

Название: Неучебник по социальному проектированию в сфере межнационального взаимодействия и межкультурного диалога

Авторы: М. Смехов, О. Солдатова

СОДЕРЖАНИЕ

ОТ АВТОРОВ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА I. «РЕЗУЛЬТАТ ОЦЕНИВАЕТСЯ ПО ФАКТУ ПРЕДПРИНЯТЫХ ДЕЙСТВИЙ».

ПРОЕКТ - ОПРЕДЕЛЕНИЕ

СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ЭТАПОВ ПРИГОТОВЛЕНИЯ

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

УЧАСТНИКИ И МЕТОДЫ ПРОЕКТА

РЕСУРСЫ ПРОЕКТА ИЛИ «STRUGGLE» СО СМЕТОЙ

ФАНДРАЙЗИНГ

PR ПРОЕКТА

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ПЛАН РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА, ПОСЛЕДУЮЩЕЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

ГЛАВА II. «МАРШРУТКА № 7»

ГЛАВА III. ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЭПОС.

«...НИКОГДА НЕ ДУМАЙ, ЧТО ТЫ ИНАЯ, ЧЕМ МОГЛА БЫ БЫТЬ ИНАЧЕ, ЧЕМ, БУДУЧИ ИНОЙ В ТЕХ СЛУЧАЯХ, КОГДА ИНАЧЕ НЕЛЬЗЯ НЕ БЫТЬ».

ДЕНЬ РОЖДЕНЬЯ

ДУРАКИ (ПРО ТЕХ, КТО ЗАНИМАЕТСЯ СОЦИАЛЬНЫМ ПРОЕКТИРОВАНИЕМ)

КОШКА (ЧЕМ БИЗНЕС – ПРОЕКТ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА)

«ГАРИКИ» ПРО СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

АФОРИЗМЫ

ПРИТЧИ

ГЛАВА IV. ПРИЛОЖЕНИЯ

КОНКУРС ВАРИАТИВНЫХ ПРОГРАММ. НАПРАВЛЕНИЯ.

ПОЛОЖЕНИЕ О КОНКУРСЕ ВАРИАТИВНЫХ ПРОГРАММ «ПОДДЕРЖКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕТСКИХ И МОЛОДЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ 2006 - 2008»

ПОЛОЖЕНИЕ О КОНКУРСЕ МОЛОДЕЖНЫХ ПРОЕКТОВ, СТИМУЛИРУЮЩИХ ГРАЖДАНСКУЮ АКТИВНОСТЬ ОБУЧАЮЩИХСЯ

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ ОКРУЖНОГО КОНКУРСА «ЛИДЕР XXI ВЕКА» СРЕДИ ЛИДЕРОВ ДЕТСКИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ ХАНТЫ – МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ ОКРУЖНОГО КОНКУРСА ЛИДЕРОВ МОЛОДЕЖНЫХ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ ДЕТСКИХ И МОЛОДЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ «ЛИДЕР XXI ВЕКА»

ПОЛОЖЕНИЕ ОБ ОКРУЖНОМ КОНКУРСЕ «СТУДЕНТ ГОДА»

ПОЛОЖЕНИЕ О ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ ФОНДОМ ПОДГОТОВКИ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА «ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КЛУБ»

ЗАЯВКА НА ПОЛУЧЕНИЕ ГРАНТА (ИНСТИТУТ «ОТКРЫТОЕ ОБЩЕСТВО»)

ПОЛЕЗНЫЕ КОНТАКТЫ И ССЫЛКИ

ОТ АВТОРОВ

Многолетний опыт работы Ассоциации детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа, направленный в первую очередь на поддержку детских и молодежных социальных инициатив, показывает важность и обоснованность технологии социального проектирования, как методического инструмента для социально-экономического развития региона.

Именно социальное проектирование, изначально как, способ работы с детскими и молодежными объединениями (написание программ и проектов, целеполагание, анализ, оценка рисков, отслеживание эффективности и т.д.) заложило основу понимания того, что общественным объединениям в округе – быть.

Необходимо отметить тот факт, что деятельность детских и молодежных общественных объединений муниципальных образований округа прошла заметный путь развития с 1996 года по настоящее время. Это, безусловно, связано с системным подходом в проведении детских и молодежных школ актива (Школа лидеров 1999 – 2002 год, 12 муниципальных образований), с созданием условий для взаимодействия детских и молодежных объединений, а именно ежегодные слеты детских и молодежных объединений, носящих оценочный характер эффективности молодежной и детской работы, это и мероприятия, в направлении «Лидер», в рамках реализации программы «Молодежь Югры», показавшие и укрепившие свои результаты на окружном и Всероссийском конкурсе «Лидер XXI века», с работой над содержанием летних лагерных смен для детей и молодежи (ДООЛ «Бухта Лазурная», ЦАП «Зеленая улица», ВДЦ «Океан» и ВДЦ «Орленок», ДООЛ «Дагомыс» - «Славянское содружество», ДО «Волжский прибой», ДОЛ «Астра» в Республике Болгария). Содержательным компонентом большинства лагерных смен до сих пор является формирование ответственной, целеустремленной, инициативной личности, способной делать себя, строить свои семью, быть конкурентоспособной на рынке труда и через это развивать свой регион в различных сферах общественной жизни. Несомненно, рост общественных объединений напрямую связан с программой подготовки и повышения квалификации кадров для молодежной и детской работы «Импульс Югры». Эта программа стала не только победителем всевозможных конкурсов грантовой поддержки, как на региональном, так и российском уровне, но и самое важное стала устойчивым «брендом» в молодежной среде, потому что, с появлением данной программы в 2005 году, участники стали точно понимать, что? Как? И зачем? они изучают, какой именно образовательный модуль (лидерский курс,

социальное проектирование, основы работы в НКО, «школа тренеров», социальный инжиниринг) требует его социальный статус и личная система роста.

Это одни из немногих фактах показывающих на то, каким образом «социальное проектирование», и как компонент неформально «образования», и как эффективный инструмент реализации того, что ты хочешь сделать влияет как на общественные массы, в широком понимании, так и на отдельные детские и молодежные объединения в узком.

Работая, над этим изданием, изначально, не хотелось делать его сухой «методичкой», якобы рассказывающей, что? и как? сделать, но все-таки думается, что «опыт», представленный в материалах сможет показать Вам, Уважаемый читатель, каким образом общественные объединения и отдельные люди могут успешно делать свое «ДЕЛО».

ВВЕДЕНИЕ

У вас появилась идея!!! Замечательно! Эврика! Ура! Мысль, терзавшая ваш мозг, вдруг приобрела яркость, четкость, форму и даже наполнилась содержанием. Уж теперь-то вы знаете ЧТО делать! И вот вы уже на старте, готовы к прыжку - только вперед и ничто не сможет вам помешать!

Но... тут же появляются первые сомнения: «А где взять денег? Кто поможет? К кому обратиться за советом? Все-ли правильно просчитано? Как все-таки дойти до финиша и добиться результата? ...»

Если подобного рода сомнения вдруг появились в вашей голове, то вам – сюда.

Этот сборник о том, что «так легко понять и так не просто сделать», о том, что все мы прекрасно знаем и, тем – не менее, вспоминаем очень редко.

На конкретных примерах мы попытаемся рассказать о том, как продвигаться в рамках проекта и успешно завершить полный проектный цикл — от возникновения интересной идеи до преподнесения полученного результата и анализа эффективности проекта. С помощью простых приемов и примеров из жизни мы попытаемся рассказать о том, что предпринять, если в реальной жизни идеальные стандарты соблюсти невозможно. Если вдруг оказалось, что от идеи до ее воплощения - задача со многими неизвестными.

Это не истина в последней инстанции, а, скорее, личные советы, основанные на личном опыте авторов и их коллег.

ГЛАВА I «РЕЗУЛЬТАТ ОЦЕНИВАЕТСЯ ПО ФАКТУ ПРЕДПРИНЯТЫХ ДЕЙСТВИЙ»

ПРОЕКТ - ОПРЕДЕЛЕНИЕ

Каждый раз, когда наши организации берутся за написание проекта, мало кто задумывается над значением этого слова и его происхождением. Чаще всего под проектом понимается и школьный капустник, и проведение субботника, и социологическое исследование по заданной теме, и переезд в новое здание, и программу деятельности организации. Безусловно, можно и новый песенный альбом Земфиры назвать проектом - как коммерческим, так и социальным. В первом случае понятно – это продается, а во втором – песни Земфиры могут изменить, например отношение слушателей к жизни.

Лирика это штука конечно хорошая, но для того чтобы определить свое отношение к проектированию, как методу и сформировать единый понятийный аппарат, давайте посмотрим как значение слова «проект» изменилось в процессе исторического развития и какие формы успело приобрести в современном обществе.

Проект – в буквальном переводе с латинского – брошенный вперед. Под проектом подразумевают план, предположение, предварительный текст какого-либо документа, комплекс технических документов (расчетов, чертежей, макетов и т.д.).

В европейских языках слово *проект* заимствовано из латинского: оно происходит от причастия *projectus* (от гл. *proicere*, или *projicere*), которое буквально означает: «выброшенный вперед», «выступающий», «вытянутый», «бросающийся в глаза». Сюда относятся франц. *projet*, англ. *project*, нем. *Projekt*, итал. *progetto*, исп. *proyecto* и др. Посмотрим, какие особенности имеет наше слово в разных языковых пространствах. Определяющую линию задают уже французские толковые словари.

Projet - это намерение, которое будет осуществлено в будущем; так, мысль завершается проектом, последний же оказывается замыслом, который приобретает ощутимые черты в плане, схеме или программе.

В немецком языке слово *Projekt* появилось именно в XVII в. и функционировало наряду с *Entwurf* (*набросок, эскиз*)¹. Отсюда в петровскую эпоху заимствуется и русское *проект*, или *проект*, которое в своем семантическом спектре уже имело обычные «план, предложение»; в «Архиве» Куракина читаем: «учиня *проект*, подал к тайному совету».

Свое точное соответствие латинское слово-прародитель имеет в греческом существительном *πρόβλημα* (от *προ-βάλλω*, «бросаю вперед»). Так, среди главных значений в Словаре Liddell&Scott называются такие, как «помеха, препятствие» и «задача, вопрос»². Взаимопринадлежность их очевидна: помеха на пути идущего человека имеет вызывающий характер, заставляет остановиться, задуматься и принять какие-то меры. Как в жизни, так и в мысли препятствие на пути как бы «провоцирует», пробуждает скрытые силы. Привычная для нас картина начинает меняться. Античное понимание внятно говорит о том, что проект вовсе не обязательно должен быть индивидуальным (только моим) произведением, проблема же - только помехой на пути. Ведь *проект* как проблема (проект-проблема) может обозначать подлинную ситуацию творчества, где человек перестает быть просто собственником «идеи» и отказаться от «своего» личного, частного, чтобы получить шанс натолкнуться на что-то другое, удивиться, наполниться им, проявить его в своем творчестве. Новое время предлагает понимать «проект» как «идею», которой субъект может и вправе распоряжаться как своей мыслью.

Примеры определений понятий «проект» и «проектирование»:

Проект — это уникальная (в отличие от операций) деятельность, имеющая начало и конец во времени, направленная на создание определённого, уникального продукта или услуги. В силу своей уникальности проектная деятельность связана со многими рисками. Существует отдельная дисциплина в менеджменте - управление проектами (project management).

Проект — это совокупность документов, обосновывающих экономическую и (или) социальную целесообразность деятельности, направленной на достижение определенных целей и поставленных задач, в течение заданного периода времени и при установленном объеме ресурсов.

Стандарт DIN 69901 предлагает следующее определение. Проект - это «план, который, как правило, характеризуется совокупностью исключительных условий, например, указанием цели, временными, финансовыми, кадровыми и другими ограничениями, отделён от других мероприятий. Предусматривается создание специальной организации для проведения проекта».

Проект всегда единственный в своём роде и никогда не повторяется точно в такой же форме. Он направлен на достижение определённой цели. Проект ограничен во времени, имеет начало

и конец. Для осуществления проекта выделяются денежные средства и назначаются лица из разных отделов или приглашаются, как в случае с внештатными сотрудниками переводческих агентств и бюро. Проект отделён от других проектов и имеет руководителя проекта, заказчика и членов команды проекта, объединённых в специальную организацию по реализации проекта (см. подробнее: Пайпе 2005: 19-20).

Вот как определяют этот термин в Российской Ассоциации Управления проектами СОВНЕТ:

Проект - это ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией.

Словосочетание "отдельной системы", включенное в определение, указывает не только на целостность проекта и его разграниченность с другими предприятиями, но и подчеркивает единственность проекта (в отличие от серийного производства), а значит - его неповторимость и признаки новизны.

Специалисты компании "Консалтинг ПРИМ" считают, что:

Проект - комплекс взаимосвязанных мероприятий, предназначенных для достижения определенной цели в течении заданного периода времени и в рамках выделенного бюджета.

Московское отделение Ассоциации управления проектами Project Management Institute (PMI, Институт Управления Проектами) дает следующее определение:

Проект - это временное предприятие, предназначенное для создания уникальных продуктов или услуг.

"Временное" означает, что у любого проекта есть начало и непременно наступает завершение, когда достигаются поставленные цели, либо возникает понимание, что эти цели не могут быть достигнуты. "Уникальных" означает, что создаваемые продукты или услуги существенно отличаются от других аналогичных продуктов и услуг.

Несомненно, все вышеперечисленные определения имеют право быть и применимы в своей области, но вы Уважаемый читатель, если относитесь к категории деятелей общественных, то в нашем с вами определении важно учитывать социальный аспект, того самого метода.

Земфира изменяет жизнь? – не факт, поэтому никому не верьте.

Хотите объяснений? Нет уж, постараемся разобраться вместе.

*Социальное проектирование - это не просто временное предприятия для создания продуктов и услуг, потому, что главным вопросом при проектировании, является не вопрос «Что я получу от этого?», а «Что получают другие?», то есть те изменения, которые произойдут в той общественной среде, с которой вы работаете. А если из серии «коротко и ясно», то **СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ** – это инструмент для решения социально значимых проблем определенного сообщества.*

- 1. Пожарить яичницу – это проект?*
- 2. Творить добро – это социальный проект?*
- 3. Земфира – специалист в области социального проектирования?*

СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Когда я жарю яичницу, то первое, что побуждает меня это делать - мое чувство голода. Причем именно мои собственные предпочтения определяют количество яиц, состав дополнительных ингредиентов, и способ приготовления. И я уж точно знаю, что если я сначала посолю сковородку, затем разобью яйца, а потом уже налью масло, то в итоге, скорее предпочту не завтракать.

Вы, Уважаемый читатель, можете спросить «О чем это мы?», да о том, что социальное проектирование, и проектирование вообще это процесс последовательный, имеющий определенную структуру и базовые принципы. В этом разделе мы попробуем разобраться, чем в проектировании является «чувство голода», «мои предпочтения», «основные и дополнительные ингредиенты» и «очередность приготовления яичницы».

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ЭТАПОВ ПРИГОТОВЛЕНИЯ¹

Шаг 1: Постановка проблемы проекта. (есть проблема – есть идея).

Данный этап точно определяет, в чем состоит проблема. Определяет причины ее возникновения. Показывает, какие целевые группы людей, затронутых проблемой, получат помощь в результате реализации проекта. Почему этот проект необходим именно сейчас.

Шаг 2: Цель проекта.

- Направлена на решение проблемы;
- Описывает планируемые изменения;
- Допускает измерение результата;
- Локализована в пространстве;
- Конечна во времени;
- Реалистична.

Шаг 3: Задачи – средства достижения цели.

- Отражают этапы проекта;

¹ Прутченков А.С. – технология социального проектирования «Шаг за шагом»

- Связаны друг с другом;
- Требуют людей;
- Требуют ресурсов;
- Контролируемы.

Шаг 4: Методы и участники проекта.

На данном этапе необходимо описать стратегию и методы (механизмы) достижения поставленных целей: Каким образом будут достигаться намеченные цели? Как будут выполняться поставленные задачи? Почему именно такие методы были выбраны для решения поставленных задач?

Кто будет осуществлять их реализацию? Кто должен работать в команде для успешной реализации проекта?

Шаг 5: Ресурсы проекта.

Какие ресурсы необходимы для осуществления поставленных задач и реализации проекта (канцтовары, материалы, оборудование)?

Шаг 6: PR – кампания проекта.

Информационное обеспечение проекта? Как и когда будет сделана презентация проекта? Где вы будете размещать информацию о проекте? Какие источники информации вы планируете использовать? Каким образом и кто будет привлекать основных участников проекта?

Какие информационные PR материалы будут созданы в ходе проекта? Каким образом вы планируете информировать людей об успехах проекта?

Шаг 7: Календарный план реализации.

Этот раздел должен включать перечень запланированных мероприятий и дел с обязательным указанием дат проведения и ответственных (из команды проекта).

Шаг 8: Ожидаемые результаты проекта.

Что конкретно изменится в результате выполнения проекта? Каковы критерии успешности проекта (количественные и качественные)? Как вы поймете, что достигли запланированного результата?

Шаг 9: Перспективный план развития проекта. Какие пути развития есть у проекта после его реализации.

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Обычно люди не видят решительно никаких трудностей в части постановки проблемы. В девяноста пяти процентах случаев предлагаются дежурные заходы про "актуальность выбранной темы", т.е. выливается определенное количество воды, достаточное для соблюдения ритуала обоснования собственной деятельности. Считается, что проблема указана уже в самом заголовке будущей работы. Например, мы хотим исследовать безработицу или бедность. Сразу, недолго думая, начинаем писать общие фразы о том, как в ходе реформ в постсоветской России появился отряд безработных, как он неумолимо растет, как он обретает женское (вариант: мужское) лицо. Из этого делается очевидный вывод, что, во-первых, проблема актуальна, а во-вторых, наш социальный проект крайне необходим. Между тем все это весьма сомнительно, ибо такое изложение, как правило, никакую проблему не содержит. То, что у нас есть безработные и бедные, известно каждому, об этом можно прочитать в любой газете.

