

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеський національний університет

ім. І.І. Мечникова

філософський факультет

кафедра філософії природничих факультетів

**«Методика організації
культурних проектів»**

Навчально-методичні розробки до курсу

Одеса

2007

Навчально – методичні розробки до курсу «Методика організації культурних проєктів» мають на меті допомогти студентам філософського факультету зорієнтуватися у процесі створення власних культурних проєктів. Розглянуто теми, які пропонуються для вивчення. Розробки містять методичні вказівки щодо створення електронних публікацій, презентацій, веб-сайтів. Посібник містить також список літератури та посилання на спеціальні інтернет ресурси.

Упорядник: Л.Н.Богата, кандидат філософських наук

*Рецензенти: К.В. Ушакова, кандидат філософських наук, доцент
І.В. Голубович, кандидат філософських наук, доцент*

Рекомендовано до друку на засіданні вченої ради філософського факультету Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
Протокол № 5 від 9 лютого 2007 року

Введение

Основная цель курса «**Методика организации культурных проектов**» состоит в том, чтобы обучить будущих специалистов технологиям инновационной деятельности, методам конструирования, проектирования и программирования таких объектов, как *социально-психологическая среда, социально-культурная среда, образ жизни, сфера жизнедеятельности*; сформировать проектные качества и способности личности, ее умение организовывать собственные технологические подходы к решению задач в динамично меняющихся нестандартных ситуациях.

Актуальность овладения основами социально-культурного проектирования обусловлена, во-первых, тем, что данные технологии имеют широкую область применения во всех сферах социокультурной деятельности. Во-вторых, владение логикой и технологией социокультурного проектирования позволит специалистам более эффективно осуществлять аналитические, организационно-управленческие и консультационно-методические функции в социально-культурной сфере. В-третьих, проектные технологии обеспечат конкурентноспособность специалиста на рынке труда.

Умение разработать социально- значимый проект и оформить заявку на его финансирование – это реальная возможность создать себе рабочее место как в рамках существующих учреждений и организаций, так и вне их.

Структура методического пособия и специфика изложения материала обусловлена характером проектной практики. В этой связи теоретическую основу материала не следует связывать с какой-либо одной отраслью научного знания, поскольку проектирование опирается на принципы и методы самых различных областей культурной деятельности – философии, культурологии, социологии, психологи, менеджмента.

Основные задачи методического пособия смогут быть определены как ознакомление студентов с:

- основными положениями культурного проектирования;
- культурным проектом как формой социокультурной практики;
- методиками и техниками фандрайзинга;
- существующими формами благотворительности;
- неприбыльными организациями (НПО) - как основными субъектами фандрайзинговой деятельности;
- методикой составления типовой формы заявки к проекту;
- методиками подготовки мультимедийной презентации, публикации и веб-сайта.

Все отмеченные задачи решаются в рамках семи тем, организующих содержание методического пособия.

Тема 1. Проектная сущность социально-культурных технологий

Культурная деятельность. Способы культурного проектирования. Объект культурного проектирования. Сущность и методология социально-культурного проектирования: основные понятия. Теоретические основания социокультурного проектирования. Задачи проектной деятельности. Формы существования проекта. Виды проектов.

Культурная деятельность

Одна из основополагающих характеристик «человека культурного» является его способность к проективной деятельности, т.е. к продуктивному воображению, творческому преобразованию реальности на основе «модели будущего».

Смысл культурной деятельности заключается в культивировании всех составляющих человеческого бытия, в способности человека выходить за свои пределы в форме целеполагания, конструирования идеального образа человека и мира.

В процессе производства (освоения) «предметов культуры» человек рефлектирует относительно его совершенных, идеальных форм – идеальной структуры художественного продукта, идеальных форм социального устройства, идеальных отношений между людьми.

Проектная деятельность относится к разряду инновационной, творческой деятельности, ибо предполагает преобразование реальности, строится на базе соответствующей технологии, которую можно унифицировать, освоить и усовершенствовать.

По **способу** проектирования можно выделить:

-философско-теоретическое проектирование - конструирование моделей мира и человека на основе рационального мышления;

-духовно-ценностное проектирование – создание в рамках религиозно-этических систем идеала, воплощающего представление конкретной культуры о человеческом совершенстве;

-художественное проектирование «второй реальности» с помощью образа, знака, символа и др.

По **объекту** проектирование может быть:

-социальным (создание моделей общественных явлений, социальных институтов, новых форм социального устройства и общественной жизни, разработка систем управления, законов и т.п.);

-педагогическим – создание моделей и образов идеального человека в рамках этических и педагогических систем, самопроектирование личностью своего развития;

-инженерным (проектирование «второй природы» из материала «первой»).

Комбинация различных способов проектирования в соотношении с теми или иными составляющими объектной деятельности дает множество вариантов про-

Список литературы к курсу

Масленникова Е. Как получить грант, или где взять деньги на безумные идеи? АТЕЛ, 20005.-304 с.

Полат Е.С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования М., 2003

Полат Е.С. Типология телекоммуникационных проектов.// Наука, 1997.

Мойсеева М.В. Введение в компьютерные коммуникации // Информатика и образование, 1993, ¹⁴.

Тихонов М.Ю. Информационное общество. М.. 1998г.

Менеджмент в малом бизнесе. Бизнес-план. М., «Дека», 1993 г.

Бэгьюли Ф. Управление проектом - М. Издательство Гранд, 2002г.

Валдайцев С.В., Мотовилов О.В., Молчанов Н.Н. и др. Управление исследованиями, разработками и инновационными проектами. СПб: Издательство СПбГУ, 1995

Воронцовский А.В. Методы обоснования инвестиционных проектов. Методические указания. - СПб.: ПМЛ СПбГУ, 1994.

Грачева М.В. Анализ проектных рисков. - М.: Финстатинформ, 1999.

Молчанов Н.Н., Шарахин П.С, Модич Т.В., Михайлов Р.А. Управление инновационными проектами. - СПб, Издательство СПбГУ 2001г

Урезченко В.М. Анализ инвестиционных проектов. (Серия «Учебники Экономико-аналитического института МИФИ»). Под ред. проф. Харитонов В.В.) – М.: МИФИ, 1999.

