум для ширших суспільних кіл. Очевидно, у цьому сенсі мінімумом може бути такий, що забезпечує громадянам їх конституційні права та свободи. У даному випадку за орієнтири доцільно взяти принципи Європейського співтовариства.

Зокрема, в резолюції четвертої Європейської конференції міністрів з політики у сфері засобів масової комунікації "Журналістські свободи і права людини" висунуто як перший з принципів: "Підтримка і розвиток справжньої демократії вимагають наявності і зміцнення вільної, незалежної, плюралістичної і відповідальної журналістики. Ця вимога втілюється для журналістики в необхідності:

- інформувати індивідуумів про діяльність органів державної влади і приватного сектору, надаючи їм таким чином можливість сформулювати власну думку;

- дозволяти індивідуумам чи групам висловлювати їх думки, сприяючи таким чином інформуванню органів державної влади і приватного сектору, а також всього суспільства про їх думки;

- піддавати постійному критичному розгляду діяльність різних органів влади."

Як бачимо, мінімальна кількість масової інформації зводиться до мінімуму, достатнього для того, щоб індивідуум міг сформулювати власну думку з того чи іншого питання. Крім того, виходячи з цих

СОЦІАЛЬНІ дослідження

доступність ЗМІ;

збалансованість інформації про державний, приватний, суспільний сектори у ЗМІ; постійний зворотний зв'язок через ЗМІ.

А враховуючи те, що кожна соціоінформаційна група має ще й власні тематичні уподобання, характерні інформаційні запити (про що йшлося вище) до цього переліку доцільно було б додати і такий параметр як

відповідне змістовне наповнення ЗМІ.

Відтак відповідь на питання **у якій кількості?**

можемо подати як: у кількості, достатній для того, аби індивідууми, які складають соціоінформаційну групу, мали можливість сформулювати власну думку та отримували би при цьому мінімально необхідну доступність ЗМІ; збалансованість інформації про державний, приватний, суспільний сектори у ЗМІ; постійний зворотний зв'язок через ЗМІ; відповідне змістовне наповнення ЗМІ.

Хто?

Коли багаторазово дискутоване питання про постачальників соціально важливих продуктів звести до відомої трисекторної схеми, стають зрозумілими умови, переваги й недоліки кожної моделі. Для соціального масовоінформаційного забезпечення це матиме приблизно таке розмежування.

Державний сектор (сюди віднесемо органи державної влади та місцевого самоврядування, державні та комунальні підприємства) може не лише забезпечувати громадян соціально необхідним мінімумом масової інформації, а й суттєво регулювати цей процес, зокрема, як у наведених вище прикладах трансформації інформації з товару у суспільне благо й навпаки.

Приватний сектор забезпечує передусім тією масовою інформацією, що є товаром і лише в окремих випадках (як зобов'язання згідно із Законом) буде постачати суспільне благо (приміром, обов'язкова соціальна реклама чи умови рекламування певних товарів та послуг).

Суспільний сектор є потенційно потужним постачальником соціально важливої масової інформації, але з огляду на відсутність поки що такої традиції в Україні, ще не посів належного йому місця у цій справі.

Для прикладу продовжимо, роздуми щодо мінімального інформаційного запиту сільських пенсіонерів. Як відреагують на нього три зазначені сектори? Районна газета (комунальне підприємство) вмістить інтерв'ю з працівниками районного управління Пенсійного фонду, де будуть

надто низький тираж. Приватна телекомпанія, що працює у найближчому місті і яку найбільше дивляться у цьому районі, подасть коротку бесіду з представником обласного управління Пенсійного фонду, але інформація буде надто скупою і мова йтиме насамперед про міських пенсіонерів-заводчан. Колишня вчителька, неформальний громадський лідер окремого села, зробить все, щоб на зустріч з пенсіонерами цього села приїхав фахівець з районного управління Пенсійного фонду. При цьому слід пам'ятати, що не всі зможуть побувати на цій зустрічі, бо спеціалісти приїхали у незручний для селян день і час до того ж через свою недосвідченість не змогли компетентно відповісти на всі питання присутніх. Таким чином, представники кожного сектору намагатимуться надати цій соціоінформаційній групі мінімум потрібної їй соціальної інформації, але при цьому виявляться як їх переваги, так і недоліки.