Или вот еще, в отчете о реализованном проекте, лидер общественного объединения решаемую проблему излагает следующим образом:

«Решение о создании социального проекта «Наш долг-забота» было принято после проведения анкетирования, анализ которого показал, что 70% нынешних подростков решают свои проблемы при помощи физической силы, проявляют агрессию к окружающим и являются агрессивными и жестокими личностями, что в свою очередь является проблемой в обществе. Поэтому цель данного социального проекта заключалась в оказании разнообразной помощи нуждающимся людям района и, посредством этого, воспитание у подростков таких нравственных качеств, как милосердие, сострадание и толерантность. Реализация проекта рассчитывалась на период с октября 2007 года по декабрь 2008 года. За это время были подготовлены кадры для проведения самого социального проекта, были подготовлены и проведены акции «Поздравляем мамочек», «Дети - детям», «Забота», «Покормите птиц зимой», «Твори добро», акции к дню защитника отечества и к дню 8 марта. Так же были проведены концертные программы для детей-инвалидов и пенсионеров и благотворительные вечеринки, на которых были собраны мягкие игрушки, благотворительные вещи».

Что же получается, уважаемый руководитель проекта, что вы «покормив птиц» решили проблему агрессивности, а собрав мягкие игрушки для детей, сделали 70% тех самых «жестокых» добрыми? Так чего же собственно Вам хотелось? Подарить нуждающимся

детям радость, помочь птицам, либо самому потусоваться на вечеринке, которую Вы называете благотворительной? Вы, уж не подумайте Уважаемые читатели, что мы придираемся, и понятно, что у руководителя проекта были добрые намерения, но если говорить о корректности постановки проблемы и ее целесообразности при создании социального проекта, необходимо учитывать следующие:

Говоря об очевидной актуальности проблемы подростковой жестокости мы часто апеллируем к необходимости что-то делать, т.е. помочь обездоленным, предложить какие то меры социальной помощи, а нет необходимости что-то понять, раскрыть неочевидное, или противоречащее обыденным взглядам. По сути обоснование проблемы подменяется ссылками на проблемы определенных групп людей. В каком-то смысле мы спекулируем на тяжелом положении маргинальных групп, чтобы без особых усилий доказать «значимость» своей работы. Моральным оправданием этой позиции становится искренняя симпатия к объекту наших действий. Подростковая агрессия само по себе не является проблемой, это обыденный факт. А вот понимание причин появления данного факта в конкретной общественной среде, как раз таки сможет определить что необходимо сделать для решения проблемы и каковая ваша роль, в тех положительных изменениях, которые, как вы считаете должны произойти.

Формулирование проблемы - задача чисто авторская и в сильной степени личная и личностная, особенно это важно для социальной сферы, где выбор темы тесно связан с нашими ценностными установками и гражданской позицией, поэтому определяя проблему, неплохо было бы объяснить, хотя бы самому себе: «Зачем мы за это беремся?», и главное «Почему это должно быть интересно другим?» если речь идет о чем-то большем нежели просто человеческое сочувствие, оказавшимся в сложном положении.²

Проблема — это некое несоответствие наших знаний об объекте другим знаниям о нем, обыденным представлениям, здравому смыслу. Это некий парадокс, противоречие: «Проблема – это то, что есть, но быть не должно, либо то чего нет, но быть должно». Поэтому важно зацепиться за неоднозначность и начинать растягивать смысловое пространство, а не гордо указывать пальцем на бесцветную пустоту. Что еще более затрудняет задачу, проблему надо не только понять, но и внятно изложить в нескольких предложениях, где будут и указания на объект, условия реализации и «конфликт интерпретаций». Прежде всего, мы

² Радаев В.В. - «Как организовать и представить исследовательский проект. 75 простых правил»

должны показать, что та проблема, которую мы определили интересна для нас самих, а затем убедить других людей в том, что она может иметь значение не только для автора.

Когда формулируешь проблему – подумай:

1. Почему решение данной проблемы приоритетная задача?
2. Какие источники информации помимо самого автора свидетельствуют о том, что проблема существует, и ее важно решить?
3. Зачем мы за это беремся, и, почему это должно быть интересно другим?

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

«Иной раз спросишь себя: «Старик чего ты хочешь?» - и сам себе ответишь: «Не знаю старик»

Е. В. Клюев «Между двух стульев»

Если мы с вами, четко обозначили проблему, тогда в принципе понятно «Что делать?», понятно куда идти, с кем, чего с собой брать, и когда. То есть если вы поняли «чего хотите», то вы уже представляете себе идеальный образ этого. Наш внутренний «Старик» обязательно поведет себя на это, главное нужно помочь ему представить ту самую идеальную картинку. Но тут, Уважаемый читатель, главное не перебрать с погружением в мир внутренних фантазий, потому что только мечты, врядли могут привести к конкретным изменениям. А как это в жизни бывает, даже самая прекрасная и мощная идея совершенно бесполезна до тех пор, пока мы не решим ее воспользоваться. Для материализации мечты необходим определенный набор инструментов, который позволяет определить количество шагов и их размер.

Правильная постановка цели и задач в социальном проектировании является тем элементом, после которого «чего хотим?» становится «чего делаем?».

Цель – это образ предполагаемого результата, которого можно достичь в определенный момент времени.

Цель – общее описание предполагаемых результатов и ожиданий, наивысшая точка достижений, к которой стремится автор в ходе реализации проекта.

Цель должна быть реалистичной, соотносится с проблемой, задачами, видами деятельности и ресурсами. Предполагаемые цели должны соответствовать самому высокому уровню результата, т.е. существенно улучшить ситуацию, изложенную в описании проблемы. В тоже время цель должна быть реальной. Все составные части проекта рассматриваются с точки зрения соответствия цели.

Цель определяет смысл существования проекта и его значения, и не может меняться в процессе его реализации. Изменение цели – означает изменение проекта.

Характеристика цели по технологии «SMARTER»:

Хорошая цель для проекта должна быть:

S (Specified) – Конкретной

M (Measurable) – Измеримой

A (Achievable) – Достижимой

R (Resource-bound) – ограниченной по ресурсам

T (Timed) – ограниченной по времени

E (Exiting) – вдохновляющей

R (Recorded) – записанной

<p>S – Specific (специфичность)</p>	<p>Цель нужно описать простыми словами, чтобы была понятна уникальность продукта. Необходима конкретика, чтобы можно было сравнить результат проекта с целью.</p>
<p>M – Measurable (измеримость)</p>	<p>Цель должна быть измерима количественно. Необходимо в цели задать основополагающие параметры запланированного результата, чтобы в ходе реализации проекта можно было проводить анализ при помощи графиков, статистики.</p>
<p>A – Appropriate (уместность)</p>	<p>Цель должна быть уместной, актуальной в данное время и соответствовать перспективам организации.</p>
<p>R – Realistic (реалистичность)</p>	<p>Реалистичность цели означает реальную возможность достижения цели с ресурсами, имеющимися в организации и техническим прогрессом. Например, торговать конфетами на Луне не реалистично.</p>
<p>T – Time bound (ограниченность во времени)</p>	<p>В цели указываются временные рамки проекта, т.е. дата начала и окончания проекта.</p>

Вот пример цели проекта, в ходе которого детям сиротам дарят игрушки, пожертвованные семьями:

Цель – вовлечение обычных людей в проблемы детей-сирот. Непонятно каким образом будем вовлекать людей, чего получим в результате и как измерить степень вовлеченности.

Давайте попробуем сформулировать более корректную цель, и проанализировать ее при помощи технологии «SMARTER»:

Цель: «В течение полугода (с 10 марта по 10 августа) выстроить на основе технологии общественного попечительства новый тип взаимодействия между семьями домой на ул. Иванова, 5,7,10, и детьми из приюта на ул. Иванова, 12»

1. Абстрактное «вовлечение» заменено – «выстроить» (S, конкретная)
2. Можно измерить – (M) – количество натуральных пожертвований, их регулярность и т.л.
3. Есть указание на то чего хочется достичь – (A) – новый тип взаимодействия, который измеряется
4. Есть указание на время проекта – (T)
5. Критерий «вдохновляющая» нельзя измерить, но цель может найти отклик в сердцах людей

Задачи – конкретное описание того, что будет выполнено и достигнуто, частные результаты, этапы на пути к достижению цели. С точки зрения оформления текста проекта, задачи лучше формулировать и перечислять в виде списка, а не излагать и описывать в повествовательной форме. Задачи формулируются в виде утверждений о действиях, ориентированных на результат, основанных на эффективности работы и поддающихся измерению в терминах. Если в проекте перечислен ряд задач, то все они должны быть связаны между собой и являться необходимыми и достаточными для достижения цели проекта.

Признаки хороших задач

- Являются логическим следствием проблемы;
- Напрямую связаны с деятельностью по проекту и направлены на решение заявленной проблемы для достижения поставленной цели (причинно-следственная связь);
- Сформулированы четко и конкретно, выражены не общими словами, а в количественных и качественных индикаторах, которые могут стать показателями успешности выполнения проекта;
- Представляют собой конкретные промежуточные измеряемые результаты в ходе реализации проекта.

Очень часто лидеры общественных объединений пытаются «изменить мир к лучшему», не разобравшись в причинах и следствиях, решаемой проблемы берутся за «все» и «сразу», на самом деле не понимают какие конкретные действия нужно предпринять. Пытаясь решить одновременно несколько проблем, в описании проекта определяют абстрактные цель и задачи. Вот пример из проекта лидера общественного объединения Нижневартовского района:

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

Проект: «Ритмы Новооганска»

(Развитие интеллектуальной, творческой молодёжи Новооганска).

Цель: *Создание условий для реализации интеллектуального, нравственного, духовного потенциала подростков, воспитание у них лидерских качеств, формирование активной жизненной позиции.*

- Задачи:** - становление сферы интеллектуального общения;
- содействие профессиональной ориентации;
 - воспитание активной гражданской позиции, высоких нравственных качеств и духовной культуры учащихся.
 - формирование свободной, творческой, активной личности, ориентированной на духовно-нравственные ценности;
 - развитие лидерских качеств;
 - подготовка кадров для комплексной работы с детьми и подростками, направленной на реализацию проекта;
 - содействие развитию творческой инициативы.

На самом деле, Уважаемый автор, все, Вами перечисленные задачи можно отнести к отдаленным последствиям реализации проекта, которые достаточно сложно измерить. Да и вряд ли их можно достичь в определенный срок. Следовательно, каждую задачу можно рассмотреть, как самостоятельный проект.

Отсюда возникают сложности в выборе ресурсов, механизмов, в оценке эффективности и т.д.

Метод «Лотос» позволяет наглядно и четко сформулировать цель проекта, определить задачи для ее достижения, разложив «лежащую на поверхности» проблему на конкретные составляющие, отсеив лишнее и расставив приоритеты по ее решению.

В центре поля – проблема, которую хотелось бы решить. Обозначив ее, пробуем ответить на вопрос – почему же так произошло, в чем причина ее появления. Ответы на этот вопрос выписываем в клетки вокруг центра (обозначенной проблемы), таким образом, получаем как минимум восемь видимых причин возникновения обозначенной нами проблемы. Выносим наши ответы на расстояние одной клетки – по периметру квадрата и задаем вопрос – что делать? Как можно решить именно ту причину, которую мы выявили. Таким образом наше поле становится заполненным и мы уже понимаем, с чего нам начинать, какие действия предпринять и что нам под силу, т.е. можем определиться с целью и более того мы уже предположили – что для этого нужно сделать, т.е. обозначили задачи нашего будущего проекта.

Что делать?	Что делать?	Что делать?				Что делать?	Что делать?	Что делать?
Что делать?	Почему?	Что делать?		Почему		Что делать?	Почему?	Что делать?
Что делать?	Что делать?	Что делать?				Что делать?	Что делать?	Что делать?
			Почему?	Почему?	Почему?	Что делать?	Что делать?	Что делать?
	Почему?		Почему?	проблема	Почему?	Что делать?	Почему?	Что делать?
			Почему?	Почему?	Почему?	Что делать?	Что делать?	Что делать?
			Что делать?	Что делать?	Что делать?	Что делать?	Что делать?	Что делать?
	Почему?		Что делать?	Почему?	Что делать?	Что делать?	Почему	Что делать?
			Что делать?	Что делать?	Что делать?	Что делать?	Что делать?	Что делать?

Подводя итог вышесказанного нужно сказать, что сформулировать действительную цель это значит взять ту самую проблему, которую мы столь мучительно пытались нащупать, и изложить ее в одном коротком предложении, избегая при этом столь частой тавтологичности и ритуальной пустоты целеполагающих фраз. Конечно, сказать это проще, чем сделать. К тому же научить этому невозможно, эта способность появляется (или не появляется в ходе практической работы). Причем поставить и сформулировать действительную цель удастся далеко не в каждом проекте, но к этому необходимо стремиться.

«Самое интересное в идеях – это попробовать их на деле. В том момент, когда мы собственными руками запускаем ее в жизнь, она превращается из «а-что-если» в лодку, несущую нас в отважное и захватывающее плавание по бурной реке»

Ричард Бах «Единственная»

1. *Можно ли сформулировать цель жизни?*
2. *Кто определяет цель: ваш внутренний «старик», либо окружающая действительность?*
3. *Сколько шагов от «а-что-если» до «вот это да!»?*

УЧАСТНИКИ И МЕТОДЫ ПРОЕКТА

Выше мы уже говорили об интересе к социальному проекту не только автора, но и кого-то еще. Это самый «Кто-то еще» в социальном проекте называется «целевой аудиторией» или проще «участником». Особенностью социального проекта является наличие в нем людей, определенной социальной группы, которая в последствие помогает автору определить адекватные методы для достижения цели.

К этому моменту вы уже разобрались кто вы?, над чем собираетесь работать, и каковы ваши цели, достижение которых обещает разрешить проблему или смягчить ее остроту. В данном разделе необходимо достаточно подробно описать те виды деятельности (мероприятия), которые необходимы для получения желаемых результатов с помощью имеющихся и запрашиваемых ресурсов.

Из этого раздела должно стать ясно, что будет сделано, кто будет осуществлять действия, как, когда и в какой последовательности это будет происходить, какие ресурсы (исполнители-, помещение, оборудование и др.) будут привлечены.

Существует два главных вопроса, которые должны быть разъяснены:

- 1) Какова ваша стратегия в решении поставленных задач?
- 2) Почему вы выбрали именно ее из всех других возможных?

Проект, в котором одни части (цели, задачи) не соответствуют другим (методы, бюджет), заставляет задуматься о способности автора его выполнить. Все в проекте должно быть взаимосвязано. Внимательно следите за тем, чтобы методы соответствовали задачам и цели, а в бюджете не было каких – либо пунктов, не раскрытых предварительно в содержании проекта.

Другими словами, **вы должны обосновать выбор методов.** Ваш подход к решению проблемы должен быть логичным и привлекательным. Реалистичный и обоснованный проект произведет нужное впечатление, а нереалистичный — не спасут самые благие намерения.

Помимо перечня и описания мероприятий вы можете проиллюстрировать данный раздел организационной схемой, календарным и рабочим планами. Их можно либо вставить непосредственно в раздел, либо вынести в приложение.

При описании мероприятий вы должны также кратко описать, кто будет их выполнять и какие ресурсы для этого потребуются.

После того как вы описали методы и мероприятия, проверьте, приводят ли они к решению задач. Если нет, то добавьте дополнительные мероприятия или переформулируйте задачи. В идеале должна строго соблюдаться логика проекта: проведение мероприятий => решение задач => достижение цели => решение проблемы.

Грамотно описать методы решения задач может только тот, кто реально работает с данной проблемой.

Описание методов должно быть довольно подробным. Не забудьте упомянуть о необходимых ресурсах. Например, если вы не упомянули в этом разделе о покупке компьютера, а в бюджете он появится, вам могут отказать в финансировании его покупки, сочтя эти расходы необоснованными.

И цель, и задачи, и методы — понятия относительные. Что будет являться целью, а что задачей или методом, зависит от масштабности проекта и от того, как вы формулируете проблему.

Например, если проблема формулируется как «Отсутствие у школьников компьютерной грамотности», то целью будет «Повышение компьютерной грамотности». Задачи в этом случае, например, будут такие: организация специального курса, оснащение компьютерного класса, проведение конкурсов компьютерных работ и т. п. Методами в таком проекте станут: ремонт помещения под класс, приобретение компьютеров, установка и наладка программного обеспечения, приглашение педагога — специалиста по компьютерам и т. п.

Если же мы сформулируем проблему шире — «Недостаточная образованность школьников», то «Повышение компьютерной грамотности» станет лишь одной из задач (наряду с обучением литературе, физике, математике) на пути к достижению более глобальной цели — «Высокой образованности школьников»

При описании методов необходимо обратить внимание на следующее:

1. Соответствие стратегий и механизмов цели и задачам проекта;
2. Соответствие имеющихся ресурсов планируемой деятельности;
3. Соответствие деятельности заявленным результатам;
4. Реалистичность мероприятий, учитывая временные рамки и бюджет;
5. Инновационность / возможный риск;

6. Определены ли различные функции, и как они распределяются среди сотрудников и исполнителей проекта;

7. Являются ли взаимосвязанными виды деятельности по проекту.

Собираясь идти в поход, в зависимости от маршрута и способа передвижения, наших физических данных определяем необходимость тех или иных вещей в рюкзаке. То же самое, уважаемый читатель происходит с подбором методов, если опять же сослаться на «коротко и ясно».

«– Скажите, пожалуйста, куда мне идти?»