Клиффорд Ф. Грей, Эрик У. Управление проектами: Практическое руководство / Пер. с англ. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2003. – 528 с.

Адреса полезных сайтов

www.businessvoc.ru

www.hro.org/editions/verbicki/14/htm

www.iro/yar/ru:8101/institut/market/shtml

www.owl.ru/content/grants/p39518.shtml

www.33333/ru/public/isf.php?st=2

www.pr-club.com

3. Рекомендации по созданию веб-сайта проекта

3.1. Следует позаботиться о том, чтобы содержание материалов сайта и его стилистика соответствовали сегменту аудитории, на который он ориентирован.

3.2. Основные направления использования веб-сайта в проекте:

- как информационный ресурс для других участников проекта;
- для установления контактов с возможными партнерами проекта в различных уголках мира;
- как способ поиска возможных партнеров проекта;
- как место хранения информационных ресурсов проекта;
- для опубликования результатов опросов и анкетирования;
- для обзора результатов работы над проектом;
- для отражения различных событий, которые происходят во время подготовки и проведения проекта;
- для создания интерактивной газеты или журнала.

3.3. Планирование содержания ученического веб-сайта.

- согласовать стилистику и оформление сайта в соответствии с особенностями сегмента аудитории, на который он ориентирован;
- определить какой характер соединения с Интернет (быстрый или медленный) будет иметь соответствующий сегмент аудитории (от этого зависит количество и качество изображений на сайте);
- обратить внимание на согласованность элементов дизайна веб-сайта. Необходимо выбрать ненавязчивый фон, определить стили заголовков и общий порядок размещения страничек;
- на каждой страничке веб-сайта целесообразно разместить:
- кнопки для гиперссылок для перехода на основную страничку;
- адрес электронной почты;
- дату последней модификации сайта.

3.4. Размещение веб-сайта.

В Интернете существует значительное количество узлов, которые предлагают бесплатное размещение веб-страничек. Такие узлы можно найти, если задать для поиска фразу «бесплатное размещение в Веб».

Адреса бесплатных украинских серверов:

[http:// www.ukrbiz.net](http://www.ukrbiz.net)

<http://www.freehost.kiev.ua>

3.5. Подготовка веб-сайта осуществляется в программе Publisher

ектной деятельности – в виде специализированных технологий.

Пр.: синтез художественного и технического проектирования порождает технологию дизайна.

Соединение различных элементов социального, духовно-ценностного и педагогического проектирования порождает идеологию.

Социально-культурное проектирование представляет собой мировоззренческую и технологическую основу целого ряда профессий социально-культурной, социально-педагогической и культурологической направленности.

В основе любой профессии социально-культурной направленности лежит способность подготовить и провести культурную акцию (систему мероприятий и акций), предварительно обосновав ее идею, замысел, определив цели и задачи, предполагаемые средства их решения.

Мероприятия, акции, программа будут эффективны лишь в том случае, если в их основу будет положен идеальный замысел – предваряющий действие проекта.

Сущность и методология социально-культурного проектирования:

основные понятия:

- *социокультурное проектирование* (сущность, объект, цели, задачи, приоритетные области).

- *программа и проект* как результаты проектной деятельности (особенности, условия и формы существования).

- *мировоззренческие основы проектной деятельности*, целевая установка и варианты проектных стратеги.

- *социально-культурная деятельность* как объект проектирования.

- понятие *регион* в контексте проектирования.

Теоретические основания социокультурного проектирования

Преимущества технологии проектирования по сравнению с другими методами целенаправленных социокультурных изменений заключается в том, что она сочетает в себе нормативный и диагностических подходы, характерные для программирования и планирования.

При разработке программ акцентируется нормативная сторона изменений, т.е. образ «должного» доминирует над диагнозом ситуации и реальной оценкой имеющихся ресурсов, поэтому общая стратегия программы оказывается слишком абстрактной. Планирование же, наоборот, слишком детально предписывает цели, результаты и способы деятельности.

Социокультурное проектирование – это специфическая технология, представляющая собой конструктивную, творческую деятельность, сущность которой заключается в анализе проблем и выявлении причин их возникновения, выработке целей и задач, характеризующих желаемое состояние объекта, разработке путей и средств достижения поставленных целей.

Следует отметить потенциальное многообразие проектных решений одной и той же проблемной ситуации.

В качестве ведущих целей культурного проектирования можно определить:

-создание условий для развития социокультурного субъекта (личности, общности, общества в целом);

-самореализация человека в основных сферах его жизнедеятельности путем оптимизации его связей с социокультурной средой;

-разрешение или минимизация проблем, характеризующих неблагоприятные обстоятельства его жизнедеятельности;

-обеспечение благоприятных условий для саморазвития культурной жизни посредством стимулирования механизмов самоорганизации.

Задачи проектной деятельности:

-анализ ситуации, всесторонняя диагностика проблем и четкое определение их источника и характера;

-поиск и разработка вариантов решений рассматриваемой проблемы с учетом имеющихся ресурсов и оценка возможных последствий реализации каждого из этапов;

-выбор наиболее оптимального решения и его проектное оформление;

-разработка организационных форм внедрения проекта в социальную практику и условий, обеспечивающих реализацию проекта в материально-техническом, финансовом, правовом отношении.

Формы существования проекта:

А) как составная часть программы, представляющую собой форму конкретизации приоритетных направлений развития социокультурной жизни территории;

Б) как самостоятельный вариант решения локальной проблемы, адресованной конкретной аудитории.

Виды проектов.

По содержанию проблем, определяющих актуальность проекта и новизне способов их разрешения, проекты могут быть типовыми и уникальными.

Подготовка презентации осуществляется с помощью программы *Power Point*.

2. Рекомендации по созданию публикации к проекту.

2.1.Мультимедийная презентация должна соответствовать целям проекта. Ее язык и содержания должны быть понятны сегменту аудитории, на который она ориентирована.