Тому на питання хто? скажемо: представники державного, приватного, суспільного секторів одночасно чи в певній пропорції залежно від конкретних параметрів соціоінформаційної групи, природи конкретного виду інформації (товар чи суспільне благо), запитів та умов постачання цієї масової інформації.

Запропонована автором схема, подана у наведеній серії запитань-відповідей може бути цілком прийнятною для визначення механізмів соціального масово інформаційного забезпечення громадян як на загальнодержавному, так і на регіональному чи місцевому рівнях. При цьому їх застосування на рівні міста чи району дозволить максимально конкретно визначити склад, потреби групи, точніше оцінити умови впровадження того чи іншого інформаційного проекту, що гарантуватиме і більшу його результативність. Скористатися цим підходом для реалізації цілей своєї діяльності зможуть представники державного, приватного і суспільного секторів.

Валерій Дрешняк,
заступник генерального директора
Дніпропетровської ОДТРК,

ОДТРК
вул. І.Сірка, 43, М.Дніпропетровськ
Україна
49010
тел. (056)744-85-83
e-mail: profil@ua.fm

РОЗБУДИТИ силу об'єднання

В журналістській метушні час не йде і навіть не летить, він проноситься повз нас зі швидкістю світла. Круглі столи, події, прес – конференції - все це як колесо, а точніше як білка, що в тому колесі обертається. Дні схожі один на одній, як брати-близнюки. заплющуючи очі бачиш лише уривки з тієї інформації, що пройшла крізь тебе, твої думки, емоції і залишились у серці. Серед подій, що зачепили за живе — проект Інституту соціокультурного менеджменту (ІСКМ) для журналістів. Інакшими стали і ми, і наше оточення, завдяки йому. Все змінюється - і наше ставлення до громадських організацій, і наша громадянська позиція. На перший погляд це може здаватися дивним, а втім це правда.

Так, ми дійсно давно знайомі з НДО, не один раз писали про них та їхні проблеми, але писали не завжди те і не завжди так. Зрозуміли це тільки зараз, коли пілотний проект вже підійшов до кінця і настав час підводити підсумки. Серед інших і результати конкурсу для журналістів. Написати на цю тему можна багато, але краще надати слово людині, яка була у складі того самого авторитетного законспірованого" від учасників проекту журі, про яке так багато говорили організатори конкурсу. Знайомтесь - одна з найвідоміших тележурналісток кіровоградської області Марина Лебідь.

- Пані Марія, що Ви можете розказати про конкурс?

• Знаєте, було дуже цікаво, адже кожна публікація це завжди чиясь праця, думка, душа. Ми ж всі бачимо світ по різному. Я прочитала надзвичайно багато статей, читала їх по декілька разів, аби вибрати найкращі. Маю сказати, що це була дуже складна робота. І справа навіть не в тому, що матеріалів було багато, просто важко було визначитись. Перш за все я б хотіла відзначити журналістку вечірньої газети" Світлану Орел. Глибина її статті "Чим більше розумів взаємодіють, об'єднавшись, тим більші можливості нації" мене просто вразила. Без сумніву, цей матеріал заслуговує нате, щоб бути надрукованим у якомусь національному виданні, бо йдеться в ньому про менталітет українця, тезу моя хата з краю", та ту роль, яку може відігравати кожний пересічний

НДО-Інформ

№ 12 (24) грудень, 2003

громадянин. Стаття написана дуже глибоко, і в той же час надзвичайно просто, вона доступна для кожного. А головне - це висновок, який робиш після прочитаного: не має сенсу чекати, доки за тебе хтось щось зробить. Для багатьох чиновників ми лише засіб для побудови кар'єри, отож потрібно творити своє життя самостійно. На мою думку ця стаття здатна достукатись до кожного українця.