– Это во многом зависит от того, куда ты хочешь прийти, – ответил Кот.

– Да мне почти все равно, – начала Алиса.

– Тогда все равно, куда идти, – сказал Кот.

– Лишь бы попасть куда-нибудь, – пояснила Алиса.

– Не беспокойся, куда-нибудь ты обязательно попадешь, – сказал Кот, – конечно, если не остановишься на полпути».

Льюис Кэрролл. «Алиса в Стране Чудес»

1. Добираясь в час-пик до работы на метро либо на машине, вы определяете то самое «как идти?». Что же тогда вы определяете, когда утром решаете пить кофе с молоком или без него?

РЕСУРСЫ ПРОЕКТА ИЛИ «STRUGGLE» СО СМЕТОЙ

Имея четкое представление о том, где, когда и что мы намерены делать, мы сможем определить, что для этого нужно (а также оценить то, что уже имеется) для того, чтобы начать подготовку и реализацию проекта на практике. Ресурсы подразделяются на: финансовые, материальные или технические, например помещение для собраний, человеческие (сотрудники и волонтеры которые собственно осуществляют проект) и временные (время для осуществления всех этапов проекта).

Оценка имеющихся ресурсов поможет лидерам проекта определить необходимость дополнительных ресурсов (а также определиться с источником их получения), а также подобрать команду помощников и волонтеров, и определить в какой специальной подготовке они нуждаются. Кроме того оценка ресурсной базы позволяет определить необходимость партнерских отношений с другими институтами. Оценка ресурсной базы проходит быстрее и естественней, если программа конкретных действий уже определена.

Ресурсы могут диктовать изменения в программе, это допустимо, если общие задачи и методология проекта сохранены. В проектах, направленных на борьбу с наркоманией телевизионная компания очень дорогостоящее мероприятие. Мы не обладаем возможностями для этого, поэтому разворачиваем компанию в школах и молодежных центрах.

В действительности проблема ресурсов рассматривается уже на первых этапах проекта.

Определяя ресурсы полезно заглянуть в раздел цель и задачи и методы. Каждый этап реализации проекта требует определенной затраты денежных средств и ресурсов. Поэтому важно после описания методов и шагов, точно просчитать, сколько будет стоить каждый метод и шаг Вашего проекта.

Вот примерный перечень статей расходов и требующихся ресурсов при формировании бюджета:

- ✓ **люди:** штатные работники + эксперты + консультанты + контракты с другими организациями;
- ✓ **деньги на оплату их труда:** зарплата + стоимость контрактных услуг + налоги + поправка на уровень инфляции;
- ✓ **помещение:** оплата аренды (покупки) + коммунальные платежи;
- ✓ **командировочные и транспортные расходы:** билеты на самолет, поезд и т. д. + суточные + цена жилья в гостиницах + грузоперевозки (перевозки мебели, тиражей и т. д.) + поправка на уровень инфляции;
- ✓ **оборудование:** цены + цена расходных материалов + поправка на уровень инфляции;
- ✓ **издательские расходы:** оплата редактирования, корректуры + верстка + оплата печати;
- ✓ **связь:** почтовые расходы + расходы на факс, телефон, электронную почту, IP-канал.

Основные прямые расходы

Помещение и коммунальные услуги

В этой части вы указываете стоимость всех используемых помещений, эксплуатационных расходов (вода, отопление, электричество) и т. д., включая арендуемые и переданные вам в постоянное пользование, примерно в такой форме:

Аренда помещения 100 кв. м x \$4/кв. м/мес. x 12 мес. - \$4800.

Стоимость вышеприведенных затрат должна соответствовать средней для вашего региона. Скорее всего, в вашей организации реализуется сразу несколько проектов. Поэтому включите в заявку лишь часть стоимости аренды, даже если другие проекты не имеют в настоящий момент отдельного финансирования.

Аренда помещения для проведения семинаров, конференций или совещаний не включается в данный раздел, а относится к разделу «Прочие прямые расходы». Плата за междугородные переговоры и связь (телефакс, телекс, e-mail) также входит в раздел «Прочие прямые расходы» или выносится в отдельный раздел «Связь» (см. ниже).

Аренда и покупка оборудования

Сюда запишите все затраты по приобретению или аренде оборудования, которое предполагается использовать в работе по проекту. Сюда входят оборудование офиса, мебель, компьютеры, копировальные машины, факс, автомобиль, лабораторные дорогостоящие приборы и т. д. Старайтесь запрашивать оборудование в разумных пределах. Всеми возможными способами попытайтесь записать в бюджет как можно больше оборудования, полученного из собственных источников (колонка «Имеющееся»). Однако если у вас есть компьютер и принтер и вы будете использовать их в ходе проекта, не пишите в «Имеющееся»

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

полную их стоимость (вы же не приобрели их специально для проекта), а рассчитайте, какую часть времени это оборудование будет работать именно на данный проект. Это позволит избежать завышения собственного вклада. Внимательно читайте объявления фондов насчет того, что они рассматривают в качестве «оборудования». Например, часто оборудованием называют предметы, стоящие более \$500 и (или) предназначенные для эксплуатации более одного года. Возможно также, что фонд не рекомендует покупку оборудования, а поощряет его аренду. Если вы предполагаете покупку оборудования на крупную сумму, приложите прайс-листы фирм, торгующих подобной техникой.

Помните, что, приобретая оборудование, вы ставите его на баланс организации, поэтому будьте готовы предоставить его проверяющим органам в любой момент.

Этот раздел должен также включать все дополнительные расходы по доставке оборудования, установке, страхованию.

Расходные материалы

Обычно к ним относятся канцелярские принадлежности, то есть бумага, дискеты, ручки, скрепки, папки и пр. Если у вас есть какие-то специальные запросы — укажите их. Например, сюда можно включить стоимость книг, флипчарт для семинаров, а также реактивы, лопаты, спецодежду и т. д. Сюда же можно включить расходы на подписку, публикацию результатов проекта и почтовые расходы, если они не вынесены в отдельный раздел.

Издательские и типографские расходы

Довольно часто в проектах предполагается издание различных материалов, начиная с листовок и заканчивая книгами. В этом разделе вы должны указать, какие средства понадобятся для этих работ. Запросите прайс-листы у типографий, в идеале — подпишите с типографией договор или письмо о намерениях, в котором будет написано, что типография готова выполнить такие-то работы в определенные сроки и за такие-то деньги. Иногда фонды специально требуют, чтобы такое письмо было подготовлено до присуждения гранта.

Командировочные и транспортные расходы

Включите сюда все расходы, связанные с поездками. Подробно опишите каждый пункт, не пишите сразу больших сумм без соответствующих разъяснений, чтобы не вызвать у донора недоуменных вопросов. Включите сюда расходы на проезд исполнителей проекта наземным транспортом или самолетом, суточные (из расчета на каждый день, в соответствии с законодательством), проезд к месту работы, перевозку грузов, аренду автомобилей (если вы не включили это в раздел «Оборудование») и т. п.

Следует разделять командировки внутри страны и за ее пределы. Каждая зарубежная командировка должна быть выделена особо с указанием стоимости ж/д или авиабилета туда-обратно, пунктов вылета-прилета, суточных и непредвиденных расходов (поездки на местном транспорте, стоимость виз и др.). Необходимость зарубежных поездок должна быть очень четко обоснована.

Поездки внутри страны не обязательно расписывать так же подробно, как зарубежные.

Прочие расходы

Включите в этот раздел все, что не вошло в предыдущие категории. Например, сюда могут войти расходы на оплату конференций, совещаний и рабочих семинаров, печать материалов и объявлений, стоимость телефонных переговоров и иных услуг связи и т. д.

Вот пример сметы окружного проекта «Школа молодежных тренеров Ханты-Мансийского автономного округа - Югры»:

№ п/п	Статья расходов	Ед.	Кол-во	Ставка	Затраты
1.	Оплата труда специалистов				
1.1.	руководитель проекта	мес.	9	500р.	4 500р.
1.2.	менеджер проекта	мес.	9	1 500р.	13 500р.
1.3.	тренер-консультант	дней	13	5 100р.	66 300р.
1.4.	бухгалтер проекта	мес.	9	499р.	4 491р.
	итого:				88 791р.
2.	Проживание (11 человек)	дней	12	540р.	71 280р.
3.	Питание (16 человек)	дней	12	100р.	19 200р.
4.	Типографские расходы	компл.	16	200р.	3 200р.
5.	Канцтовары (бумага, маркеры, катриджи)	компл.	16	89р.	1 424р.
6.	Олата интернета и услуг связи	мес.	9	400р.	3 600р.
7.	Приобретение оборудование	компл.	1	180 000р.	180 000р.
8.	Аренда помещений	дней	10	400р.	4 000р.
9.	Транспортные расходы участников (10 человек)	кол-во	2	1 000р.	20 000р.
10.	Транспортные расходы тренера	кол-во	2	15 000р.	30 000р.
	итого:				421 495р.

ДОХОДЫ ПО ПРОЕКТУ

№ п/п	Источник доходов	Ед.	Кол-во	Сумма	Доходы
1.	Средства окружного гранта		1	170 000р.	170 000р.
2.	Использование оборудования Ассоциации	компл.	1	180 000р.	180 000р.
3.	Дотации районных бюджетов и собственные средства детских и молодежных общественных объединений	чел.	15	4 000р.	60 000р.
4.	Собственные средства участников	чел.	15	500р.	7 500р.
5.	Предоставление помещений Ханты-Мансийского университета	дней	10	400р.	4 000р.
	итого:				421 500р.

ФАНДРАЙЗИНГ

Фандрайзинг – это не «халява», а наука и искусство.

Фандрайзингом обычно называются способы (приемы, инструменты) привлечения средств для некоммерческой деятельности. Но фандрайзинг - это не только комплекс различных инструментов и процедур добывания средств для некоммерческой организации. Это прежде всего наука об успешном убеждении других в том, что деятельность вашей организации заслуживает внимания (и поддержки). В центре фандрайзинга стоит человек - фандрайзингер. Успешность привлечения средств во многом зависит от того, насколько он владеет профессиональными навыками и верит сам в то, в чем старается убедить других. *(к сожалению, в наибольшей степени искусством убеждать чаще владеют аферисты, потому что успешный фандрайзингер нередко в большей степени Остап Бендер, нежели Дон Кихот* - *примечание составителя)*

Предлагаются вашему вниманию 10 способов в порядке убывания популярности и эффективности использования этих инструментов.

ИНСТРУМЕНТ №1: подача заявок на гранты. Как правило, фонды поддерживают определенные проекты через представление целевого финансирования - гранты. Грант - это безвозмездная целевая субсидия на поддержку некоммерческих проектов. У каждого фонда есть приоритетные направления или программы. Для реализации этих программ фонды на конкурсной основе отбирают проекты, наиболее полно отвечающие их требованиям. Критерии рассмотрения заявок: -соответствуют ли цели и задачи проекта миссии и приоритетам программ фонда; -отвечают ли цели проекта реальным потребностям общества, получил ли проект поддержку общественности;

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

-насколько продумана и экономически эффективна стратегия достижения поставленных целей;

-будет ли получен в результате выполнения проекта положительный долгосрочный эффект;

-возможен ли переход на самофинансирование работ в данном направлении после окончания финансирования по гранту;

-каков вклад организации - заявителя и других спонсоров в данный проект.

Через целевое финансирование фонды осуществляют свою миссию в регионе (то есть преследуют свои цели - примечание составителя). Зная приоритеты грантодателей и их требования к написанию заявок, ННО могут успешно привлекать средства международных организаций для решения актуальных задач общества.

ИНСТРУМЕНТ №2: участие в совместных проектах и получение целевого финансирования по программам международных организаций. В отличие от фондов, которые только финансируют проекты, существуют благотворительные агентства, помимо выдачи грантов привлекающие ННО для участия в совместных проектах. Примером таких организаций в Узбекистане могут служить TESIS, Save the Children, IREX, Институт "Открытое общество - Фонд содействия - Узбекистан, Азиатский банк развития, и др. Для реализации своих программ, разрабатываемых сотрудниками Агентства, они делегируют ННО определенные функции, оказывают им финансовую и материальную поддержку в рамках данного проекта.

ИНСТРУМЕНТ №3: личные встречи. Хотя этот метод требует больших затрат времени и высоких профессиональных качеств фандрайзера, такие встречи являются высокоэффективным инструментом, так как помощь оказывается не организацией организации, а человеком человеку. Во главе любой организации, потенциального донора, стоит человек со своими духовными ценностями, воспитываемыми и поддерживаемыми его семьей, культурными и религиозными традициями. В Центральноазиатском регионе добровольная помощь считается добродетелью, достойной одобрения общества и жизненно важной для духовного роста личности. Чем лучше фандрайзер знает интересы потенциального донора, тем выше его шансы на успех. Невольно потенциальный донор в беседе с фандрайзером отождествляет его с организацией, которую тот представляет. Поэтому успех личной встречи во многом зависит от того, насколько фандрайзер готов убедительно рассказать о целях, задачах проекта, о необходимости поддержать именно этот проект или организацию, завоевать его доверие. Поэтому к встрече готовятся заранее, продумывают сценарий беседы, подбирают убедительные аргументы, готовят материалы о деятельности ННО, рекомендательные письма от уважаемых людей, положительные отзывы в прессе.

ИНСТРУМЕНТ №4: специальные мероприятия по сбору средств (благотворительные вечера, аукционы, концерты, спортивные соревнования). Их успех во многом зависит от оригинальности идей и от способности команды организаторов сделать это событие незабываемым для его участников. Положительная сторона этого инструмента в том, что он дает возможность одновременно встретиться со многими потенциальными донорами, привлечь единомышленников.

Специальные мероприятия требуют времени и средств на подготовку. Как правило, работает ©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

целая команда организаторов, которая продумывает программу мероприятия, готовят список участников, размещают объявления и рассылают приглашения участникам.

ИНСТРУМЕНТ №5: привлечение членских взносов в ННО. Специальные мероприятия позволяют привлечь в организацию новых членов. Люди, откликнувшиеся на приглашение участвовать в благотворительной акции, демонстрируют свою активную позицию, желание помочь в решении какой-либо проблемы. Как правило, им выражается признательность за участие и предлагается стать членом ННО. Членство в организации является одним из инструментов фандрайзинга. Преимущество его в том, что устанавливаются длительные отношения между человеком и организацией. Ключевым моментом является то, какие преимущества может предложить ННО своим членам: - бесплатный доступ к информационной сети; - получение газеты, бюллетеня или журнала, выпускаемых организацией; - бесплатные или на льготных условиях консультации, участие в семинарах, обучающих курсах; - использование символики ННО; - элементы престижа, получение сертификата или почетной грамоты данной организации.

ИНСТРУМЕНТ №6: участие в проектах, финансируемых государством. В последнее время этот инструмент стал активно использоваться фандрайзерами. Его преимущество в том, что он создает основу для социального партнерства между государственными структурами и некоммерческим сектором, развивая взаимный интерес и понимание необходимости долгосрочного сотрудничества. Для ННО участие в таких проектах не только инструмент привлечения средств, но, прежде всего, получение признания общественной необходимостью их деятельности со стороны государства, усиление их социальной значимости и возможность развития программ в будущем.

ИНСТРУМЕНТ №7: привлечение волонтеров. Это один из мощнейших инструментов усиления и развития деятельности ННО, хотя в данном случае речь идет только об увеличении трудовых ресурсов. ННО, защищающее общечеловеческие ценности, понятные и активно поддерживаемые либо отдельными социальными группами, либо обществом в целом, имеет явное преимущество перед другими организациями. Это преимущество создают добровольцы-люди, отдающие безвозмездно свое время, знания, профессиональные навыки ради благородных целей ННО. Профессиональные фандрайзеры уделяют серьезное внимание развитию волонтерского движения. Например, Узбекская Ассоциация по репродуктивному здоровью в прошлом году силами волонтеров (врачей, педагогов, юристов) провела свыше 120 семинаров и бесед с числом участников более 4000 чел. Если оценить стоимость работы волонтеров, работающих в области консультаций по правам женщин в кризисных центрах, то стоимость их труда составила бы почти 1 млн. сум.

ИНСТРУМЕНТ №8: использование ресурсов Интернета. Применение современных технологий как инструментов фандрайзинга получило в последние годы широкое распространение. Всемирная информационная сеть содержит более 1 млрд. Web- страниц. Чтобы не утонуть в море информации, созданы поисковые системы, которые условно делятся на тематические каталоги, поисковые серверы, специализированные поисковые службы и

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

метапоиск. Развитие новых информационных технологий предъявляет к фандрайзингу специальные требования: умение ориентироваться в Интернете и эффективно использовать его преимущества для поиска потенциальных доноров, размещения собственных Web - страниц с описанием целей и программ организации и т. д. Одним из примеров успешного фандрайзинга через Интернет является новый проект IATP, который не только позволил привлечь спонсоров (ИООФС) для осуществления проекта по созданию Центра свободного доступа, но и дал возможность лидерам и менеджерам ННО в рамках данного проекта изучать основы фандрайзинга с использованием возможностей Интернета. В итоге слушатели семинаров по фандрайзингу выступили с инициативой создания баз данных потенциальных доноров ННО. Электронная база данных, включающая в себя около 250 международных благотворительных фондов и организаций, поддерживающих различные проекты, доступна на сайте <http://www.iatp.uz/programs.html#z1> *А вот русскоязычный сайт, на котором оперативно сообщается о зарубежных стипендиях и грантах для обучения, в том числе персонала ННО:* <http://www.ed.spb.ru/grants>

ИНСТРУМЕНТ №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. Особенно широко используется организациями, имеющими доступ к электронной почте. При этом необходимо следовать определенным правилам: - текст письма составляется заранее, он должен легко читаться; - если в письме есть просьба о поддержке, то предлагаются несколько вариантов помощи, включая возможность **волонтерского участия**; - письмо обязательно подписывается руководителем организации; - письмо отправляется после мероприятия или тогда, когда оно может принести наибольшие результаты: в государственные и религиозные праздники, юбилеи, день рождения адресата; (*ничего себе, "подарочек" к дню рождения, если письмо не утонет в море других поздравительных* - *примечание составителя*); - в письме указываются способы связи с данной организацией.