2.2. Возможные варианты использования публикации в проекте:

-информационный бюллетень или объявление;

-мини-газета;

-календарь, в оформлении которого используется информация о проекте;

-еженедельный календарь-напоминание о проекте;

-объявления о значимых событиях, проводимых в рамках проекта;

-визитки для участников проекта;

-рекламные материалы для информирования о проекте;

-приглашение для участия в том или ином мероприятии, проводимом в рамках проекта и пр.

2.3.Планирование создания публикации:

-формулировка цели презентации;

-определение названия презентации;

-определение темы публикации;

-определение дополнительных материалов, которые необходимо искать в Интернете;

-определение других ресурсов, которые необходимы для создания публикации (электронная энциклопедия, справочники, диски с рисунками и фотографиями).

2.4.Пример разделов информационного бюллетня:

-вступительная статья;

-результаты проведенного опроса общественного мнения;

-обзор собранного материала к проекту;

-обзор существующих разработок по указанной проблеме;

-интервью;

-хроника местных событий;

-объявления;

-страничка рекомендаций;

-рисунки, компьютерная графика;

-списки информационных источников.

2.5. Разработка сценария информационного бюллетня:

-формулировка заголовка информационного бюллетня;

-формулировка заголовка передовой статьи;

-формулировка заголовков второстепенных статей.

2.6.Планирование содержания информационного буклета.

-определение общей цели;

-определение заголовка буклета;

-темы для поиска дополнительных материалов из ресурсов Интернет.

2.7. Подготовка публикации осуществляется с помощью программы *Publisher*.

Тема 7. Рекомендации по созданию мультимедийной презентации, публикации и веб-сайта

1. Рекомендации по созданию мультимедийной презентации.

1.1. Мультимедийная презентация должна соответствовать целям проекта. Ее язык и содержание должны соответствовать сегменту аудитории, на который она ориентирована.

1.2. Возможные темы для презентации:

- демонстрация содержания Проекта (ориентирована на использование во время презентации проекта);
- демонстрация результатов работы в рамках подпроектов;
- демонстрация информативного материала к проекту (графики, схемы, таблицы);
- представление данных мультимедийных энциклопедий, библиотек, интернета;
- демонстрация результатов исследования и различного рода опросов;
- демонстрация результатов работы над проектом.

1.3. Планирование создания презентации:

- определение цели презентации;
- определение названия презентации;
- определение темы презентации;
- определение дополнительных материалов, которые необходимо искать в Интернете;
- определение других ресурсов, которые необходимы для создания презентации (электронная энциклопедия, справочники, диски с рисунками и фотографиями).

1.4. Составление сценария презентации:

- разбивка презентации на отдельные слайды;
- определение содержания каждого из слайдов.

Наиболее типичный вариант презентации:

1 слайд: название презентации, информация об авторах

2 слайд: ключевая проблема, разрешению которой способствует соответствующая часть проекта;

3 слайд: перечисление основных этапов работы над проектом (подпроектом);

4 -8 слайды: более подробная информация об отдельных этапах работы; один из слайдов должен представлять графический способ подачи информации;

9 слайд: информация об участниках проекта;

10 слайд: контактная информация (почтовый, электронный адрес, адрес веб-сайта; прочая информация об информационных источниках).

1.5. Технические требования к презентации:

- презентация должна быть создана в программе *Microsoft PowerPoint*;
- в презентации обязательно использование эффектов анимации;
- в презентации обязательно использование изображений, взятых из Интернета;
- в презентации обязательно использование вставленной диаграммы;
- в презентации возможно использование вставок – видео и звуковых файлов.

Типовые проекты- воспроизводимы в других ситуациях с небольшой корректировкой в соответствии с местными условиями.

Уникальные проекты не могут тиражироваться в силу неповторимости ситуации и объектной области проектирования.

Тема 2. Культурный проект: от замысла к реализации

Место культурных проектов в современной культурной деятельности. Культурные проекты как отклик культуры на изменения окружающего культурного пространства. Системность культурных проектов. Поиски проблем, на решение которых направлены культурные проекты. Информационные технологии как способ реализации проектных технологий. Информационная сложность проектов. Проектный режим.

1. Культурный проект – антипод рутинной деятельности

В поле зрения органов управления находится, прежде всего, *рутинный* процесс культурного производства, состоящий из *повторяющихся* в определенной последовательности *операций*: охрана и реставрация музейных памятников, пополнение библиотечных коллекций и т.п. Процесс деятельности учреждений культуры состоит из набора заранее известных процедур и потому поддается администрированию.

Проект является антиподом рутинной деятельности.

2. Проект – это «растущий слой клеток культуры»

Из оппозиции *проект - рутинная* деятельность проистекает *«революционная»* сущность проектов, которые ломают установившийся порядок вещей, сложившиеся процедуры культурной деятельности. Именно поэтому проекты отвечают за модернизацию и развитие.

Проекты принадлежат культуре *производящей*, а не *воспроизводящей* образцы, нормы, ценности, а, следовательно – образцы и стандарты.

3. Проект – это нечто несуществующее, но не несбыточное

Если рутинная деятельность фиксирует нижнюю границу проектного слоя культуры, то за пределами верхней границы, обнаруживается то, что обозначается словом *прожект*. *Прожект* – это пародия на проекты, ибо они не имеют связи с реальностью или заведомо пренебрегают ею. Прожекты оказываются лишенными основания.

4. Проект есть реакция культуры на изменения внешней среды

Понятие проект, еще недавно подразумевавшее фиксацию основных идей, средств, плана деятельности, заметно расширилось. В настоящее время проект

стал способом преобразования культурной действительности через индивидуальность автора.

5. Основные признаки проекта:

- целенаправленность;
- целостность;
- ограниченность во времени;
- инновационность;
- коммуникативность;
- адаптированность к внешним условиям.

6. Проект всегда системен и состоит из взаимосвязанных элементов

Фактор ограничения во времени является показателем планируемости работы по осуществлению проекта, дает возможность реализовывать его поэтапно. Настоящий проект может считаться относительно независимым и самодостаточным, по крайней мере, на стадии его реализации при этом он состоит из отдельных взаимосвязанных элементов.