Багато запропонованих на конкурс матеріалів були не стільки аналітичними, скільки актуальними. Окремо хотілося б зупинитися на статтях журналістки „21-го каналу" Галини Вдовиченко. Цікава сама історія їх народження. Почалося з маленької замітки про гуртожитки і те як в них людям живеться. На цю коротеньку інформацію прийшов відгук мешканців, що були згадані в статті. Галина написала статтю, у відповідь на неї знову була реакція, і так декілька разів. Так поступово вимальовувалася загальна картина. Але головне те, що ця низка публікацій спонукала людей до об'єднання. Аби захищати свої права, мешканці гуртожитків створили громадську організацію, яка активно розпочала свою діяльність. Ось це вже конкретний результат. Ми, журналісти, як правило, ставимося до своєї професії досить скептично. А скептично ставитись можна лише до свого таланту. Професія ж наша здатна на багато чого - і ось Вам конкретний приклад.

Що мене, чесно кажучи, здивувало, так це кількість телевізійних сюжетів на громадську тематику у Вікторії Талашкевич. Їх було близько 60. Звичайно, всі вони коротенькі, але це інформація і я схилилася до думки, що вона теж до когось достукалась". Окрім того у Вікторії є і статті на тему НДО.

А взагалі, я була приємно вражена усіма публікаціями та тими конкретними прикладами, які демонструють суспільству роль громади. Наприклад, історія про те, як мешканці декількох будинків по вулиці Полтавській відстояли свій двір. Замість бензоколонки, яку планувалося там збудувати, вони зробили дитячий майданчик. Виявляється, все в наших руках, ми реально можемо впливати на ситуацію. Потрібно лише бажання. Взагалі, саме аналізуючи конкурсні матеріали, я зрозуміла, що навіть наше гранітне" (у плані ініціативи) суспільство можна розбудити, підвищити громадську активність. Тільки потрібно робити це системно, щодня на той граніт капати" і успіх буде забезпечено. Ще я відкрила для себе таку просту річ - далеко не всі журналісти писали матеріал спеціально на конкурс. Так, потім, коли стаття вже з'являлась, напевно, виникла думка „А чом би й ні?", але спеціально ніхто цього не робив. З чого

НАШІ ДОСЯГНЕННЯ

такий висновок? Жодна матеріальна винагорода не здатна зачепити за душу так, як гостра проблема. Я переконана, що жоден з журналістів коли писав, не думав ні про конкурс, ні про перемогу. Колеги писали про те, чого просила душа. І матеріальне тут не до чого.

Мені здається, що багато в чому, нам допоміг цей пілотний проект - його результати варті праці. Ми стали дивитися на світ іншими очима. Знаєте, якось зранку, я прокинулася, подивилася у вікно і побачила, що з того гранітного обрамлення, що біля нашого штучного озера, вночі зняли чавунну секцію. Так боляче стало - на тому місці вже двоє діточок втопилося, коли огорожі не було. І що ж тепер? Виходжу, а сусідка каже: „Напиши про це, може огорожу відновлять". Та скільки ми будемо на когось розраховувати? Мені здається, що давно вже час згадати, що ми люди, а не тільки раз на 5 років виборці. У нас теж є душа і сила, сила ця - в об'єднанні і її потрібно лише розбудити.

А тепер оголошимо прізвища тих, хто протягом року намагався своїми публікаціями активізувати громадську думку. Фіналісти конкурсу:

1. Бондар (Орел) Світлана (газета «вечірня газета») - Публікація: "Чим більше розумів взаємодіють, об'єднавшись, тим більші можливості нації"
2. Талашкевич Вікторія (газета «наша газета») - Публікація: "Розвиток громади по-львівськи"
3. Вдовиченко Галина (газета „21 -й канал") - Публікація: "Беспредел" в гуртожитках"
4. Вацик Світлана (газета «наша газета») - Публікація: "Волонтерам скучать некогда"
5. Лункан Оксана (газета «вечірня газета») - Публікація: "Ми народжуємося заново"
6. Корінь Тетяна (газета «кіровоградська правда») - Публікація: "СЦД: один фатальний шприц, одна фатальна ніч..."
7. Нікітіна Олена (газета «наша газета») - Публікація: "Проблеми довкілля і його захисту"
8. Селецька Наталія (газета „21 -й канал") - Публікація: "Циганська доля"
9. Худояров Руслан (газета «фаворит») - Публікація: "Не стоит прогибаться под изменчивый мир"
10. Кучерява Олена (газета Україна - центр") - Публікація: "С правом на надежду"