ИНСТРУМЕНТ №10: реклама. Часто малоэффективен, хотя охватывает большую аудиторию. Его эффективность составляет 3 - 5 %. Обычно используется для формирования общественного мнения. Реклама может быть в виде размещения специальных статей - обращений в СМИ, социальных видеороликов для показа на спец. мероприятиях, установки рекламных щитов, распространения буклетов, календарей, расклеивания плакатов. Одним из современных видов рекламы является размещение баннеров на порталах Интернета, рассылка обращений через подписные адреса по электронной почте³.

³ По материалам опубликованной в бюллетене "Инициатива" (№31) статьи А. Гонорской "Горячая десятка инструментов узбекского фандрайзинга"

На сегодняшний день существует тенденция в среде детских и молодежных общественных объединений, что чем больше «всякой всячины» мы «затолкаем» в нашу смету, тем живей и серьезней она будет выглядеть в глазах грантодателей. Очень часто бывают такие ситуации, когда авторы проекта помимо действительно обоснованных затрат, включают в проект такие вещи, как например «офисная мебель», «праздничный фуршет», «поездка на отдых с родственниками» и т.д. Так вот, Уважаемый читатель, японская кулинарная мудрость гласит «Только тогда можно поистине насладиться изысканным вкусом блюда, когда все в нем гармонично и нет ничего лишнего».

Известный закон Лермана гласит: "Любую техническую проблему можно преодолеть, имея достаточно времени и денег", а следствие Лермана уточняет: "Вам никогда не будет хватать либо времени, либо денег".

- 1. Чем больше денег я попрошу, тем больше мне дадут?*
- 2. Деньги в кармане, я им хозяин, и не перед кем не должен отчитываться?*
- 3. Представив свою организацию в более выгодном свете, я добьюсь большего, чем говоря только правду?*

PR ПРОЕКТА

Очень часто аббревиатуру PR понимают как обычную рекламу, тем самым ограничивая это понятие стандартным плакатиком, флаером, пресс-релизом. Тем не менее это слово стало очень модно употреблять, появляются все более школы по обучению PRy, но и они формируют стереотипные шаблоны, загоняют в рамки, что в итоге не приводит к формированию позитивного общественного мнения о том, или ином проекте, событии, кампании и организации.

Существует около 500 определений PR. Вот некоторые из них:

1. «Public Relations» – это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью (Институт общественных отношений (IPR)).

2. «Public Relations» – это искусство и наука анализа тенденций, предсказания их последствий, выдачи рекомендаций руководству организаций и осуществление программ действий в интересах организаций и общественности (Мексиканское заявление).

3. «Public Relations» – это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью (д-р Рекс Харлоу).

4. «Public Relations» – содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами людей или обществом в целом посредством распространения разъяснительного материала, развития обмена (информацией) и оценки общественной реакции (Международный словарь Уэбстера).

5. «Public Relations» – это менеджмент, который оценивает отношение общества к организации, увязывает политику и поведение отдельных организаций с общественным интересом, выполняет намеченную программу действий («Браун Нельсон Public Relations» – Американское агентство по связям с общественностью).

6. «Public Relations» – искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности (Сэм Блек, автор книги «Public Relations. Что это такое?», почетный член IPRA).

7. «Public Relations» общественной организации – это деятельность, направленная на гармонизацию интересов организации и общественности через взаимoinформирование, установление и поддержание взаимопонимания и сотрудничества между ними

Существует множество компонентов способствующих эффективным связям с общественностью, рассмотрим некоторые из них:

Имидж-пакет

Важный инструмент PR — имидж-пакет. Что это такое и что в него входит? Существуют достаточно сложные схемы и теории формирования имиджа, однако для практической работы важно понимать, что имидж, или образ, организации или человека создается в сознании людей независимо от того, делаем мы что-либо для этого или нет. И если мы ничего не делаем, имидж создается, но стихийно и не всегда работает на пользу организации. Вывод один свой образ нужно целенаправленно формировать, в том числе с помощью имидж-пакета, в который входят, прежде всего, логотип и другие элементы фирменного стиля организации.

Логотип — узнаваемый знак, имеющий определенный смысл — может представлять собой картинку, сплетение букв, отдельные геометрические фигуры или их сочетание и многое другое. Лучше всего заказать логотип профессиональному художнику, объяснить подробно миссию и стратегические цели организации, а затем положиться на его творческое вдохновение. Нужно попросить художника сделать несколько образцов, а затем выбрать наиболее подходящий вариант.

К элементам фирменного стиля относится в первую очередь определенный набор шрифтов, которыми пишутся официальные и неофициальные бумаги организации, а также оформление фирменного бланка (расположение на нем логотипа и необходимой информации об организации) и другой печатной продукции. Мы рекомендуем и здесь положиться на профессионала, сделать выбор раз и навсегда и не менять. Смену логотипа и фирменного стиля можно приравнять к созданию новой организации: потребуется время, чтобы ваши клиенты, доноры, журналисты привыкли к нему.

Кроме логотипа и фирменного стиля печатной продукции имидж-пакет может включать фирменные сувениры организации — ручки, блокноты, майки, кружки, банданы, полиэтиленовые пакеты, календарики, плакаты, стикеры (клеящиеся плакаты), наклейки, нашивки и многое другое. Все эти вещи помогают создать определенную атмосферу для людей, приходящих в организацию, и поэтому должны быть хорошо продуманы. Не нужно лишних элементов — это может привести к обратному результату, но иногда сувениры просто необходимы, особенно, когда организация озабочена созданием благоприятного имиджа в своих целевых группах.

Оформление офиса также в той или иной степени является элементом фирменного стиля. Грамоты, сертификаты, развешанные по стенам, книги и папки, расставленные в определенном порядке, растения, аквариум — все это несет определенное содержание и создает нужную атмосферу. Есть ли у вас в офисе специальная кружка для гостей? Или особый стул, место, где посетители могут посидеть? Все эти мелочи тоже влияют на образ вашей организации и поэтому могут быть отнесены к имидж-пакету.

КАК РАБОТАТЬ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Принципы работы с прессой:

Если журналист приходит к вам с просьбой об интервью...

1. Прежде всего, обратите внимание на издание, которое он представляет. Ряд газет и журналов исповедуют весьма специфический стиль и характер подачи информации. Если вы не хотите, чтобы рассказ о вас был изложен в весьма фривольной манере, сопровождается некомпетентными комментариями и рядом со статьей о вашей организации был напечатан постер обнаженной женщины, не имейте дела с такими изданиями.

2. Все объясняйте о себе по сто раз, перед уходом дайте в руки ваш буклет или другую информацию об организации. Иначе вы обнаружите себя грустным посетителем Королевства кривых зеркал. Особенное внимание уделите таким вещам, как название организации, ее статус, цели, фамилии ключевых персон вашей организации и фамилии тех, с кем беседовал журналист.

3. По сто раз объясняя, между тем, постарайтесь быть небанальными и нескучными. Попробуйте мысленно поставить себя на место журналиста или читателя. Как вам в таком случае понравится скучный доклад с перечислением количества мероприятий и информацией о том, сколько килограммов сливочного масла вы раздали в своем районе малоимущим за прошедший финансовый год? Встреча с журналистом поможет вам самим иначе взглянуть на те плюсы, какие есть в вашей работе, на радость, которую она вам приносит, заставит вспомнить веселые или трогательные истории, анекдоты.

4. Всегда помните, журналисты для хорошего материала ищут:

немножко слез;

немножко шутки;

трогательную или уморительную историю из жизни вашей организации;

что-то удивительное, что поразило бы читателя;

человеческие истории, характеры.

5. Журналист должен почувствовать: то, что вы делаете, вы делаете с удовольствием. Он должен понять, что ваша деятельность – не крест, а нормальное дело жизни, способное приносить удовлетворение. Даже если речь идет о какой-то проблеме, которую вы хотите поднять в прессе, все, что касается вашей организации в такой публикации, должно быть оптимистично.

6. Требуйте визирования. Визирование – это просмотр рукописи написанного журналистом текста до того, как он будет опубликован. Согласившись с текстом, вы ставите свою визу, то есть подпись где-нибудь в углу первой страницы. Без такой визы журналист не

имеет права печатать интервью с вами. Однако статью, где вы упоминаетесь, он напечатать сможет. В любом случае, настаивайте на том, чтобы посмотреть текст.

7. Проявляйте инициативу. Если вы видите, что журналист ничего не знает ни о той области, в которой вы работаете, ни о некоммерческих организациях, берите нить разговора в свои руки. Расскажите ему то, о чем ему в голову не придет спросить. Молодой начинающий журналист будет вам даже благодарен, так как он часто сам не знает, что дальше спрашивать. Правда, излишне напирать тоже не стоит, можно и обидеть. Если же перед вами опытный профессионал, тактика должна быть более продуманной. Аккуратно вставляйте в ответы нужную вам информацию.

8. Будьте осторожны в своих отказах дать интервью. Особенно в случае какой-то неприятной или неоднозначно понятой общественностью истории, скандала: вы откажете, а другие нет. И, в результате, материал выйдет однобоким, отражающим мнение только одной стороны.

9. Помните, что репортеры всегда находятся в поисках нового материала, поэтому вы им необходимы так же, как и они вам. Работа репортера очень напряженная и требует от человека быстрой реакции, поэтому у него нет времени, чтобы тратить его впустую.

Для успешной работы с репортером, всегда помните о том, что ему нужны:

Факты;

Точная информация;

Цитаты – короткие, яркие комментарии высокопоставленного лица вашей организации;

Дополнительная информация – данные о создании, деятельности и планах на будущее вашей организации. Это поможет понять смысл статьи и ее важность;

Исключительность материала – он должен быть единственным репортером, кто работает над подобной статьей.

10. Наконец, создавайте свой круг. Многие организации, например, имеют список журналистов, которым они доверяют, с которыми уже неоднократно работали. Пусть и у вас будет такой список. Он создается не сразу, журналистов, которые не напугают и не наврут, а в случае беды придут на помощь (они часто самые лучшие помощники – журналисты), довольно много. Но с ними надо постоянно работать, надо держать их в курсе событий и уважать. Тогда вместо неожиданных раздражающих визитеров они превратятся в ваших соратников.

СПОСОБЫ РАБОТЫ С ПРЕССОЙ:

В процессе реализации добровольческих проектов вам может понадобиться обращение к помощи средств массовой информации. Это бывает необходимо, если вы хотите оповестить

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

горожан о готовящемся событии, пригласить в ваш проект новых людей, заинтересовать предприятия или организации в совместной деятельности с добровольцами.

В общем, случаи, когда вам необходимы журналисты, можно систематизировать следующим образом:

1. **Привлечение внимания к какой-то большой проблеме.** Если вы хотите рассказать о какой-то серьезной проблеме или беде отдельного человека, можно организовать пресс-конференцию или пригласить журналистов к себе в офис. Так часто поступают правозащитники или экологи. Цель такой акции – поднять шум, привлечь внимание к чьей-то беде. Это помогает найти на решение проблемы дополнительные средства или добровольных помощников, а иногда добиться от властей изменения их позиции. Многие десятки человеческих жизней, а то и города, реки, горы были спасены благодаря прессе.

2. **Привлечение внимания к проблемам вашей организации.** Может быть, ваша организация попала в беду. У вас отнимают помещение, без причины лишают лицензии, закончились деньги на завершение важного дела. Журналисты помогут. Только в этом случае необходимо очень четко, взвешенно и ответственно объяснить, зачем вы работаете, чего хотите добиться, как попали в такую ситуацию.

3. **Совместные инициативы или даже проекты.** Например, помощь маленьким детям в «горячих точках» или экспедиция на Северный полюс. В этом случае, как в ситуации с партнерством, обсуждайте все шаги, распределяйте роли и ответственность.

4. **Приглашение на мероприятия.** Это, скорее, способ речами. Журналисты приходят в четырех случаях:

если вы делаете что-то уникальное, чего еще никто не делал, например, спектакль с участием подростков из зон конфликтов всего мира;

если это мероприятие посвящено какой-то очень злободневной проблеме, в решении которой традиционно участвуют средства массовой информации, например, миротворчеству или защите прав человека;

если на вашем мероприятии будут присутствовать высокие государственные люди или звезды театра, музыки, кино,

если после окончания торжественной части предполагается фуршет или банкет.

Даже если вы не согласны с этими закономерностями, помните о них и не обижайтесь, когда местная пресса в полном составе игнорирует ваш детский утренник. Впрочем, для небольших городов даже утренник – событие.

5. **Приглашение в организацию журналистов в качестве гостей.** Самое трудное дело – убедить прессу написать о вас «просто так», без привязки к какой-то горячей проблеме или событию. Главный ключ к успеху – небанальность.

Поставив себя на место читателей, подумайте, чем вы можете заинтересовать прессу. Это действительно поможет вам по-новому взглянуть на свою деятельность.

МАЛЕНЬКИЕ ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ:

В общении с репортером будьте инициативны. Звоните ему в то время, о котором договорились заранее. Если он звонил, а вас не было, свяжитесь с ним как можно скорее: он должен подготовить материал к выпуску в сжатые сроки, иначе новость перестанет быть новостью.

Старайтесь не беспокоить репортера после полудня: обычно он находится в поиске свежего материала или пишет статью для завтрашнего номера.

Будьте честным. Если вы не знаете ответа на заданный вопрос, скажите об этом. Предложите позвонить ему позднее и передать недостающую информацию, и обязательно сделайте это.

Говорите обстоятельно, по существу.

Выразите свою готовность оказать репортеру содействие, предложите другие источники информации. Он может встретиться с членом совета, штатом организации, партнерами.

Смотрите на вещи реально. Вы не можете подчинить себе новость.

Вы не имеете право решать, напечатают ли статью, если да, то на какой странице и как скоро, какое ей дадут название, в каком стиле она будет выдержана и ее точное содержание.

За день репортеры получают много предложений и свежего материала. Убедитесь в том, что над вашим материалом работают и делают его просто неотразимым.

Старайтесь связываться с репортерами заранее, а не в тот момент, когда вам срочно нужно выпустить материал. Лучше всего начать за две недели до самого события. Отправьте сообщения для печати и ваши пожелания. Всегда нужно сделать несколько звонков: первый – для того, чтобы убедиться, что редакция получила ваше сообщение.

Потом стоит позвонить за несколько дней до самого события, напомнить о времени и месте его проведения, а также убедиться, что репортеры будут на нем присутствовать. Перед тем, как вы соберетесь позвонить, с предложением опубликовать или выпустить в эфире какой-либо материал, вспомните следующие советы:

1. Представьтесь сами, назовите вашу организацию и объясните, с какой целью вы звоните.
2. Пытайтесь вести разговор так, чтобы собеседнику было интересно, при этом сохраняйте деловой тон в голосе. (Если вы не будете подчеркивать важность предстоящего события, ответственный редактор или репортер просто не захочет его освещать).
3. Не затягивайте разговор.

ИНТЕРВЬЮ!?

Просто дайте интервью, если вас об этом просят. Шанс, что его опубликуют очень велик и, к тому же, у читателей будет информация из первых рук.

Подготовка к интервью.

Узнайте как можно больше об издании, журналист которого хочет взять у вас интервью. Состоит ли оно в какой-то группе издательств? Известно ли оно в вашем городе? На какой сфере деятельности издательства специализируется, имеет ли определенные особенности? Освещало ли оно в прошлом подобные события?

Сформулируйте свои цели и стремления, попытайтесь объяснить себе, почему и зачем вы хотите дать интервью. Определите, кто станет вашим читателем. Вы можете решить, что вам не стоит давать интервью, если для этого нет оснований. Тем не менее, обязательно серьезно подумайте о пользе предложения до того, как вы решите от него отказаться.

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

Предоставьте журналисту как можно больше информации о вашей акции конкретно и добровольчестве в целом. Чем больше он будет знать о предмете разговора, тем интереснее будут его вопросы.

Спросите журналиста, как он в целом представляет себе развитие вашей беседы, ее основное направление. Вы можете предложить обсудить какие-то определенные темы. Однако помните, что журналист всегда может задать вам тот вопрос, который он посчитает нужным.

Если интервью будет передаваться по радио или ТВ, будьте готовы к тому, что вам придется попросить кого-то записать его. Если это невозможно, договоритесь с журналистом о том, что он предоставит вам копию. Вы откроете много нового в себе, когда посмотрите видеокассету или аудиозапись, сможете понять, как воспринимают вас окружающие люди. Запись может пригодиться вам в дальнейшей работе по программе, ее можно использовать и в целях рекламы.

Ваши права.

Помните, что никто не может заставить вас дать интервью. Вы делаете это по своей воле.

Нет причин бояться интервью. Не важно, насколько информирован журналист, вы должны помнить, что лучше вас не знает о вашем проекте или акции никто. Чувствуйте себя уверенно, ведь обладаете знаниями вы, а не он.

Вы имеете право не отвечать на вопросы личного характера, но стоит объяснить, почему именно вы не делаете этого. Просто скажите: «Извините, но это личный вопрос». Фраза «Без комментариев» для большинства людей является доказательством того, что вы что-то скрываете.

Будьте самим собой во время интервью, не пытайтесь менять свое поведение. Доброжелательность и активность помогут вам чувствовать себя уверенно.

Не говорите того, чего бы потом не хотели услышать. Не стоит произносить фраз типа «Это не для записи», или «Между нами говоря». Если вы хоть чуточку сомневаетесь следует ли что-то сказать или нет, лучше не говорите.