7. Инновационность проекта

Степень инновационности проекта всегда бывает разной. Степень инновационности проекта зависит от уровня интерпретации проектной идеи.

8. Чем неординарнее ее проект, тем больше степень риска при его реализации

В связи с этим, значительно важнее новизны – творческий замысел. Проектная деятельность пронизана творчеством. Увидеть проблему – искусство, выразить ее словами – искусство, сформулировать решение этой проблемы – творчество.

9. Коммуникативная черта проектов

Проект всегда к кому-либо обращен: к руководству, властям, общественности, благотворительным фондам. Эта повышенная коммуникативность объясняется постоянно возрастающим значением внешних факторов и непрерывно усложняющимся социальным контекстом проектирования. Отсюда вытекает важность для проектов *современных проектных технологий*.

10. Адаптивная черта проектов

рудования, полученного из собственных источников (колонка «Имеющееся»). Это демонстрирует донору возможности организации к самофинансированию.

Важно: необходимо внимательно читать объявления фонда по поводу того, что рассматривается в качестве «оборудования». Возможно, Фонд не рекомендует покупку оборудования, а поощряет его аренду. Этот раздел должен также включать все дополнительные расходы по доставке оборудования, его страхованию.

Расходные материалы

К расходным материалам относятся канцелярские принадлежности, учебники, учебные таблицы, бумагу, расходы на публикации, почтовые расходы.

Командировочные и транспортные расходы

В командировочные расходы входит оплата билетов а также оплата суточных (из расчета на каждый день, в соответствии с существующими в вашей организации, районе нормами). К этой статье расходов следует добавить аренду автомобиля.

Прочие расходы

В эту статью расходов можно включить все, что не вошло в предыдущие: оплата объявлений, проведение совещаний, конференций.

Непрямые расходы

Непрямые расходы – те, которые не имеют к проекту прямого отношения, но необходимы для приобретения вещей, без которых организация, занимающаяся проектом, не может нормально функционировать.

Как непрямые расходы могут быть квалифицированы: оплата за электричество, телефон, лифт и пр.

Разовые приобретения

Разовые приобретения могут делаться лишь однажды в течение всего срока проекта. К ним можно отнести покупку компьютера, офисной техники или автомобиля.

Критерии оценки бюджета

1. Четкое разграничение средств, получаемых от доноров и других организаций.

2. Соответствие бюджета описательной части заявки.

3. Достаточность суммы, указанной в бюджете, для обеспечения работ, приведенных в описательной части заявки.

4. Подробность бюджета. Отсутствие расчетных ошибок.

5. Включенность в бюджет всех статей, финансируемых донором.

6. Включенность в бюджет всех статей, финансируемых из других источников.

7. Включенность в бюджет всех видов работ, осуществляемых на добровольной основе.

8. Выделенность в бюджете расходов на налоги от заработной платы.

9. Включенность в бюджет всех непрямых расходов.

ывать с соответствующим уровнем в других организациях.

Внимание: если используется работа добровольцев, то необходимо документировать ее также, как если бы она оплачивалась. Необходимо вести подробные записи обо все проделанной работе.

Налоги

В бюджете проекта следует предусмотреть затраты, связанные с выплатой налогов и другими обязательными отчислениями в гос.бюджет. Налоги включают:

- отчисления в пенсионный фонд;
- обязательная медицинская страховка;
- отчисления в фонд занятости;
- социальное страхование;
- и пр.

Основные прямые расходы

Оплата питания

Оплата за питание рассчитывается следующим образом:

*Количество человек*стоимость питания в день*количество дней.*

В случае разового питания (фуршеты, питание во время совещаний) расчеты проводятся следующим образом;

*Количество человек*стоимость разового питания*

Оплата проживания

Оплата за проживание рассчитывается следующим образом:

*Кол. проживающих*стоимость проживания в сутки*кол. суток*

Помещение и коммунальные услуги

В этом разделе бюджета указывается стоимость всех используемых помещений, эксплуатационных расходов.

Пример:

Аренда помещения под офис :

100кв.м.\$4/кв.м./м-ц*12 м-цев=\$4800.*

Стоимость затрат на аренду должна соответствовать средней стоимости аренды офиса для соответствующей местности.

Аренда помещений для проведения семинаров, конференций или совещаний не включается в данный раздел, а относится к разделу «Прочие прямые расходы».

Плата за междугородние переговоры и связь также входит в раздел «Прочие прямые расходы».

Аренда и покупка оборудования

В этот раздел входят все затраты на приобретение или аренду оборудование, которое предполагается использовать при работе над проектом.

Сюда входит: оборудование офиса, факс, автомобиль, мультимедийная техника.

Важно: необходимо обязательно записывать в бюджет как можно больше обо-

В связи с тем, что главные предпосылки успеха проекта лежат во внешней среде, проект вынужден к ней приспособливаться. Адаптивность предполагает умение вписываться в определенные рамки, встраиваться в заданный контекст. Самый блестящий проект, игнорирующий это условие, обречен на неуспех.

Рамки – это не что иное, как современные тенденции в развитии общества, обуславливающие эволюцию культурных запросов. Становление рынка, развитие гражданского общества, формирование единого информационного пространства – все это не только рамки, но и возможные каналы финансирования проектов.

11.Фазы полного проектного цикла:

-замысел;

-планирование и оформление;

-реализация;

-завершение.

Имеют место проекты-матки или метапроекты, порождающие массу себе подобных проектов.

12.Культурные проекты – сфера применения современных информационных технологий

Информационные технологии есть средство конкретизации проектных заготовок. В культурных проектах информационные технологии обеспечивают:

-доступ к информации;

-взаимодействие партнеров;

-расширение базы проектирования;

-создание новых ресурсов и т.п.

Компьютерное обеспечение позволяет формировать пространство проектной коммуникации.

13.Роль информации в проекте прямо пропорциональна его сложности

При разработке проектной идеи идеальным средством является создание сайта. Он позволяет ориентироваться в проблемном поле, собрать и провести ревизию проектных идей.

14.Компьютерная модель проекта

Уже на стадии планирования желательно приступить к разработке компьютерной модели проекта. Компьютерный двойник должен отражать существенные стороны проектной работы. Компьютерная версия проекта позволяет фиксировать результаты и подтверждать значимость каждого проектного действия.