Еліна Морозко

БІБЛІОТЕЧКА для НД

"НДО-Інформ" (Кіровоград, ЦПТІ, ІСКМ, -1999-2003) ІСКМ видає щомісячний бюлетень "НДО-Інформ", у якому подається інформація про роль НДО в Україні та за її межами, про основні принципи існування цих організацій, про позитивний досвід та перспективи. Для того, щоб безплатно отримувати примірник бюлетеню, необхідно надіслати на поштову адресу ІСКМ офіційний лист-запит з печаткою організації.

Інформаційне забезпечення процесу рішення соціальних проблем на місцевому рівні

(Азарова Т.В., Абрамов Л.К., - ІСКМ, Кіровоград, - 2003, 116с.) Видання присвячено опису інформаційних механізмів, покликаних допомогти у досягненні позитивних результатів при мінімальних витратах, у вирішенні соціальних проблем місцевими громадами. Видання акцентує увагу саме на локальному рівні, де традиційні форми інформаційного забезпечення громадської активності не завжди ефективні, але існують інституції, які в змозі допомогти у цій справі всім небайдужим до вирішення соціальних проблем. Безплатно отримати видання можна надіславши офіційний лист-запит на адресу Інституту соціокультурного менеджменту: ІСКМ, а/с 4/30, Кіровоград, 25006, Україна

ІСКМ, а/с 4/30, М.Кіровоград, 25006, Україна

ЄВРОПЕЙСЬКА інтеграція з питань демократії та прав людини

Загальна інформація

Програма заснована за ініціативою Європейського парламенту в 1994 році Європейська ініціатива з питань демократії та прав людини (ЕГОНК) має на меті пропагування прав людини, демократії та попередження конфліктів в

діяльності з такими цілями. Через ініціативу (ЕГОНК) кожного року Європейська Комісія фінансує макро та мікро проекти у вибраних країнах. Мікро проекти за програмою ЕГОНК є такими, що отримали грант від Європейської Спільноти на суму, що встановлюються індивідуально Представництвом Європейської Комісії у відповідних країнах. *Цілі та пріоритетні питання* Загальною метою програми є швидке реагувати на питання, що ставляться українськими НУО, що створені пропагувати та захищати права людини та демократію. В межах загальної цілі Програмою мікро проектів ЕГОНК визначено три тематичних рівноцінних пріоритети для поточного Запрошення для надання пропозицій: Поліпшення доступу до судочинства Дотримання прав людини, звітність та захист Поліпшення верховенства права та поглиблення юридичного захисту прав людини. *Фінансування* Загальна індикативна сума, що виділяється в рамках цього Запрошення для надання пропозицій, становить 600 000 євро. Підрядний орган залишає за собою право не призначати всю виділену суму. *Суми грантів*

Наступні мінімальні та максимальні суми відповідають фантам на окремі проекти, що можуть бути профінансовані в рамках програми: Мінімальна сума: 20 000 євро Максимальна сума: 100 000 євро Більш того, грант може складати не більше 90% загального відповідного проектного кошторису. Залишок має бути профінансований з власних джерел заявника чи партнера, або з джерел інших від бюджету Європейського Співтовариства. *Хто може подавати заявку* Заявники повинні відповідати наступним вимогам, щоб мати право отримати грант: Бути неприбутковою організацією; Бути неурядовою організацією; Бути зареєстрованою в Україні; Бути безпосередньо відповідальним за підготовку та втілення проекту, не діяти як посередник; Мати стабільні та достатні джерелі фінансування для забезпечення безперервності функціонування своєї організації впродовж реалізації проекту та, в разі необхідності, частково профінансувати його; Бути досвідченим та спроможним продемонструвати свою здібність реалізовувати більш масштабну діяльність у відповідності до розміру проекту, за грантом на який звертаються. *Як подати заявку*