Когда вы представляете вашу организацию, не стоит говорить от себя лично, также в этот момент избегайте давать свою оценку и высказывать собственное мнение. Все ваши комментарии будут относиться к программе, независимо от того, что именно вы имели в виду. Если вы в чем-то не согласны с журналистом, сразу скажите ему об этом. Если в вашей беседе будет высказано со стороны журналиста неправильное утверждение, и вы его пропустите, то оно может быть расценено как ваше согласие.

Никогда не обороняйтесь, даже если журналист груб и враждебно относится к вам. Вы

никогда не выиграете, оправдываясь и приводя разные доводы.

На любую программу, даже телевизионную, вы можете принести с собой свои записи. Но это должны быть записи, а не целый трактат, Они пригодятся вам, если нужно будет привести статистические данные или другую точную информацию. Перед началом программы убедитесь в том, что ваши записи в полном порядке. Если вы участвуете в радиопередаче, то отложите их до нужного момента или разложите так, чтобы потом не шуршать ими, так как радиомикрофоны чувствительны к таким звукам.

После интервью очень важно отправить письмо организаторам программы с вашей благодарностью. Вы можете также выразить свою готовность к дальнейшему сотрудничеству и, если это уместно, предложить даже возможные темы для будущего обсуждения. Хорошим дополнением к письму станут положительные отклики радиослушателей.

После интервью не забудьте оставить у себя контактные телефоны работавших с вами людей. Они могут быть полезны вам в дальнейшем.

9 правил информирования о своем проекте⁴:

1. Правило буравчика.

Выигрывает тот, кто не ждет, что к нему придут за его информацией, а вместо этого активно доносит ее до других в местах их обитания.

2. Правило перехода количества в качество.

Выигрывает тот, кто не устает информировать и информировать, и информировать и информировать... о себе.

3. Правило первичности материи.

Выигрывает тот, кто оставил о себе "материальную память" у объекта информирования: проще рыться в потрепанном буклете, чем в дырявой памяти.

4. Правило концентрированной серной кислоты.

Выигрывает тот, кто сумел сконцентрировать информацию о себе.

5. Правило радуги.

Выигрывает тот, кто сумел подать информацию ярче других.

6. Правило белой вороны.

Выигрывает тот, кто подает информацию наиболее необычным образом.

7. Правило встречи по одежке.

Выигрывает тот, кто сумел создать запоминающийся визуальный образ своей организации.

8. Правило плановой системы.

Выигрывает тот, кто не боится:

- А) потратить время
- Б) на планирование своих усилий
- В) по информированию других

9. Правило соломинки в венике.

Выигрывает тот, кто подает свой проект не как "одиночку", а как один из способов программной деятельности своей организации.

⁴ Иван Иванов, г. Обнинск

В заключение этого раздела, хотелось бы сказать, что не стоит пренебрегать процессом формирования общественного мнения о вашем проекте, считая это далеко не самым важным. Современное общество никогда не оценит значимость вашего дела, до тех пор, пока оно не начнет либо раздражать, либо сниться в глубоких снах, либо отвечать на их повседневные вопросы. Это, Уважаемый читатель, не говорит о том, что вы, как мальчики и девочки на вокзале с листовками должны навязывать понимания грандиозности ваших действий и событий, но в то же самое время ваш проект должен постепенно становиться брендом, так называемым приключенческим фильмом, либо блокбастером, который просто не может оставить равнодушным.

- 1. Покрасить в зеленый цвет волосы всех членов команды по проекту, это хороший PR?*
- 2. Вручая каждому, кто приходит на Ваше событие по бутылке пива, вы делаете свой проект брендом?*
- 3. Можно ли для PRa проекта затратить 90% всех ваших средств?*

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Календарный план – это подробное описание всех вдов деятельности и мероприятий с указанием сроков и ответственных.

Самым важным и тонким вопросом во время планирования является вопрос времени. Поскольку мероприятия в проекте связаны между собой, нарушение сроков одного из них влечет за собой временные сдвиги во всем проекте, между мероприятиями утрачивается связь. «Реализация плохо спланированного проекта займет в три раза больше времени, чем предполагалось. Хорошо спланированный проект – лишь в два раза больше».

При составлении вашего плана мероприятий, обратите внимание:

- На дату начала и дату окончания проекта;
- На то что, подготовительные мероприятия также являются частью проекта, и следовательно, частью графика мероприятий;
- На то, что любая задача определяется и реализуется через конкретное мероприятие. Удостоверьтесь, что ваше мероприятие соответствует одной из задач;
- На взаимосвязь между мероприятиями. Как результаты одного мероприятия будут использоваться в последующих? Какие мероприятия в большей степени зависят от других?
- На то, в какой подготовительной работе нуждается каждое мероприятие;

- На то, чтобы план и график работы соответствовал окружающей вас действительности. Учитывается ли в них график работы разных заведений (например, школьные каникулы)? Укладываетесь ли вы в отведенные сроки?
- Осуществим ли план? Справитесь ли с ним?
- Учли ли вы возможность непредвиденных обстоятельств? Какие альтернативы предусмотрены вами на этот случай? Что вы будете делать, если какое-то мероприятие придется отменить?

К сожалению, Уважаемый читатель, когда план работы содержит только дату проведения основных мероприятий, и не подразумевает время на их подготовку, анализ, и не обозначает ответственных, то выходит по основному закону жизни «что-нибудь, да как-нибудь». Все наши мероприятия сводятся к тому, что «лишь бы успеть», а из-за отсутствия четкого распределения ролей, руководитель проекта берет все трудности на себя.

1. *И, как вы думаете, он счастлив, что все закончилось?*

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Ожидаемые результаты – это конкретные результаты, которые предполагается достичь в ходе реализации проекта в количественном и качественном выражении.

К описанию ожидаемых результатов необходимо подходить очень серьезно и ответственно, поскольку они являются критериями эффективности проекта.

Основные характеристики результатов:

- Соответствие результатов цели, задачам проекта
- Измеряемость (количественные и качественные показатели)
- Реалистичность
- Выполнимость – достижимость

Вы уж простите за фанатизм, но возвращаясь к проектам лидеров общественных объединений Ханты-Мансийского автономного округа- Югры, наблюдается очень «интересненькая» тенденция. Все мы, конечно уже научились красиво говорить, и даже правильно записывать, но почему-то опять забываем про то, что «Что получилось» не может противоречить «Чего хочу», «Что делать» и «Как идти», это возвращаясь к цели, задачам и методам. Вот пример проекта, цель, задачи и ожидаемые результаты которого попробуем проанализировать:

Проект: Экстремальное многоборье «Адреналин»

Цель №1: Организация и проведение районной игры по экстремальному многоборью «Адреналин».

Задачи:

1. Подготовка нормативных документов.
2. Материальное и кадровое обеспечение.
3. Работа судейской коллегии.
4. Разработка этапов.
5. Работа с командами.
6. Проведение отборочных игр по территориям.
7. Проведение финальных игр по двум возрастным категориям.

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

Цель №2: Способствование развитию баз углубленной подготовки по техническим видам спорта на территории района.

Задачи:

1. Проведение мониторинга (исследование ситуации и анализ по состоянию материально технической базы и кадровому обеспечению учреждений, работающих с молодежью, по начальной военной подготовке не зависимо от ведомственной принадлежности).
2. Усиление материального обеспечения (грантовая поддержка и внебюджетные источники финансирования).
3. Повышение квалификации кадрового состава (курсы, семинары и др.)
4. Создание схемы взаимодействия сети баз подготовки, с координатором РЦМИ «Ориентир» на межпоселенческом уровне.
5. Составление общих план работы по программе «Отработка навыков по военно-прикладным и экстремальным видам спорта».

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Участие в экстремальном многоборье «Адреналин» для молодых людей состязания и отдых одновременно. Развитие силы, ловкости, умение постоять за себя и других, а также знакомство с историей России воспитывает у молодых людей истинный патриотизм, любовь к своему Отечеству. Здесь каждый раскрывает свои возможности. Качественный рост команд можно проследить на первых этапах соревнований и в финале в конце года.

1. 2. Здесь все единомышленники, увлеченные общим делом люди. При подготовке к соревнованиям налаживается определенный психологический климат каждой из команд, а все участники-команды фактически входят в клуб любителей экстремальных видов спорта района.
2. 3. Преодолевая трудности, получая адреналин от прохождения этапов, молодые люди отходят от современной суеты, переоценивая жизненные ценности.
3. 4. Немаловажным результатом проекта является упорядочение разрозненных соревнований по военно-прикладным и экстремальным видам спорта в единый районный комплексный проект.
4. 5. Повышение требований к качеству подготовки команд способствует развитию баз углубленной подготовки по техническим видам спорта на территории района.

Уважаемый автор проекта, мы Вас как человека «родного» в принципе понимаем, и очевидно, что вы делаете свое дело, причем прилагаете максимум усилий. Но если целью

проекта является проведение игры по экстремальному многоборью, то вряд ли в финале можно ожидать развитие нравственных качеств и чувств патриотизма. Чувство любви к отечеству, возможно, является отдаленным последствием проведения данных игр, но «переоценка жизненных ценностей» о которых Вы говорите, не может замыкаться лишь в экстремальных эстафетах и командном духе.

Если целью Вашего проекта является проведение спортивной игры и укрепление баз углубленной подготовки по техническим видам спорта, то и результатом проекта скорее будут количественные результаты, о которых будет свидетельствовать факт проведения мероприятий, количество людей принявших в них участие, и наличие базы, как места для занятий экстремальным многоборьем.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

Проект закончен и... наступает самый большой кризис. Проект закончен, закрыт, запечатан. И... больше не надо спешить, чего-то срочно делать... время «расходиться по домам». Наваливается опустошенность, мысли о бессмысленности всего, что мы делаем... Вершина покорена, путь к новым вершинам лежит только через спуск.

Когда исчерпывается то, что намечено планом, проект подходит к своему завершению. Но прежде, чем «закрыть его», необходимо провести финальную аттестацию. Аттестация подводит итог проекта в соответствии с обозначенными сроками. Помните проект имеет начало и конец. Откровенно говоря, окончание проекта очень часто совпадает с началом нового, или даже продолжением другого, начавшегося ранее. Аттестация должна в действительности раскрывать последствия реализации проекта. Окончательная оценка может пониматься, как процесс сбора информации и восстановление критериев для:

- Оценки того что было достигнуто
- Объяснения того, как это было сделано
- Лучшего планирования будущих проектов

Оценка не имеет ничего общего с обоснованием расходов, PR политикой, стратегией финансирования, или поиском оправдания чьих-то слабостей. Однако оценку очень часто путают с одним из этих параметров, или даже сводят к ним, потому что они в какой-то мере являются ее частью.

Оценку нужно производить потому что:

- Мы хотим продолжать работать и развивать дальше наши способности и навыки
- Мы хотим узнать, что же достигнуто в результате наших усилий и действий

- Мы хотим консолидировать и укреплять наш учебный опыт
- Мы хотим проверить свою эффективность
- Мы хотим выяснить, что можно сделать лучше

Итоговая аттестация проекта должна включать в себя оценку:

- Достигнутых результатов
- Решения задач
- Финансового менеджмента
- Влияния проекта на организацию
- Процесса в целом

Оценка результатов

Мы просчитываем все, что было прямо или косвенно достигнуто в реализации проекта. На нужно оценить достигнутые результаты (на всех уровнях), отличая те из них, которые были запланированы от тех, которые запланированы не были, но, тем не менее, на лицо. Конечно важно определить, в какой степени полученные результаты явились результатом проекта (может быть, их можно было добиться и другим способом.) Оценивая результаты, мы можем наблюдать перемены в социальной реальности, на которые мы ориентировались в первую очередь, и изменения в социально образовательном процессе, организации, партнерских отношениях, и отношениях внутри группы.

Оценка задач

Естественным результатом итоговой оценки должно стать сопоставление полученных результатов, с изначальными задачами с учетом того, что они были конкретными и достижимыми. Чем более конкретными являлись задачи, тем легче их оценивать. Оценка это не просто констатация достижения или недостижения конкретных результатов при решении задач, но и определение степени этого «достижения или недостижения». Решению многих образовательных задач трудно подвести итог по определению, так как они с трудом поддаются количественному анализу и простой оценке. Следовательно, при разработке проекта важно определить хотя бы несколько конкретных задач. При представлении отчета вам понадобятся некоторые цифры и количественные показатели для аргументации вашей оценки.

Оценивая финансовый менеджмент

Оценка финансового менеджмента важна в любом проекте и не только потому, что вам придется предоставлять финансовый отчет ваши спонсорам, организации и т.д. Наряду с определением размеров дефицита (если таковой имел место) отчет это хороший способ

выявления новых источников финансирования для организации, самых расходных статей и т.д. И конечно же, отчет может быть полезен для определения альтернатив использования денежных средств.

Оценка влияния проекта на организацию

Интересно оценить влияние на организацию проекта, который всегда представляет значительную инновацию.

Влияние на организацию результатов проекта может выражаться в приобретении нового опыта, новых членов, новых партнеров, в укреплении репутации, получения доступа к новым ресурсам, в новых связях.

Оценка процесса в целом

Результаты имеют не только конкретные осязаемые аспекты. Это могут быть результаты обучения, приобретение опыта в некоторых сферах. Для того, чтобы учесть их необходимо оценить сам проект, и людей, которые добились этих результатов, планируя проект и реализуя его. Что можно было сделать иначе, что нового мы узнали о планировании и реализации проектов, чему вообще можно научиться, занимаясь реализацией проектов.

На заключительном этапе оценки необходимо определиться с последствиями и продолжениями проекта, еще раз обратившись к социальным условиям и перспективам дальнейшей деятельности.

Реализуя проектов против наркотиков, результат был достаточно успешным (процент употребления наркотиков среди молодежи снизился вдвое), но проведя оценку мы видим, что появилась необходимость предоставить молодежи альтернативы для организации досуга, что неформальные лидеры нуждаются в помощи в реализации их проектов, или компанию нужно продолжить в других районах города.⁵

Подводя итог можно сказать о том, что оценка «хорошо» - это хорошая оценка, но обязательно спросите своего «внутреннего старика» о том, действительно ли ему удалось получить того что он хотел.

⁵ Проектный менеджмент Ти-кит

Издание совета Европы и Европейской комиссии, ноябрь 2000-10-16

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ПЛАН РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА. ПОСЛЕДУЮЩЕЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

«Постой, не тебе ли, на прошлой неделе, я выслал три пары отличный колош?»

- Ах, те, что ты выслал на прошлой неделе, мы давно уже съели.

И ждем – не дождемся,

Когда ты прилетишь к нашему ужину дюжину новых и сладких колош!

К. И. Чуковский «Телефон»

Почему музыканты создают новую аранжировку для своих старых композиций?

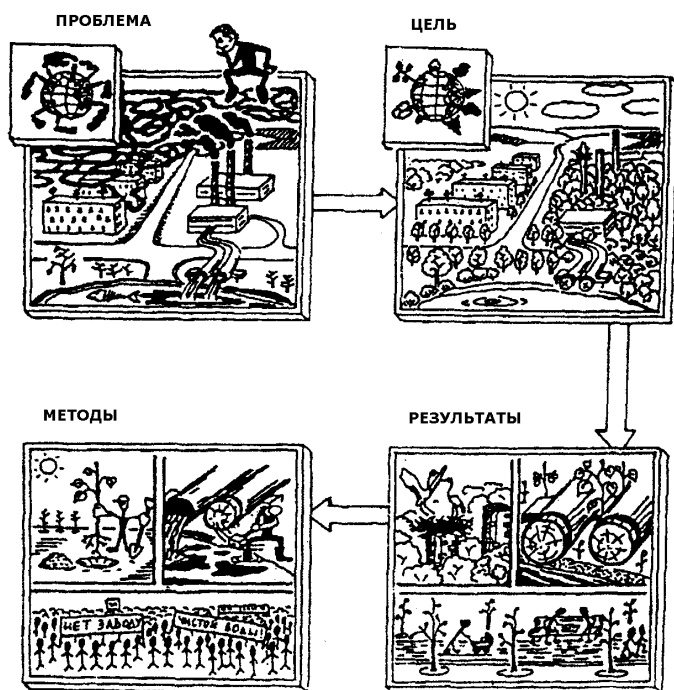
Естественно для того, чтобы их песня оставалась живой, чтобы все большее количество слушателей прониклось ее содержанием, чтобы новые веяния принесли новых доход. А вы, Уважаемый читатель – решайте сами, каким будет ваше «что делать?» дальше.