Информационные технологии дают возможность осуществлять компьютерный мониторинг проекта, включающий контроль и оценку деятельности по его реализации. Анализ информации позволяет отслеживать движение проекта, корректировать проектный курс.

Информационный двойник проекта сопровождает все фазы его развития.

15. Настоящие проекты решают проблемы организации и ее взаимодействия с окружающим социумом

Для проектной деятельности идеально приспособлены саморазвивающиеся структуры, не сопротивляющиеся воздействиям внешней среды, а эволюционирующие вместе с ней. Это могут быть – творческие группы, временные коллективы, небольшие фирмы, объединения волонтеров, ассоциации и т.п. Этот неинституциональный слой культуры и является средой, порождающей большую часть культурных проектов.

16. Проектный режим

Чтобы затраченные на подготовку проекта усилия не пропали даром, необходимо выйти на проектный режим и научиться в нем работать, последовательно идти от анализа ситуаций к целям, от целей – к задачам и стратегии, от стратегии – к планам осуществления. «Один проект – не проект. Два проекта – полпроекта, три проекта – проект».

Тема 3. Благотворительная деятельность и ее субъекты. Особенности функционирования НПО по созданию и реализации культурных проектов

Основные термины: благотворительность, донор, меценат, спонсор. Мотивы донорства. Гранты. Типы грантов. Действующие лица на рынке фандрайзинга. Пять основных источников финансирования НПО. Виды ресурсов для поиска. Бюджет НПО. Классификация благотворительных фондов.

Основные термины

Благотворительность - добровольное и бескорыстное жертвование средств.

Благотворительность существует в двух формах: меценатство и спонсорство.

Меценат – физическое лицо, оказывающее материальную, организационную и иную благотворительную помощь на бескорыстной основе.

Спонсор – юридическое или физическое лицо, оказывающее на добровольной

услуги;

-транспортные и командировочные расходы (стоимость проезда и суточные на проживание и питание);

-оборудование (приобретение или аренда) и материалы (канцтовары, расходные материалы, бумага);

-связь (почта, телефон, факс, электронная почта и пр.);

-публикации (с указанием количества страниц и тиража);

-изготовление видеопродукции и пр.;

-административные расходы (обычно не более 5-15% от общей стоимости проекта).

Могут быть и другие статьи расходов, связанные с проведением запланированных мероприятий. Может быть учтена инфляция, особенно, если проект рассчитан на длительный срок.

Нужно внимательно изучать условия конкурса, поскольку не все фонды финансируют любые статьи расходов.

В конце бюджета подсчитывается: общая стоимость проекта, вклад НПО, в том числе средства из других источников и сумма, запрашиваемая у фонда.

В пояснениях к бюджету дается толкование всего, что необходимо, чтобы эксперт фонда мог понять любую статью расходов.

Тема 6. Создание бюджета культурного проекта

Понятие про бюджет и бюджетную деятельность. Зарплата и гонорары. Налоги. Основные прямые расходы. Непрямые расходы. Критерии оценки бюджета.

Понятие про бюджет

Бюджет – наиболее фундаментальная и важная часть заявки проекта

Бюджет – это объяснение для донорской организации того, как планирует-ся распорядиться выделенными для проекта средствами.

Бюджет – в зависимости от того, в какую донорскую организацию он подается, может быть представлен в национальной валюте, долларах или евро.

Запрашиваемую сумму необходимо разбить поэтапно, сгруппировать затраты по видам деятельности.

Обязательно необходимо обратить внимание доноров на другие источники финансирования. Укажите и подробно прокомментируйте ресурсы из других источников, которые предполагается задействовать в данном проекте.

Разные фонды предъявляют разные требования к составлению бюджета. Обычно частные фонды запрашивают менее подробные сведения, чем государственные.

Внимание! Прежде, чем распределять деньги по статьям бюджета необходимо изучить налоговое законодательство, чтобы не оказаться в ситуации, когда половина полученных денег уйдет на налоги.

Зарплата и гонорары

В этом разделе необходимо записать всех работников с указанием должности, работающих как на постоянной основе, так и временно.

Внимание: при определении уровня заработной платы необходимо ее согласо-

8. Ожидаемые результаты и критерии их оценки

Описываются те ожидаемые изменения в обществе, в окружающей среде или какой-либо конкретной ситуации, которые произойдут в результате осуществления проекта. Результаты могут быть выражены: в измеряемых единицах или в более общих категориях.

Необходимо показать, как можно будет оценить эффективность вашего проекта после его завершения и на какие критерии успеха при этом опираться.

К количественным показателям можно отнести тираж выпущенных в ходе проекта изданий, количество часов (дней) проведенных семинаров, количество обученных людей и прочие цифры и факты.

К качественным показателям и критериям их оценки можно отнести: информацию о том, как и по каким признакам вы узнаете, что ситуация действительно изменилась в лучшую сторону; насколько стабильны будут эти изменения; в какой мере потребность целевой группы будет удовлетворена.

Результаты для общества: внесет ли проект что-то новое в общественную жизнь; возможно ли реализовать эти методики в другом месте, усилиями другой команды; будут ли в процессе реализации проекта собраны сведения и проведены исследования, представляющие определенную общественную ценность, и если да, то как планируется обеспечить доступ к этим материалам представителей заинтересованных групп.

Обычно фонды интересуются, будет ли продолжаться работа по этому проекту в дальнейшем и если да, то откуда ожидается приток денег на продолжение работы (спонсоры, государство, доходы от платных услуг, фонды...) и на чем эти ожидания основаны.

9. Бюджет проекта

Бюджет лучше представить в виде таблицы с построчной расшифровкой содержания; он должен соответствовать объему работ, которые будут производиться.

Для обоснования можно поместить в приложении прайс-листы из магазина или ксерокопии сообщений о стоимости товаров или услуг.

В бюджете указывается, какой вклад делает сам заявитель: это могут быть деньги, предоставляемое помещение, используемое оборудование, стоимость труда добровольцев и т.д., но все должно быть указано в денежном выражении.