НДО-Інформ

№ 12 (24) грудень, 2003

Заявки подаються на аплікаційній формі. Аплікаційні форми також можна отримати на сайті Європа:

http://europa.eu.int/comm/europeaid/tender/gestion/p/g/e03_en.htm

. Заявники мають ретельно дотримуватися формату заявки та заповнювати сторінки у відповідному порядку.

Коли подавати заявку

Заявки для участі у конкурсі приймаються до 17:00 (за київським часом) 10 лютого 2004 р. *Де знайти більш детальну інформацію*

<http://www.delukr.cec.eu.int/ua/special/tenders.php>

Координатор програми в Представництві: Тетяна Шульга (тимчасово)

"ДІВОЧИЙ СВІТ" початок традиційного конкурсу від Харківського Центру жіночих досліджень

Цей конкурс присвячений ролі дівчат та молодих жінок в українському суспільстві. До участі у ньому запрошуються учениці 9-11 класів загальноосвітніх та спеціалізованих шкіл, гімназій і ліцеїв, незалежно від форми їх власності.

Триватиме конкурс до 17 квітня 2004 року і складатиметься з трьох наступних етапів: 1 етап (до 1 лютого 2003 року) - письмова робота (есе) на тему: "Що чекає на дівчат?", у межах якого авторки розкривають наступні (на вибір) питання:

- Уявіть, що за Вашим наказом із завтрашнього дня в Україні дотримуються всіх прав дитини. Яким стане суспільство, коли це відбудеться?
- Чи виникнуть якісь негативні явища та/або проблеми, коли всі права дитини будуть дотримані? Якщо так, то які саме?
- Чи є якісь права дитини, які на Вашу думку мають бути дотримані у першу чергу? Чи є

КОНКУРСИ

такі категорії дітей, чії права мають бути дотримані у першу чергу? [3 Чи існують якісь особливі права дівчат, які є відмінними від прав хлопців, та в чому вони полягають? Якщо так, то що має бути зроблене для забезпечення цих прав та можливостей? □ Чи забезпечує оточення дівчини достатні можливості для її розвитку? А сучасне українське суспільство? В яких сферах? Які перепони існують на шляху дівчат і чи існують вони взагалі? Що має бути зроблене для їх усунення?

Всі ці питання тим чи іншим чином мають бути висвітлені у роботі. Перевага буде надаватися творам, зміст яких побудовано на аналізі статистичних даних, соціологічних опитувань, психологічних та правових досліджень.

Вимоги до оформлення роботи:

1. Обов'язкові складові частини при оформленні письмової роботи: титульний аркуш, основна частина, список літератури (без списку літератури роботи не розглядаються).
2. Есе має складатися із 1,5-2 тисяч слів (не менше п'яти сторінок друкованого тексту)
3. Титульний лист має містити: ПІБ авторки, вік, адресу, контактні телефони, електронну пошту (якщо є), назву або девіз роботи (не більше 10 слів), номер школи та клас, у якому навчається авторка.

Есе надсилається рекомендованим листом або електронною поштою з позначкою "Конкурс "ДС". Останній день відправки - 1 лютого 2003 року.

За результатами першого туру будуть відібрані 30 творів. Їх авторки будуть запрошені на співбесіду за темою твору, що дозволить виявити світоглядну позицію дівчинки. Другий етап орієнтовно відбудеться 15-16 квітня 2004 року у Харкові. За результатами співбесіди буде відібрано та нагороджено 10 переможниць.

Контакти: майдан Р. Люксембург, буд.

2, кв. 45 м. Харків, 61003

kcws@bi.com.ua 8 (057) 712-10-15

(понеділок - четвер з 15:00 до 17:00)