Конец

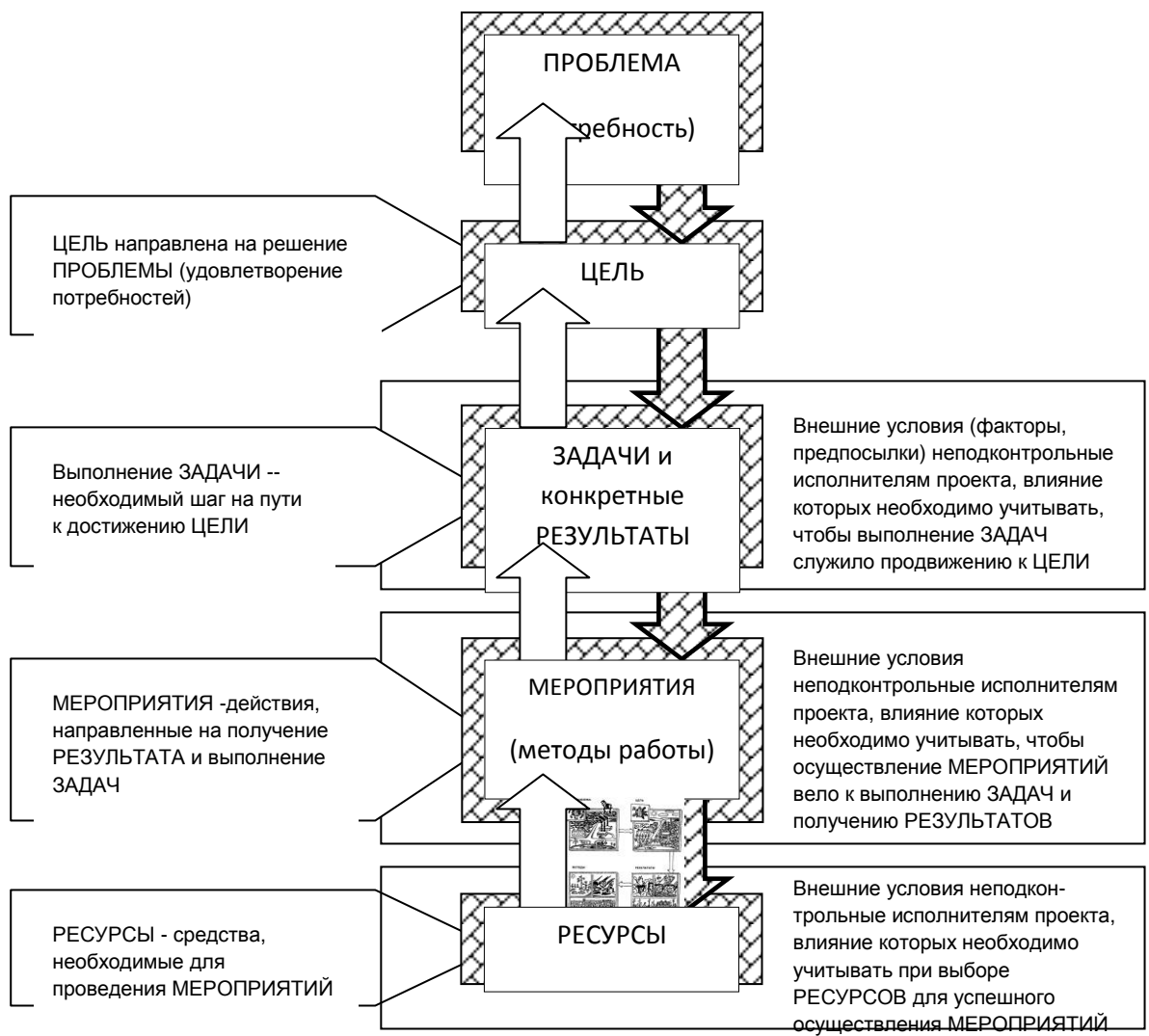
ГЛАВА II «МАРШРУТКА №7»

(ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТАБЛИЦАХ И СХЕМАХ)

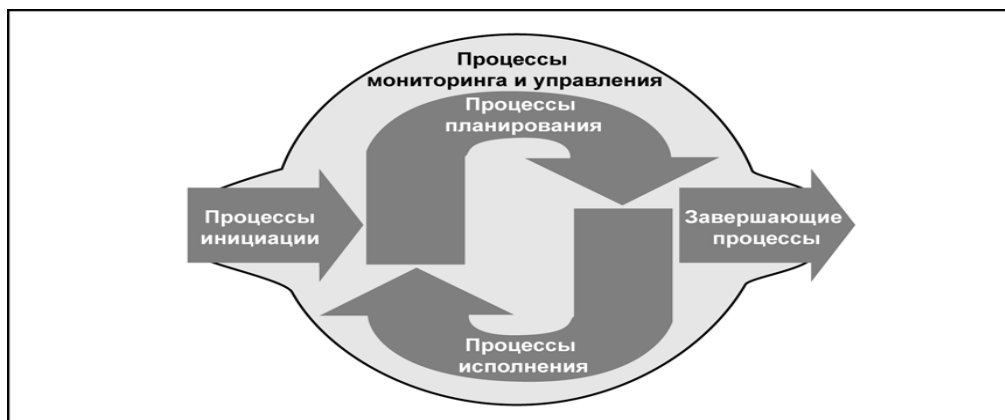
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЧАСТЕЙ ПРОЕКТА



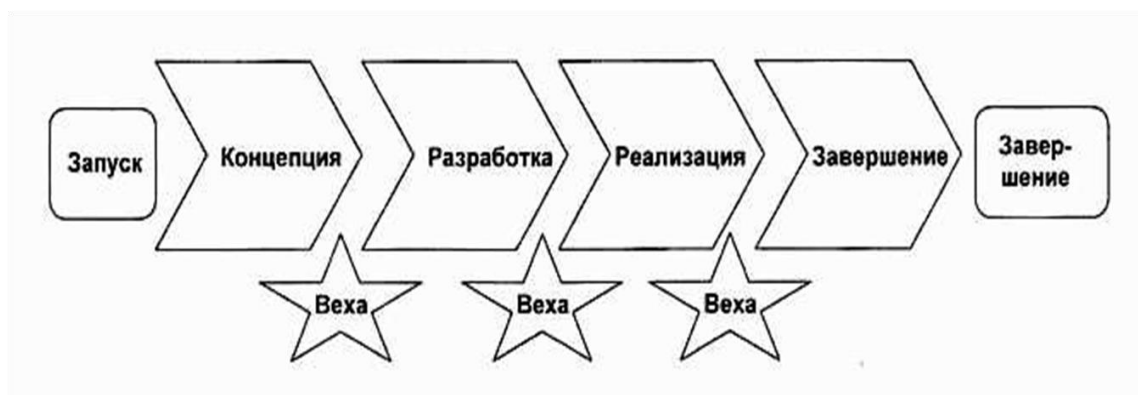
©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа



5 ГРУПП ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ



ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОЕКТА



Магический треугольник



Ключевые роли в проекте

Роль	Ответственность
Спонсор	Бизнес - цели, бюджет
Менеджер проекта	Выполнение плана проекта
Функциональный руководитель	Качество и своевременность работ проекта
Функциональный лидер	Координация работ проекта в подразделении
???	???

ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА



ГЛАВА III ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЭПОС

«никогда не думай, что ты иная, чем могла бы быть иначе, чем будучи иной в тех случаях, когда иначе нельзя не быть»

ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ

День рожденья, день... рожденья... подумаешь.. день рождения.. очень необычно.. день рождения.. как это... ведь рождаешься и не понимаешь что вот сейчас... день рожденья..не начинаешь кричать из-за того что сейчас день рождения не начинаешь смотреть, что вот сейчас это день рождения... день рожденья...

Понять и не понять, попробовать и не попробовать. Стараться и не стараться... а ведь день рождения... я ведь родился в этот день рождения, ведь всякие там в белых масках помогали в этот день рождения, той кто меня родила, или тот... почему именно та... как это родить, это сделать кого то настоящим, в тот момент когда у него день рождения, или за девять месяцев до дня рождения создать... как это создать... быть созданным или родится, быть рожденным или родится... быть.. ладно ведь сегодня день рождения...

Сегодня я пришел к тебе на день рождения, сегодня я скажу тебе красивые слова, да. Сегодня... Потому что сегодня... твой день рождения... я, я безусловно должен купить подарок, ну не просто купить, а вот сначала подумать, походить по магазинам, сказать что я не знаю что подарить, потом сказать что магазины все дерьмовые и лучше я сделаю что-нибудь своими руками, вот так возьму и сделаю... начну думать что делать и пойму что на самом деле ничего делать я не умею, и вообще всякие там оригами – не мой конек, черт я не знаю, что подарить на твой... твой... день рождения, день рождения.. потому что я ведь не могу подарить тебе картинку в рамочке, ну к -как это взять и вот так «вот тебе подарок – картинка в рамочке», ну как-то вот не весело – картинка в рамочке... или еще круче – фотоальбом.. ну вот, такой вот классный весь, весь такой за 150 руб. фотоальбом..неа.. ведь день рожденья... или я ведь не могу подарить тебе набор красивых свечек, ну конечно свечки это очень классно, ну там тем более сейчас есть всякие тематические свечи и с сердечками, и с облаками и с жирафами, но вот мне кажется.. ну ведь все такие у тебя – день рождения. Слушай, блин я бы никогда не подарил тебе кружку, ну там с приколами всякими... нет это очень хороший подарок, всегда кстати, можно ведь потом в поезде возить, и всем показывать.. что вот типа у меня какая кружка... мне он подарил ее на день рождения... бе... у тебя ведь все таки день рождения, а кружка, это вот как то будто на 1 мая, нет у тебя все таки день рождения... иду по магазину и вижу чудную вазу, ну такую квадратной формы, такая вот, ну короче я бы хотел чтобы у меня дома такая стояла, только подумаю и тут сразу в голову... у неё ведь – день рожденья, какая там ваза... ваза, даже звучит не по день рожденьчески... а у тебя сегодня день рождения... ты сегодня родилась, вот если бы никогда не случилось вот это «сегодня»€, то дня рождения бы не было, нет оно бы безусловно было, но конечно же не сегодня... потому что сегодня, именно сегодня у тебя день рождения.. слушай я совсем забыл про цветы... ой.. это ведь просто здорово – цветы, блин какие интересно цветы ты любишь??. точно нужно подарить розы, мне вот больше ромашки нравятся, но розы вот как то звучит хорошо, ну тем более, потом можно сказать «представляете он мне подарил сто роз, или миллион», нет

конечно мне на миллион денег в жизни не хватит, но вот на три штучки... вполне... только подхожу к магазину, выбираю... там упаковачку и все всякие там травки и штучки и фишечки мне заматывают... и тут я подумал... У нее ведь сегодня – сегодня день рождения... какие цветы, ведь день рождения не у.. а у нее... осталось натянуть белую рубашку, которая после выпускного осталась, заправить ее в штаны, бабочку натянуть.. сделать застенчивый вид и припереться с розами... и еще торт прихватить, потому что мама сказала.. нет так не пойдет – у тебя ведь сегодня день рождения.. что подарить??? Почему я не знаю что подарить.. всегда знаю, а вот сейчас... блин как сложно...

Слушай, а сегодня пришла идея подарить тебе лампу, ну такую всю нежную, розовую с красивыми узорами и там разными видами подсветки, вот так стоит вот она в магазине и все в ней замечательно, но просто великолепно... а потом вот посмотришь, просто в магазине нет ничего лучше с чем можно было бы эту лампу сравнить, ну нет.. и потом понимаешь что ни такая уж она нежная... блин как я могу подарить тебе эту лампу на день рождения... нет.. у тебя ведь сегодня – день рождения.

Позвонил сегодня одной знакомой, и спрашиваю: «Что можно подарить на день рождения?», и она мне говорит: «Зайди вон типа в том магазин, там есть оч. классные подарки, всякие там рамочки очаровательные, предметы декора и ваще всякие штуки засмотришься...».

Она конечно вот здорово говорит, она ведь думает о день рождени, вот как будто так просто взять, прийти, выбрать и купить, и еще не да бог подумать своей дурацкой какой-нибудь частью, типа а не слишком ли это дорого, ну типа для дня рождения, она безусловно бы так подумала, но ведь... ведь это я выбираю... ведь у тебя день рождения, а не просто там «день рождения», ну и был я в том магазине, кстати оч. стильный такой, недавно открыли и все просто прутся туда покупать подарки.. понимаешь все... и бабушки и тетки и мужики в «трениках», и восьмиклассница, влюбленная в какого то мужика, и мамаша, которая сегодня должна выбрать подарок своей дочке, и полная дерьма дурра, которая вдруг вспомнила, что прожила с мужем на сегодняшний день 25 лет, и решила ему че-нить купить, это конечно для дурры похвально... но ведь день рождения у тебя..... я поздравить хочу я... что я могу подарить???

Черт, подарить тебе мешок вкусных конфет, чтоб лопнула!!!! Я уже просто злюсь... у тебя день рождения.... У тебя... что подарить.. что.. подарить..сплю, нет не сплю - думаю ...

Зачем столько вопросов, ведь подарок это не то, что вот материально оценить можно, а подарок это же, когда т знаешь что человек думал о тебе, искал подарок именно для тебя.. и вот прям сейчас случайно нашел...

«Я не могу *направляться* к Тебе, потому что я уже здесь. Ты -- не *маленькая*, потому что Ты уже выросла, Ты, как и все мы, кочуешь от жизни к жизни, радуясь тому, что живешь.

У Тебя нет *дня рождения*, потому что Ты жила всегда; Ты никогда не рождалась и никогда не умрешь.

Ты - спутница в этом ярком путешествии, полном приключений, цель которого -- познать суть вещей.

Каждый подарок от друга -- это пожелание счастья, в том числе и это письмо..

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

Летай свободно и радостно над вечностью по ту сторону рождений, и мы сможем встретиться с тобой и сейчас, и всегда, когда пожелаем, посреди одного большого праздника, которому никогда не приходит **конец**».⁶

М. Смехов

⁶ Richard Bach „There are no such place as far away“

ДУРАКИ (ПРО ТЕХ, КТО ЗАНИМАЕТСЯ СОЦИАЛЬНЫМ ПРОЕКТИРОВАНИЕМ)

Живут на свете дураки:
на бочку меда ? дегтя ложка.
Им, дуракам, все не с руки
стать поумнее хоть немножко.
Дурак ? он, как Иван-дурак,
всех кормит, обо всех хлопочет.
Дурак ? он тянет, как бурлак.
Дурак во всем ? чернорабочий.
Все спят ? он, дурень, начеку.
Куда-то мчит, за что-то бьется...
А достается дураку ?
как никому не достается!
То по-дурацки он влюблен,
так беззащитно, без опаски,
то по-дурацки робок он,
то откровенен по-дурацки.
Не изворотлив, не хитер,
твердя, что вертится планета,
дурак восходит на костер
и, как дурак, кричит про это!
За друга на себя вину
дурак возьмет и в ус не дунет.
Дурак уходит на войну,
бросает бронь: Ищите дурня!..
Живут на свете дураки,
идут-бредут в своих веригах,
невероятно далеки
от разных умников великих.
Но умники за их спиной
гогочут:
Видели растяпу?
Дурак, весь век с одной женой!
Дурак, не может сунуть в лапу!
Дурак, на вдовушке женат
и кормит целую ораву...
Пусть умники меня простят ?
мне больше дураки по нраву.
Я и сама еще пока
себя с их племенем сверяю
и думаю, что дурака
я этим делом не сваляю.
А жизнь у каждого в руках.
Давайте честно к старту выйдем,
и кто там будет в дураках,
увидим, умники!
Увидим! (автор неизвестен)

КОШКА (ЧЕМ БИЗНЕС ПРОЕКТ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА)

Сегодня он вновь забыл покормить кошку.

Когда я пришел домой, она сказала мне, что очень хочет мармелада и пармезана. Она смотрела на меня, будто я вот сейчас должен из пакета, где исключительно кроме картошки и молока ничего нет, достать ей вот этот самый мармелад и сыр. Я даже начал чувствовать себя виноватым. Нет, честно мне стало так грустно, что я подумывал о том, какой же я все-таки негодяй, потому что мне не пришло в голову, я даже ни капельки не подумал, о том, чтобы купить моей любимице ее любимый мармелад.

Да, ну и что, что у меня не было денег, ну и что, ведь можно было бы, например, занять где-нибудь у кого-то. А я, даже и не подумал...

Когда я сказал кошке, что сегодня мармелада, а тем более пармезана не будет, она очень рассердилась, она смотрела на меня с такими глазами, что казалось она вот-вот умрет от недостатка внимания к ней, и тем более от недостатка внимания к ее аристократскому пищеварению.

Я только хотел было извиниться, но не успел. Кошка встала с ее хрустального пуфика, на котором лежала ее любимая бархатная, вышитая золотом подушка, подаренная мной на ее день рожденья, и ушла в другую комнату.

Я подошел к ней, начал просить прощения, а она сказала мне, что не стоит извиняться, что я уже две недели извиняюсь, а в итоге все повторяется и еще она добавила, что больше так жить не может.

«Я так больше жить не могу». Почему, я кошка, должна жертвовать собой и терпеть такое отношение? Почему, я, кошка, должна постоянно объяснять что мне нужно, а в итоге все равно не получать этого, почему, я коша, должна следить за своей красотой, мурлыкать, красиво смотреть в окно, изящно облизываться и строго держать осанку. Почему? Я – кошка. Я никого не могу любить, я кошка, мне не важно что там у вас всех не получается, я – кошка, и я никого не люблю.

Через час он пришел. Пнул кошку ногой и она умерла. Затем, она еще долго лежала возле его грязного ботинка.

Я стоял и вспоминал красоту ее осанки.

А еще, именно тогда я внезапно подумал о том, что я настоящий мужчина.

(лично ко мне эта история не имеет никакого отношения, я очень люблю кошек.)

М. Смехов

«ГАРИКИ» ПРО СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

*** (про временные ресурсы)

Минуты - это мгновение
Часы – это суть,
Все это вместе называют временем,
Пройдет, не успеешь вздохнуть!

*** (про риски)

Корабль детства уплывает
Летит печаль улыбок и скоблений
Меня торопясь догола раздевают,
Дорога и запах недоразумений!

**** (про опускание рук)

Скрипач свой смычек канифолит
Художник новый рисует пейзаж;
Куда же делся недавно знакомый
Жизни моей, бесконечный кураж!

*** (про доброту намерений)

Не знаю чего сделал больше
Хорошего или плохого
Зато нести я буду ношу
Заведомого и дурного!

*** (про плавание по течению)

Дрожит мой голос под тяжестью дней
Небесный пастух вновь пасет облака
Меня обволакивает жизни лень
Она намного сильнее, её власть велика.(...)

*** (про инаковость мнений)

Волны смывают следы на песке
Ветер поет свою странную песню
Жизнь заключается в дикой тоске
Почему я сегодня так весел?