Стандартные статьи бюджета:

- зарплата персонала;
- социальные выплаты (налоги, страхование);
- аренда помещений (для офиса, для проведения мероприятий) и коммунальные

бесприбыльной основе материальную поддержку благотворительной деятельности в целях популяризации своего имени, торговой марки.

Донор – юридическое или физическое лицо, оказывающее материальную, финансовую, организационную или иную благотворительную помощь неприбыльным организациям на добровольной и бескорыстной основе.

Мотивы донорства

Причины жертвования средств могут основываться на:

- стремлении помочь;
- невозможности отказать;
- личной заинтересованности в решении проблем;
- существовании общественного интереса к проблеме;
- существовании у НПО хорошей репутации, представительного Попечительского совета, состоящего из известных людей;
- наличии определенных амбиций (я не хуже других);
- наличии стремления быть причастным к благородному делу;
- по религиозных убеждениях;
- чувствуют себя обязанным кому-либо;
- понимают важность проводимой работы;
- ожидают выгоды (налоговые льготы, реклама);
- рассчитывают на получение прямой личной выгоды.

Гранты. Типы грантов

Грант – благотворительный взнос или пожертвование, имеющее целевой характер, предоставляемый физическим или юридическим лицам в денежной или натуральной формах.

Гранты – наиболее распространенная форма финансирования НПО

Классификация грантов с точки зрения периодичности:

- разовые;
- циклические (один – два раза в год);
- постоянные конкурсы.

Типы грантов:

- гранты общей поддержки основной деятельности НПО;
- гранты на программы или проекты;
- гранты с частичным финансированием – предполагают обязательное привлечение дополнительных источников финансирования;
- капитальные гранты – приобретение недвижимости, ремонт, оборудование;
- начальные гранты – на создание новых организаций (новых направлений);
- стимулирующие гранты – благотворительная помощь, направленная на проведение компаний по сбору средств для НПО.

Действующие лица на рынке фандрайзинга

НПО – неприбыльные организации

Основная задача НПО – разработка и реализация разнообразных фандрайзин-

говых стратегий: подготовка проектов на донорские организации, социальное партнерство с органами государственной власти, корпоративный фандрайзинг.

НПО – производители и потребители фандрайзинговых услуг.

Виды НПО:

- фандрайзинговые фирмы;
- фандрайзинговые школы;
- фандрайзинговые информационные центры.

Пять основных источников финансирования НПО

- 1.Благотворительных фонды и международные донорские организации.
- 2.Предпринимательские структуры.
- 3.Органы исполнительной власти и местного самоуправления.
- 4.Физические лица.
- 5.Другие НПО.

Виды ресурсов для поиска

- 1.Финансы
- 2.Материальные ресурсы (техника оборудование).
- 3.Информационные ресурсы.
- 4.Человеческие ресурсы (работа волонтеров).

Бюджет НПО

Для западных стран:

-47% бюджета НПО составляют членские взносы и доходы от собственной деятельности;

-43% -государственное финансирование;

-10% - гранты от фондов, коммерческих фирм, индивидуальные пожертвования.

Россия:

-членские взносы – 18%;

-индивидуальные пожертвования-12%;

-средства российских фондов – 3 %;

-средства иностранных фондов – 23%;

-государственные источники – 9%;

-политические организации- 5%;

-собственные доходы –0.6%; прочее.

Классификация благотворительных фондов

1.Основание классификации –*источники финансирования:*

-ассоциативные (корпоративные), которые создаются отдельной коммерческой структурой;

-государственные (межгосударственные);

-независимые (финансируются частными лицами или организациями).

Ассоциативные БФ наиболее распространены по таким причинам:

1.Льготы по налогообложению.

2.Решение социальных задач по развитие местного сообщества.

3.Повышение социального имиджа БФ и его учредителей.

тигнута. Это шаги на пути к достижению цели, а полученные в результате выполнения задач результаты, по сути – средства ее достижения. Задачи должны быть реалистичными и формулироваться предельно четко. Выполнив очередную задачу, можно легко оценить, что достигнуто, какая часть проекта реализована.

Задачи должны быть:

-конкретными (что должно быть сделано?);

-подлежащими исчислению (сколько);

-определяющими целевые группы и место их пребывания (где? для кого?);

-указывающими время выполнения (когда?);

Нельзя формулировать задачу словами, описывающими процесс, как например, «улучшение» чего-либо. Необходимо использовать глаголы совершенного вида «провести», «изготовить», «уменьшить» (но не «проводить»). В тоне описания должна чувствоваться уверенность – это будет сделано. Не следует путать цели с задачами и методами их выполнения.

6.Методы и этапы реализации проекта

Методы можно определить, отвечая на вопрос «как именно, с помощью чего

будут выполнены задачи?».

Опишите этапы реализации проекта в их следовании один за другим (этапы – это последовательность действий, а не мероприятия). Например: подготовительный этап включает.., исследовательский этап.., основной этап (собственно деятельность по решению главных задач проекта). Оценочный этап (проведение итогов, анализ результатов, выработка будущих планов, составление отчетов).

Рекомендация: целесообразно составить календарный план проведения мероприятий – с их кратким описанием и указанием сроков, в каком месяце что происходит. Календарный план можно приложить к заявке.

7.Мониторинг проекта

Непрерывный процесс сбора информации по определенным аспектам

выполняемого проекта для анализа изменения ситуаций и возникающих проблем,

соблюдения графика работ и пересмотра плана (при необходимости). Необходимо

указать показатели, по которым будет осуществляться мониторинг проекта. Все

записи желательно сохранять, что позволит использовать их при написании

отчета.

4.Дата начала и завершения проекта.

5.География проекта (где он будет осуществляться).

6.Стоимость проекта (общая стоимость; доля бюджета, запрашиваемая у фонда; вклад самой организации, в том числе и средства, привлеченные из других источников).

2.Аннотация заявки

Сжатое изложение проекта – одно-два предложения. Это точная и ясная уменьшенная копия всей заявки, содержащая всю важную для понимания проекта информацию. Аннотация обычно пишется в самом конце, когда заявка готова и можно легко сделать «выжимку» из всех остальных разделов.