*** (про личное отношение)

Почему я всегда должен ждать
Почему говорят, что жизнь – вечность
Я наверно сегодня попытаюсь упасть
Лишний день. Днем больше - днем
меньше!

*** (про скрывание правды)

Задавая вопрос, кто ты есть?
Можно ответить по-разному
Очень легко подобрать эту честь
К себе такому разнообразному!

*** (про силу идеи)

Жизнь сложная, наивная штука
Полна различных взлетов и падений
Я познаю её как млечную науку
Она
наверное стоит своих
откровений!

*** (про настойчивость)

Почти все вы научились смеяться
Почти все вы научились пугать
Мне это все наврядли удастся
Дайте мне на весь мир проорать!!!!

*** (про одевание маски)

Мы сами будущее строим своё
Мы сами веру свою храним
Мы сами рушим все и ничьё
Мы сами создаем псевдоним!

*** (про результат)

Живи пока это возможно
Порхай, лети, взрывайся в темноте
И может совсем скоро и тревожно
Взлетит бабочка в твоём животе!

*** (про чистоту действий)

Аккумулятор уже разрядился
Иссяк запас для жизни батареек
Пойду сорву я, чтоб не спился
Одуванчиков для канареек!

*** (про цену измены)

Высота приходит постепенно
Пьедестал совсем недолго ждать
Зато мечта проходит так мгновенно
Что даже кулак не успеешь разжать.

М. Смехов

АФОРИЗМЫ

- Будьте самоучками! Не ждите, чтобы Вас научила жизнь!

- Чего не знает человек?..
Он не знает разве что предела своей силы!

- «Кто осторожнее в своих обещаниях, тот точнее в их исполнении».

Ж.-Ж.Руссо

- Самое страшное неверие – это неверие в самого себя.

- «Разделяй и властвуй» – мудрое правило; но «объединяй и направляй» – еще лучше!

- «Ваша проблема, люди, заключается в том, что вы слишком много хотите. Если бы вы научились довольствоваться малым, нам всем было бы хорошо» Иисус

Согласного стада и волк не берет. (о работе в команде...)

- Если ты знаешь, что ты глупец, то изменения уже начались...

- "Путешествие в тысячу миль начинается с первого шага".

- "Помните, что решение оценивается по факту предпринятых действий. Если нет никакого действия, то вы на самом деле ничего не решили".

Чашка кофе... с датской королевой.

- Идет курс. Тема — проектная работа. Мы вспоминаем, разбираем, уточняем ... на следующий день одна из участниц приходит с вопросом:

- - Вот мы все говорим "проект, проект", но что значит проект? Выпить, например, чашку кофе — это проект, или нет?
- - М-м-м... скорее всего — нет. М-м-м..., хотя, может быть и да.
- - Так "да", или "нет"? (таково, видимо, одно из свойств логики, в наибольшей степени присущей женщинам — либо оно — "да", либо вовсе "нет").
- - Видите ли, это зависит от того, с кем вы собираетесь выпить чашку кофе. Если как обычно, в кругу семьи, или наспех заглотив перед уходом на работу, то, скорее всего — "нет", а если, к примеру, вы собираетесь пить кофе с датской королевой, то, вероятно, для вас это будет проект.
- Конечно же, дело не в датской королеве (хотя так может казаться, и, даже, наверняка, показалось бы многим), дело исключительно в нас самих. Хотим, делаем как проект, не хотим, ... делаем "как всегда".

Андрей Домбровский.

На путях к новой школе. На стороне подростка.

№2. 2003 г.

ПРИТЧИ

Грязные гнезда

Один голубь постоянно менял гнезда. Неприятный, острый запах, исходивший от этих гнезд, был невыносим для него. Он горько жаловался на это мудрому, старому, опытному голубю. А тот все кивал головой и наконец сказал: "Оттого, что ты постоянно меняешь гнезда, ничего не изменится. Запах, который тебе мешает, идет не от гнезд, а от тебя самого".

Н.Пезешкиан "Торговец и попугай"

Притча о трех строителях

При строительстве реймского собора, мудрец подошел к трем каменщикам, каждый из которых был профессионалом своего дела и задал каждому из них один и тот же вопрос: «Что ты делаешь?». Первый ответил: «Кладу кирпичи». Второй ответил: «Я возвожу красивую ровную стену». А третий сказал: «Я строю реймский собор». Таким образом можно делать одну и ту же работу, но ставить перед собой разные цели. Это как раз к вопросу о рамках, которые каждый человек ставит перед собой.

Притча про гусыню

Жил-был крестьянин, был он очень беден, из живности у него была одна лишь гусыня.

Однажды утром гусыня снесла золотое яйцо. Крестьянин сначала не поверил, подумал, что над ним зло подшутили, но потом очень обрадовался. С тех пор гусыня каждый день несла по одному золотому яйцу. Каждый день крестьянин просыпался и бежал к гусыне в ожидании яйца, со временем он стал очень богатым. Но деньги испортили его, он стал злым, алчным, жестоким. Однажды ему надоело ожидать золотых яиц, он взял и распорол гусыню, чтобы сразу достать все яйца, но там не оказалось яиц.

Ценить нужно не только, и не столько результат, сколько ресурсы, которые имеются для достижения результата.

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

ГЛАВА IV ПРИЛОЖЕНИЯ

Программа «Молодежь Югры» 2006-2008 гг.

КОНКУРС ВАРИАТИВНЫХ ПРОГРАММ. НАПРАВЛЕНИЯ:

Конкурс вариативных программ «Гражданско-патриотическое воспитание молодежи»
Конкурс вариативных программ «Формирование и развитие системы подростково - молодежных клубов по месту жительства»
Конкурс вариативных программ «В сфере отдыха, оздоровления и занятости детей, подростков и молодежи»
Конкурс вариативных программ «Поддержка деятельности детских и молодежных общественных объединений»
Конкурс вариативных программ «В сфере занятости подростков и молодежи»
Конкурс вариативных программ «Профилактика наркомании и противодействие злоупотреблению наркотическими средствами среди молодежи»
Конкурс вариативных программ «В сфере молодежного предпринимательства»
Конкурс вариативных программ «Поддержка молодой семьи»
Конкурс вариативных программ «Профилактика безнадзорности, правонарушений и защита прав детей и молодёжи»
Конкурс вариативных программ среди учреждений социального обслуживания молодежи
Конкурс вариативных программ «Организация и развитие молодежных информационных ресурсов»
Конкурс вариативных программ «Проекты научно - исследовательских работ (НИР) по основным направлениям государственной молодежной политики»
Положение об экспертном совете конкурса вариативных программ Комитета по молодежной политике автономного округа
Положение о получении специального статуса: «Экспериментальная площадка Комитета по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры»; «Опорная площадка Комитета по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры»; «Опорно-экспериментальная площадка Комитета по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры».

УТВЕРЖДАЮ

Председатель Комитета
по молодёжной политике

Ханты-Мансийского
автономного округа - Югры

_____ О. А. Пономарев

" ____ " _____ 2008 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

об окружном конкурсе вариативных программ Комитета по молодёжной политике Ханты – Мансийского автономного округа – Югры «Поддержка деятельности детских и молодёжных общественных объединений» на 2006-2008 годы в рамках реализации целевой программы «Молодежь Югры» на 2006-2008 годы.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

Во исполнение Федерального закона «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» от 28 июля 1995 года № 98-ФЗ, Закона Ханты-Мансийского автономного округа «О государственной молодёжной политике в Ханты-Мансийском автономном округе» от 8 мая 1998 года № 24-03, Закона «О программе «Молодежь Югры» на 2006 - 2008 годы», программы «Поддержка детских и молодёжных общественных объединений в Ханты-Мансийском автономного округа – Югры на 2006 – 2008гг.» и с целью выявления эффективных программ в сфере деятельности детских и молодёжных общественных объединений Комитет по молодёжной политике автономного округа и Ассоциация детских и молодёжных объединений автономного округа проводят ежегодный конкурс программ деятельности детских и молодёжных общественных объединений (далее - конкурс).

Организатором конкурса является Комитет по молодёжной политике Ханты–Мансийского автономного округа – Югры и Ассоциация детских и молодёжных объединений Ханты–Мансийского автономного округа – Югры.

Исполнителем конкурса является – Ассоциация детских и молодёжных объединений Ханты–Мансийского автономного округа – Югры.

Настоящее Положение определяет порядок проведения конкурса, критерии отбора и финансирования программ, представляемых на конкурс. Сроки проведения конкурса утверждаются приказом Комитета по молодёжной политике Ханты-Мансийского автономного округа - Югры.

Представленные на конкурс программы должны соответствовать действующему законодательству, иметь определенные цели и задачи, создавать условия для реализации духовных, интеллектуальных, творческих, физических и социальных потребностей детей, подростков и молодежи.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КОНКУРСА.

2.1. Цель конкурса:

- стимулирование активных действий детских и молодёжных общественных объединений по вовлечению молодежи и детей в социально-значимую деятельность, развитие социальной активности и гражданского самосознания.

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодёжных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

2.2. Задачи конкурса:

- поддержка перспективных программ деятельности детских и молодежных общественных объединений;
- развитие социального партнёрства детских и молодежных общественных объединений с органами государственной власти в решении проблем молодежи региона;
- формирование позитивного общественного мнения о деятельности детских и молодежных общественных объединений округа.

3. УЧАСТНИКИ КОНКУРСА.

3.1. Право представления программ на конкурс имеют:

- детские и молодежные общественные объединения, действующие на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры - юридические лица (в соответствии с Федеральным законом «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений»);
- Детские и молодежные общественные объединения, действующие на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, осуществляющие свою деятельность на базе учреждений образования, молодежной политики, спорта, туризма и культуры – неюридические лица (юридическим лицом выступает учреждение);
- Молодежные Советы, Палаты и Парламенты, созданные при органах исполнительной и законодательной власти, направленные на решение проблем детей и молодежи (юридическим лицом выступает орган исполнительной или законодательной власти);

В случае если программа представляется несколькими общественными объединениями, указанным условиям должно удовлетворять хотя бы одно из них. В этом случае финансовый и содержательный отчет должен быть представлен именно этим объединением.

4. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛАМ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫМ

НА КОНКУРС

4.1. На конкурс представляются программы, соответствующие настоящему Положению. Это может быть узкопрофильная, многопрофильная программа или комплексная программа по различным видам деятельности детских и молодежных общественных объединений.

4.2. Объединение, участвующее в конкурсе на соискание гранта, направляет в Ассоциацию детских и молодежных объединений (628007 г. Ханты-Мансийск ул. Чехова, д. 62 «А») письменную заявку (2 экземпляра) (Приложение №2), а так же пакет документов:

- программа в отпечатанном виде и в электронном варианте (на электронном носителе)
- описание представленных документов (в двух экземплярах);
- смета расходов на реализацию конкурсной программы (Приложение №4)
- копия устава (положения) организации (учреждения, органа исполнительной или законодательной власти) и свидетельство о регистрации в органах юстиции;
- сопроводительное письмо (Приложение № 1), рекомендации органов по делам молодежи городов и районов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- план работы объединения на текущий год;
- сведения о количественном составе объединения.

4.3. Если заявка вносится несколькими общественными объединениями, предоставляется копия заключенного ими договора о совместной деятельности по реализации направляемой ими на конкурс программы;

4.4. Описание конкурсной программы включает в себя основной текст и приложения. Основной текст не должен превышать 12 печатных страниц и включает в себя:

- титульный лист: название программы, авторы, соавторы, заказчик
- информационная карта программы (Приложение № 3)
- сроки реализации;
- обоснование: (актуальность программы - описание текущего положения дел, необходимость изменения сложившейся ситуации);
- цели и задачи программы. Цель - конечный результат, будущее реальное положение дел; задачи - это те ступени (действия), посредством которых достигается цель;
- описание программы: основное содержание и механизм реализации - описание форм, методов, с помощью которых предполагается реализовать цели и задачи. Содержание программы разбивается на отдельные направления (подпрограммы), представляющие относительно самостоятельные части программы;
- план-график выполнения запланированного: когда, как и в какой последовательности будут проходить мероприятия в рамках программы; схема взаимодействия с заинтересованными организациями;
- кадровое обеспечение: люди, которые задействованы в реализации программы, их должность, место в реализации программы; перечислить конкретные организации, которые будут участвовать в проекте с указанием их полного названия, адреса);
- ожидаемые или достигаемые результаты;
- особая информация и примечания (список литературы, публикации)

4.5. В случае если соискателем гранта не будет представлена требуемая информация, конкурсная программа к участию в конкурсе не допускается.

4.6. Материалы, присланные на конкурс, обратно не возвращаются.

4.7. Представленные материалы направляются в Экспертный Совет. Решение о присуждении гранта принимается Экспертным советом и утверждается Приказом Комитета по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

4.8. Основные критерии оценки конкурса вариантных программ.

- соответствие положению;
- реалистичность программы;
- содержательная проработанность программы;
- методическое сопровождение и кадровое обеспечение программы;
- востребованность программы и поддержка её на муниципальном уровне;
- экономическая эффективность и возможность привлечения дополнительных средств;
- авторство;
- новизна;
- технологичность (универсальность программы, возможность использования её в другом месте при других условиях);
- взаимодействие с заинтересованными структурами и организациями;
- перспективность развития программы;
- членство в Ассоциации детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (для общественных объединений).

4.9. Все программы, участвующие в конкурсе оцениваются рецензентами в балльной системе (1-10 баллов по каждому критерию, по последнему 3 балла), которые учитываются при защите программ на Экспертном Совете.

4.10. Детские и молодежные общественные объединения и организации, входящие в состав Ассоциации детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, допущенные на публичную защиту программ в Экспертном Совете, получают бонус в виде 3 баллов.

4.11. Программы защищаются на заседаниях Экспертного Совета представителями соискателя публично в присутствии общественности и представителей средств массовой информации. Информация о сроках публичной защиты будет сообщена дополнительно.

5. ПОРЯДОК ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРОГРАММ И КРИТЕРИИ ОТБОРА.

5.1. Конкурс направляется в органы по молодёжной политике и на межведомственные комиссии муниципальных образований автономного округа.

5.2. Информация о проведении конкурса осуществляется через СМИ.

5.3. Для поддержки программ деятельности молодежных и детских общественных объединений устанавливаются гранты по степеням (I, II, III). Гранты предназначены для поддержки как комплексных, так и профильных программ:

- в области развития молодежи, детьми инновационных идей и технологий, которые могут приобрести практическое значение в XXI веке;
- стимулирующие разностороннее образование детей и молодежи;
- направленные на оказание социальной поддержки детям и молодежи;
- направленные на работу с детьми «группы риска»;
- направленные на укрепление здоровья детей и молодежи и вовлечение их в занятия физической культурой и спортом, формирование здорового образа жизни;
- экологические программы;
- направленные на развитие средств массовой информации для молодежи и детей, молодежных и детских объединений;
- направленные на творческое развитие детей и молодежи;
- направленные на развитие молодежного и детского туризма;
- направленные на патриотическое воспитание молодежи, развитие краеведческой и поисковой работы, сохранение и восстановление памятников отечественной истории и культуры;
- направленные на оказание шефской помощи старших детей младшим, одиноким и престарелым людям;
- направленные на развитие вожатского движения;
- другие направления.

Устанавливается также Специальный грант для поддержки программы, не получившей Грант, но заслуживающей поощрения.

5.4. Детским и молодежным общественным объединениям могут быть присуждены поощрительные премии, размер которых определяет Экспертный Совет.

5.5. Программы предоставляются на конкурс по рекомендации органов по делам молодежи муниципальных образований, Методического Совета Ассоциации детских и молодежных объединений.

5.6. Одно объединение может представить на соискание гранта не более одной программы в течение года.

5.7. Итоги конкурса подводятся Экспертным Советом.

5.8. Срок приема программ: до 15 марта текущего года по адресу: 628007 г. Ханты-Мансийск ул. Чехова, д. 62 «А». Программы, представленные в Ассоциацию детских и

молодёжных объединений автономного округа - Югры после заявленной даты приема конкурсных работ, не рассматриваются.

6. РЕЦЕНЗИРОВАНИЕ ПРОГРАММ И ФУНКЦИИ

ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА

6.1. В состав Совета входят представители учредителей конкурса, органов исполнительной власти, научные работники.

6.2. Председателем Совета является один из независимых специалистов, входящих в состав Совета, который руководит деятельностью Совета, ведет его заседания и подписывает принимаемые Советом решения, распределяет обязанности между членами Совета и контролирует исполнение этих обязанностей.

6.3. Секретарем Совета является представитель Ассоциации детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, который обеспечивает решение организационных и финансовых вопросов во время проведения конкурса и замещает председателя Совета при его отсутствии.

6.4. Состав Совета, председатель и секретарь утверждаются Председателем Комитета по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

6.5. Основными задачами Совета являются:

- Экспертная оценка программ молодежных и детских объединений,
- Формирование предложений о целесообразности поддержки программ молодежных и детских объединений, а также возможных форм и объемов такой поддержки;
- Разработка проектов положений очередных конкурсов программ молодежных и детских объединений;
- Подготовка методических, информационных и иных материалов, содействующих активизации деятельности молодежных и детских объединений по представленным и разрабатываемым программам;
- Консультирование молодежных и детских объединений по представленным и разрабатываемым программам;

Решение Совета о присуждении Гранта считается принятым, если за решение высказалось простое большинство участвующих в заседании. В случае, если член Совета является консультантом той или иной программы, он не участвует в голосовании по данной программе. При равном количестве голосов голос председателя является решающим;

6.6. При рассмотрении экспертных заключений по программам молодежных и детских объединений, представленных на соискание грантов в соответствии с положением о конкурсе программ молодежных и детских общественных объединений на соискание грантов, совет проводит публичную защиту таких программ с приглашением представителей соискателя, а также представителей иных общественных объединений и прессы.

6.7. Решения Совета, особое мнение членов Совета, а также отдельные экспертные заключения публикуются в печати.