3.Описание организации

Цель – вызвать доверие донора, описав свою организацию: вид деятельности, цели и задачи, достижения и уникальность, репутацию и компетентность, источники финансирования, ресурсы и возможности, т.е. ответить на вопрос «Почему именно вы?».

4.Постановка проблемы

Сжатая и ясная характеристика ситуации, требующей изменения, т.е. проблема, которую разрешит выполнение проекта.

Важно не перепутать проблему внешнюю, имеющую общественное значение, с проблемами своей организации; задача фонда – способствовать изменению политической, социальной или общественной ситуации. Важно не смешивать проблему с методами ее решения, с целями и задачами проекта.

5. Цели и задачи проекта

Цели и задачи проекта – разрешить или способствовать разрешению указанной проблемы. Цель должна быть достижима в принципе, а также – в обозначенные вами сроки и при тех же затратах, которые изначально были заложены.

Цель проекта:

получение ожидаемых изменений ситуации в обществе (в окружающей среде и пр.) в результате выполнения проекта.

При формулировании цели используется имя существительное и глагол. Пр.: создание заповедника в таком-то месте; проведение семинара для учителей городских школ и т.п.

Задачи проекта :

Конкретные мероприятия, без выполнения которых цель проекта не будет дос-

4.Экономические выгоды, которые состоят в привлечении новых клиентов из числа НПО.

2.Основание классификации- *виды осуществляемой деятельности:*

-фонды, предоставляющие гранты организациям;

-фонды прямого действия – для реализации собственных программ;

-смешанные – представляют гранты организациям и одновременно реализуют свои программы;

-фандрайзинговые фонды – организации. Основной деятельностью которых является поиск финансирования для реализации собственных и грантовых программ.

3.Основание классификации – *географический признак:*

-местные фонды;

-национальные фонды;

-международные фонды.

4.Основание классификации – *сфера интересов:*

-экологические;

-экономические;

-развития местного сообщества;

-социальной адаптации;

-поддержки социальных групп.

Тема 4. Система фандрайзинга

Понятие фандрайзинга. Правила фандрайзинга. Внешний и внутренний фандрайзинг. Основные формы фандрайзинга. План действий в области фандрайзинга. Десять способов поиска средств. Последовательность проведения фандрайзинговой деятельности. Аппликационная заявка. Правила фандрайзинга. Мифы о сборе средств.

Фандрайзинг

Fund -средства

Raise –нахождение, сбор.

Фандрайзинг – это процесс поиска и сбора средств, которые используются как для реализации социально значимых программ, культурных проектов, так и для организационной поддержки неприбыльных организаций (НПО).

Фандрайзинг –привлечение донорских средств на осуществление конкретной программы.

Фандрайзинг – искусство убеждения других в том, что деятельность вашей организации заслуживает внимания.

Внешний и внутренний фандрайзинг

Внутренний фандрайзинг – поиск средств, осуществляемый силами самой организации.

Внешний фандрайзинг – одно из направлений консалтинговой деятельности, поиск финансирования осуществляется профессиональными консультантами по фандрайзингу. Существуют специальные *фандрайзинговые фирмы и школы.*

Основные формы фандрайзинга

1. Проведение целевых благотворительных мероприятий по сбору средств.
2. Поиск грантов, распределяемых зарубежными фондами.
3. Поиск финансирования из бюджета (обычно – из местного).
4. Создание малых предприятий, акционерных обществ с целью получения доходов от собственной коммерческой деятельности.
5. Сбор пожертвований от частных лиц.
6. Формирование дохода от сбора членских взносов.

План действий по работе в области фандрайзинга

1 этап. Выбор задачи, которую необходимо решить с помощью полученных

ресурсов. Установить временные рамки.

2 этап. Собрать полную информацию и продумать аргументы в свою пользу.

3 этап. Проанализировать возможные мотивы потенциальных спонсоров: какие из них можно поощрить.

4 этап. Проанализировать прошлый опыт сбора средств, определить своих сторонников, к которым можно обратиться в первую очередь. Определи, к кому еще можно обратиться.

5 этап. Подготовить и размножить материалы для предоставления спонсорам (заявки, пресс-релизы и др.)

6 этап. Согласовать внутри организации методы сбора средств.

7 этап. Организовать работу помощников (тех, кто непосредственно будет собирать пожертвования).

8 этап. Установить порядок контроля за поступлением средств.

Десять способов поиска средств

1. Подача заявок на гранты (аппликационные письма).

Заявители (applicants) – частные лица или организации, подающие заявки на грант.

У каждого фонда есть приоритетные направления или программы. Для реализации этих программ фонды на конкурсной основе отбирают проекты, наиболее полно отвечающие их требованиям.

2. Участие в совместных проектах и получение целевого финансирования по программам международных организаций.

В отличие от фондов, которые только финансируют проекты, существуют благотворительные агентства, привлекающие неприбыльные организации для участия в совместных проектах.

3. Личные встречи. Этот метод требует больших затрат времени и высоких профессиональных качеств фандрайзера. Чем лучше фандрайзер знает интересы потенциального донора. Тем выше его шансы на успех.

4. Специальные мероприятия по сбору средств: благотворительные вечера, аукционы, концерты, спортивные соревнования. Успех во многом зависит от оригина-

3. Организации, которая запрашивает деньги, должна быть устойчивой.

4. Необходимо эффективно управлять имеющимися ресурсами.

5. Правдивость и честность в общении с потенциальным спонсором – обязательное условие.

6. Важно искренне и грамотно благодарить за получение гранта, финансовых средств.

7. Запомнить: не организация дает средства организации, а *люди – людям*.

8. Необходимо проанализировать причины отказа со стороны спонсоров

Мифы о сборе средств

В некоммерческом секторе до сих пор достаточно широко распространены два мифа, относящихся к сбору средств.

Миф первый: *в Украине, с ее экономическими, социальными и множеством других проблем нет денег на благотворительность*, а если и есть, то их все равно не дают. «Благотворительные деньги» в Украине есть и это подтверждает сам факт существования и работы во всех регионах страны значительного числа общественных организаций. Абсолютное большинство неудач при сборе пожертвований вызвано недостаточной подготовкой и неправильным выбором стиля поведения при переговорах о пожертвовании.

Миф второй: *государство и бизнес должны финансировать работу благотворительных организаций.* Это утверждение не просто ошибочно, но очень вредно. Общественные организации создаются, также как и иные формы организации бизнеса, на собственный страх и риск их создателей. Никто не собирается *априори* финансировать их. Чтобы добиться поддержки необходимо постоянно заботиться, по крайней мере, о трех вещах: о том, чтобы хорошо делать свою работу; уметь показать ее результаты; аргументировано убеждать людей, что проводимая работа полезна и для них.

Тема 5. Типовая форма заявки проекта

Титульный лист. Аннотация заявки. Описание организации. Постановка проблемы. Цели и задачи проекта. Методы и этапы реализации проекта. Мониторинг проекта. Ожидаемые результаты проекта и критерии их оценки. Бюджет проекта.

1. Титульный лист

1. Название проекта (имя, по которому проект должны узнавать: необходимую расшифровку можно дать строкой ниже).

2. Данные об организации (название, адрес, телефон, факс, электронная почта, регистрационные реквизиты (из свидетельства о регистрации), сведения о банковском счете).

3. Руководитель проекта (ФИО; должность; контактная информация).

во фондов определяют, что должен содержать лист-запрос или заявка. Необходимо четко придерживаться этих инструкций.

Многие донорские организации сами предлагают заранее напечатанные аппликационные формы, которые необходимо заполнить.

5. Если фонд не дает инструкций, тогда лист-запрос должен содержать 2-3 страницы и включать следующую информацию:

1. Количество необходимых средств.

2. Информация об организации, включающая историю, текущие и исполненные проекты, о ваших попечителях и директорах;

3. Краткое описание программы или проекта, который должен быть профинансирован или описание того, как будут использованы финансы.

Бюджет организации и бюджет программы или проекта.

Копию регистрационных документов.

6. Если фонд не дает инструкций, заявка может быть более детальной, чем лист-запрос и должна включать:

-резюме исполнителей проекта;

-список главных спонсоров, включая иные фонды и компании;

-иные источники финансирования;

-годовой отчет;

-критерии оценки успеха проекта.

7. Заявка должна быть написана понятно и правильным английским, украинским или русскими языками (согласно требованиям конкретной донорской организации).

8. Не отсылайте данные, которые не требует фонд. В случае, если фонд не настаивает на получении заявки или листа – запроса факсом или по электронной почте, отсылайте их почтой. Некоторые фонды имеют электронные аппликационные формы.

9. Сделайте так, чтобы вашу организацию хорошо знали в данной области, завяжите тесные связи, сделайте хорошую рекламу Вашей работе. Нельзя недооценивать неформального общения с донорами.

10. Если вы получили грант, четко придерживайтесь требований, касающихся отчета или оценки работы. Неисполнение этих требований и условий может привести к созданию отрицательной репутации Вашей организации и Вашей деятельности. Не тяните с выражением благодарности.

Аппликационная заявка

Организация может представить свою заявку в виде короткого письма или большого документа, который представит проект более подробно. Можно напечатать брошюру и отослать ее с коротким сопроводительным письмом или просто послать запрос по почте своим потенциальным донорам.

Фонды любят работать с победителями, а не с неудачниками, потому демонстрация успехов организации прибавит шансов получения гранта.

Правила фандрайзинга

1. Необходимо соблюдать непрерывность фандрайзинговой деятельности.

2. Поиск денег и ресурсов осуществляется только под что-то значимое.

льности идей и от способности команды организаторов сделать это событие незабываемым для участников.

5. *Привлечение членских взносов в неприбыльные организации.*

Специальные мероприятия позволяют привлечь в организацию новых членов. Членство в организации является одним из инструментов фандрайзинга.

6. *Участие в проектах, финансируемых государством.* Формирование основы для социального партнерства между государственными структурами и некоммерческим сектором. Для НПО участие в таких проектах не только инструмент привлечения средств, но, прежде всего, получение признания общественной необходимости их деятельности со стороны государства.

7. *Привлечение волонтеров* – людей, отдающих безвозмездно свое время. Знания, профессиональные навыки ради благородных целей НПО.

8. *Использование ресурсов Интернета.* Применение современных информационных технологий является важнейшим инструментом фандрайзинга.

9. *Письма благодарности.* Этот инструмент используется для установления более тесных контактов с участниками благотворительных мероприятий. Цель – привлечь лиц, проявивших интерес один раз, к сотрудничеству на регулярной основе.

10. *Реклама.* Этот способ часто малоэффективен, хотя охватывает большую аудиторию. Обычно используется НПО в виде: обращений в СМИ, распространения буклетов и пр.

Последовательность проведения фандрайзинговой деятельности

1. Определить фонды, отвечающие интересам деятельности организации (при этом желательно использовать справочники, личные контакты, рекомендации, Интернет).

Процесс выявления фонда предусматривает два шага:

1. Нацеленность на разработку первичного списка из 10-15 фондов, чьи интересы отвечают интересам вашей организации и проекта.

2. Дальнейшее исследование списка фондов и его сужение до 3-4 фондов, с которыми можно начать сотрудничество.

2. Связаться с фондом для получения справочника, или каких-либо иных материалов (информационных бюллетней, периодических изданий).

Наилучшим источником информации о фондах и корпоративных донорах являются издания самих фондов.

При изучении фонда особое внимание следует обратить на программные приоритеты, географические приоритеты, ограничения и другие характеристики. Список грантовых программ указывает на типы организаций, которые фонды планируют поддерживать и средний размер их грантов.

3. Прочитать внимательно материалы, чтобы определить, совпадают ли интересы фонда с деятельностью организации, которая должна получить финансирование.

4. Создать аппликационное письмо (лист-запрос). Некоторые фонды могут требовать предварительный лист-запрос. Лист-запрос – это мини-заявка, как правило, на 2-3 страницы (полная заявка обычно содержит 10 и более страниц). Большинст-