7. ПОРЯДОК ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ И ВЫПЛАТЫ ГРАНТА

7.1. Программы, получившие грант, финансируются в части утвержденной суммы за счет средств окружного бюджета через счета объединений (юридических лиц), учреждений и

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

органов исполнительной или законодательной власти, на базе которых действует объединение.

7.2. Участники конкурса, представившие программу и получившие грант, заключают договор с Комитетом по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

7.3. Участник конкурса, получивший грант, обязан предоставить Комитету по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры финансовый и содержательный отчет по итогам реализации программы в сроки, установленные договором, в соответствии с утвержденным перечнем сметы расходов.

7.4. Грант не может быть использован:

- для содействия мероприятиям, проводимым на коммерческой основе;
- для осуществления деятельности в коммерческих интересах физических и юридических лиц;
- для поддержки политических партий, движений, групп, проведения политических кампаний;

8. ПОРЯДОК ФИНАНСИРОВАНИЯ. ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ И КОНТРОЛЯ.

8.1. Программы, получившие грант, финансируются в части утвержденной суммы за счет средств окружного бюджета через счета объединений (юридических лиц), учреждений и органов исполнительной или законодательной власти, на базе которых действует объединение.

8.2. Передача гранта грантодателем оформляется договором. Договором устанавливается обязанность грантодателя своевременно и в оговоренном объеме предоставить грантополучателю финансовые средства. Грантополучатель обязан распорядиться указанными средствами в соответствии с утверждённой сметой на реализацию программы. В договоре также оговариваются другие условия и ответственность сторон.

8.3. Договором предусматривается предоставление грантодателю финансового и аналитического отчетов по итогам реализации программы в течение месяца с момента завершения деятельности по программе.

8.4. В ходе реализации программы, Ассоциация детских и молодежных объединений автономного округа может осуществлять проверку организации, получившей грант. В необходимых случаях у названных организаций запрашивается дополнительная информация, а также проводится экспертная оценка представленных документов и расчетов.

8.5. Сторона, рекомендуемая программой к защите (Орган по делам молодежи), несет полную ответственность за её реализацию на территории муниципального образования.

8.6. Молодежные и детские объединения, предоставившие ложные сведения о своем составе и деятельности с целью получения тех или иных выгод от получения государственного гранта, несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации и возмещают нанесенный ущерб. При этом они в течение трех лет лишаются права финансирования программ и проектов на конкурсной основе со стороны Комитета по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

8.7. Ассоциация детских и молодежных объединений осуществляет проверку представленных молодежными и детскими объединениями документов и материалов. В необходимых случаях у объединений запрашивается дополнительная информация.

9. АВТОРСКИЕ ПРАВА.

9.1. Экспертный Совет оговаривает с разработчиком программы, получившим грант, вопросы дальнейшего использования программы. Права автора соблюдаются в соответствии с Законом Российской Федерации «Об авторских правах».

«СОГЛАСОВАНО»

Председатель Комитета по молодежной политике
Ханты – Мансийского автономного округа – Югры

_____ А.В. Грибцова
" _____ " _____ 2006 г.

Председатель Ассоциации детских и молодежных объединений
Ханты – Мансийского автономного округа – Югры

_____ И.И. Максимова
" _____ " _____ 2006 г.

Исполнитель: _____

Приложение № 1
к Положению
о конкурсе вариативных программ

Сопроводительное письмо

_____ (полное название направляющей организации)
направляет для участия в конкурсе вариативных программ

_____ (полное название направления и номинации)
Комитета по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры в целях
реализации целевой программы "Молодежь Югры"
на 2006 - 2008 годы программу (проект)

_____ (полное название программы, наименование организации-заявителя)

Комплект заявочных документов прилагается.
Приложение на _____ листах.

Руководитель организации

М. П.

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

ЗАЯВКА
на участие в конкурсе программ

(полное название направления и номинации)

в рамках целевой программы "Молодежь Югры" на 2006-2008 годы.

1.	Название организации, учреждения	
2.	Полный адрес, телефон, банковские реквизиты (расчетный счет)	
3.	Автор, авторский коллектив	
4.	Название программы	

ИНФОРМАЦИОННАЯ КАРТА ПРОГРАММЫ

1. Полное название программы	
2. Автор программы	
3. Руководитель программы	
4. Территория	
5. Адрес предприятия	
6. Телефон	
7. Форма проведения	
8. Цель программы	
9. Специализация программы	
10. Срок реализации	
11. Количество подпрограмм	

12. Место проведения	
13. Официальный язык программы	
14. Общее количество участников программы	
15. География участников	
16. Условия участия в программы	
17. История осуществления программы	
18. Особая информация и примечания	

Приложение № 4
к Положению о конкурсе
вариативных программ

СМЕТА

расходов на реализацию
программы _____ в рамках целевой программы
"Молодежь Югры" на 2006-2008 годы.

№ п/п	Наименование статей расходов	Расчет суммы затрат
1	Аренда помещений	руб. x час
2	Аренда звуко-, светооборудования	руб. x час
3	Аренда транспорта	руб. x кол-во x час
4	<i>а оргтехники</i>	руб. x час
5	Телефонные, почтово-телеграфные расходы	руб. x час
6	Печатно-множительные работы	руб. x шт.
7	Призы	кол-во x руб.
8	Питание	100 руб. x кол-во x дни
9	Проживание	Не более 540 руб. x кол-во чел. x кол-во дней
10	Типографские, издательские услуги	руб. x экз.
11	Оплата труда привлеченных специалистов (с указанием специалистов)	руб. x час. x чел.

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

12	Изготовление атрибутики (с логотипом Комитета по молодежной политике)	руб. х кол-во
13	Приобретение предметов снабжения и расходных материалов (с указанием наименований), продуктов питания, медикаментов и т.д.*	руб. х кол-во
14	Приобретение канцелярских товаров (с указанием наименований)*	руб. х наименование
15	Приобретение основных средств на развитие материально-технической базы (обоснование для приобретения).	руб. х наимен-е х кол-во.

* Приобретение предметов снабжения, расходных материалов и канцелярских товаров (в т.ч. мелкий инвентарь), основных средств, не должно превышать 10 % от суммы затрат.

После получения гранта и его использования, необходимо предоставить финансовый отчет грантодателю с приложением всех финансовых документов, в срок, оговоренный договором между грантодателем и грантополучателем.

Средства, полученные на конкретные цели, должны быть израсходованы только по назначению.

Приложение №5
к Положению о конкурсе
вариативных программ

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на выполнение мероприятий программы _____
в рамках целевой программы "Молодежь Югры" на 2006-2008 годы.

«Заказчик» поручает «Исполнителю»: _____

Работа будет производиться в следующие сроки:

№ п/п	Наименование работ (мероприятий)	Срок выполнения
1.		месяц 2006 г.
2.		месяц 2006 г.
3.		месяц 2006 г.
4.		месяц 2006 г.
5.		месяц 2006 г.

От Исполнителя:

Руководитель организации

_____ Ф.И.О.

Приложение № 6
к Положению о конкурсе
вариативных программ

Форма сметно-финансового расчета реализации программы

(полное название программы)

№	Мероприятия	Финансовые затраты			Сроки реализации	Исполнитель, соисполнитель	Результаты
		местный	окружной	другие источники			

Положение

о конкурсе молодежных проектов, стимулирующих гражданскую
активность обучающихся

I. Общие положения

1.1. Поддержка молодежных проектов, стимулирующих гражданскую активность учащихся, в соответствии с подпрограммой «Поддержка системы воспитания», утвержденной Законом автономного округа от 30 декабря 2005 года № 154-оз «О программе Ханты-Мансийского автономного округа - Югры «Реализация приоритетного национального проекта «Образование» в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре» на 2006-2007 годы», осуществляется на основании решений Координационного совета по исполнению программ реализации приоритетных национальных проектов в Ханты-Мансийском автономном округе - Югре при Губернаторе Ханты-Мансийского автономного округа – Югры по результатам проведения конкурса.

1.2. Конкурс молодежных проектов, стимулирующих гражданскую активность обучающихся (далее - Конкурс), проводится Комитетом по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

1.3. Конкурс проводится среди проектов, которые направлены на формирование гражданской активности у обучающейся молодежи, стимулирование молодого поколения на участие в решении актуальных проблем российского общества.

1.4. Участниками Конкурса могут выступать физические лица, проживающие на территории автономного округа, и организации, деятельность которых распространяется на жителей автономного округа.

II. Цели и задачи Конкурса.

2.1. Конкурс направлен на решение следующих целей и задач:
приобретение обучающимися знаний и навыков, необходимых для успешного участия в социально-значимых проектах, гражданских инициативах;
развитие гражданской инициативы и гражданской ответственности обучающейся молодежи;
приобретение практического опыта, который усилит социальную компетентность и предрасположенность подростков и молодежи к социально-значимой деятельности.

III. Требования к проекту, представляемому на конкурс

3.1. Предоставляемые на Конкурс документы должны включать:

Заявку на участие в конкурсе по форме согласно приложению к настоящему Положению, проект в печатном и электронном виде со следующей структурой:

- обоснование актуальности и востребованности проекта;
- цели и задачи;
- основные направления деятельности, этапы по направлениям;
- основные методы работы, технологии реализации проекта;
- система управления;
- сроки реализации проекта;
- кадровое обеспечение проекта;
- краткое описание опыта реализации;
- основные партнеры;
- наличие анализа, мониторинга результативности;
- перспективность;
- финансово-экономическое обоснование проекта, включая смету расходов предполагаемых затрат в разрезе источников финансирования;
- наглядные материалы (видео, фото и др.).

3.2. Проекты, присланные на Конкурс, могут быть:

- среднесрочные (рассчитанные на период от одного года до пяти лет);
- краткосрочные (рассчитанные на период до одного года).

3.3. Материалы, присланные на Конкурс, обратно не возвращаются и хранятся в архиве Комитета по молодежной политике автономного округа.

IV. Порядок проведения Конкурса.

4.1. Конкурс проводится один раз в год в два этапа:

первый этап – экспертная оценка (рецензирование) проектов экспертным советом;
второй этап – представление лучших проектов на Координационном Совете по исполнению программ реализации приоритетных национальных проектов при Губернаторе автономного округа и подведение итогов Конкурса.

4.2. Форма проведения Конкурса – заочная; решение о признании победителем Конкурса принимается по результатам рецензирования представленных проектов.

4.3. Прием проектов для участия в Конкурсе осуществляется до 15 июня текущего года. Проекты, представленные после указанной даты приема, не рассматриваются.

4.4. Материалы, присланные на Конкурс, возвращению не подлежат и хранятся в архиве Комитета по молодежной политике автономного округа.

4.5. Количество победителей Конкурса и размер материальной поддержки проектов определяются исходя из размера денежных средств, предусмотренных в законе автономного округа о бюджете на текущий год, с учетом особенностей реализации представленных проектов.

4.6. Подведение итогов Конкурса и объявление победителей осуществляется не позднее 30 июля текущего года.

V. Экспертный совет

5.1. Экспертный совет является коллегиальным органом, действующим на общественных началах, и состоит из представителей органов государственной власти автономного округа и их подведомственных учреждений, узких специалистов разных направлений деятельности: ученых и практиков, общественных лидеров.

5.2. Экспертный совет создается при Комитете по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

5.3. Функции Экспертного совета:

осуществление экспертной оценки (рецензирование) проектов, представленных на Конкурс;

формирование предложений о победителях Конкурса Координационному Совету по исполнению программ реализации приоритетных национальных проектов при Губернаторе автономного округа;

подготовка методических рекомендаций, информационных и иных материалов для разработчиков проектов, консультирование разработчиков проектов.

5.4. Экспертный совет вправе запрашивать у участников Конкурса необходимые для подготовки экспертных заключений документы и материалы.

5.5. Решение по оценке представленных на Конкурс проектов принимается простым большинством голосов присутствующих на заседании членов экспертного совета. При равном количестве голосов голос председателя является решающим.

5.6. Член экспертного совета, являющийся рецензентом того или иного проекта, не участвует в голосовании по данному проекту.

5.7. Решения экспертного совета оформляются протоколами, которые подписываются председателем.

5.8. Организационное и финансовое обеспечение деятельности экспертного совета осуществляется Комитетом по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

VI. Оценочные критерии Конкурса

Для объективной оценки представленных проектов члены экспертного совета используют следующие критерии оценки:

актуальность и социальная значимость проекта;

реалистичность - соответствие идей, целей, задач реальной социальной ситуации и имеющимся ресурсам;

реализуемость – наличие, вовлеченность и согласованность действий субъектов с действиями автора;

степень самостоятельности разработки проекта;

новизна реализуемых и используемых технологий, направленных на гражданственную активность обучающихся;

учет опыта реализации программ, стимулирующих гражданскую активность обучающейся молодежи на муниципальном, региональном и межрегиональном уровне;

практическая значимость – полезный социальный эффект проекта;

контролируемость – наличие достоверной системы оценки результатов проектной деятельности, управляемость проектом.

VII. Порядок финансирования реализации проектов

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

7.1. Поддержка проектов, признанных победившими на конкурсе, осуществляется путем долевого финансирования реализации проектов, стимулирующих гражданскую активность обучающихся.

7.2. Предоставление субсидий на реализацию проектов, стимулирующих гражданскую активность обучающихся, производится путем перечисления средств на счета победителей Конкурса.

7.3. Заключение договора о целевом использовании субсидии и перечисление денежных средств на счета победителей Конкурса осуществляется Комитетом по молодежной автономного округа.

7.4. Субсидия предназначена для использования в целях реализации представленных на Конкурс проектов. В случае выявления нецелевого использования средств получатель возвращает средства в бюджет автономного округа в полном объеме.

7.5. Получатель денежных средств представляет отчет о целевом использовании финансовых средств в порядке, установленном в договоре.

7.6. Получатель, использовавший субсидию не по целевому назначению, лишается права участвовать в Конкурсе в течение последующих лет.

7.7. Комитет по молодежной политике автономного округа осуществляет контроль за исполнением договора о целевом использовании субсидии и ходом реализации проекта. В необходимых случаях у получателя субсидии запрашивается дополнительная информация, связанная с реализацией проекта.

7.8. При публикации или ином распространении результатов реализации проекта получателю субсидии необходимо упоминать о том, что данный проект осуществляется в рамках приоритетного национального проекта «Образование».

Приложение
к Положению о конкурсе молодежных проектов,
стимулирующих гражданскую активность обучающихся

Заявка

на участие в конкурсе молодежных проектов, стимулирующих гражданскую активность обучающихся, в рамках национального проекта «Образование»

1.	Полное название организации, учреждения или Ф.И.О. физического лица	
2.	Полный юридический адрес, телефон, факс, электронная почта	
3.	Автор, авторский коллектив	
4.	Полное название проекта	

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. Председателя
Комитета по молодежной политике
ХМАО - Югры
О.А. Пономарев

УТВЕРЖДАЮ:

Председатель
Ассоциации детских и молодежных
объединений ХМАО - Югры
И.И. Максимова

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении Окружного конкурса «Лидер XXI века»,
среди лидеров детских общественных объединений
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

1. Общие положения

Настоящее положение исходит из основных направлений государственной молодежной политики в Российской Федерации, Закона Российской Федерации «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» № 98-ФЗ от 28 июня 1995 года, закона Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «О государственной молодежной политике в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре», принятого постановлением Думы автономного округа № 75 от 28 апреля 1998 года, программы «Молодежь Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2006 – 2008 годы», принятой Думой автономного округа 29 декабря 2006 года, программы «Поддержка деятельности детских и молодежных общественных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2006 – 2008 гг.», положения о проведении «Всероссийского конкурса лидеров детских общественных объединений в 2006 году» и определяет условия и порядок проведения ежегодного конкурса «Лидер - XXI века» среди лидеров детских общественных объединений (далее Конкурс).

2. Учредители и организаторы Конкурса

- Комитет по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

3. Цели и задачи Конкурса

Цель:

Поиск реальных путей социального самоопределения детей и подростков в детских общественных объединениях Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

Задачи:

- выявление творчески работающих лидеров детских объединений от 12 до 15 лет включительно, их поддержка и поощрение;
- стимулирование подростков к занятию социально значимой деятельностью;
- формирование позитивного и профессионального имиджа лидеров детских общественных объединений в регионе, общественное и государственное признание их личного вклада в развитие молодежной политики, формирование гражданского общества;
- формирование позитивного социального имиджа лидеров детских общественных объединений;
- создание базы данных лидеров детских общественных объединений Югры.

4. Сроки и место проведения Конкурса

Конкурс будет проходить 5, 6 и 7 мая 2007 года в рамках IX Слета детских объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;

Заезд: до 12.00 часов 5 мая 2007 года;
Разъезд: после 19.00 часов 7 мая 2007 года.
Место проведения Конкурса: гостиничный комплекс «Филин», п. Финский,
Сургутский район.

5. Оргкомитет Конкурса

Состав Оргкомитета:

- специалисты Комитета по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- специалисты Ассоциации детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- лидеры общественных детских и молодежных объединений;
- представители творческой и интеллектуальной элиты Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и Российской Федерации;
- представители органов исполнительной власти муниципальных образований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- участники Школы тренеров окружной программы «Импульс Югры»
- представители бизнес структур автономного округа.

6. Участники Конкурса

В Конкурсе могут принять участие лидеры детских общественных объединений Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, чья деятельность не противоречит существующему в Российской Федерации законодательству.

Участники Конкурса должны соответствовать следующим требованиям:

- быть не менее одного года членом детского общественного объединения;
- быть участником муниципального этапа одноименного Конкурса;
- впервые принимать участие в Конкурсе.

Участники Конкурса делятся на группы:

- лидеры детских общественных объединений в возрасте от 12 до 13 лет включительно;
- лидеры детских общественных объединений в возрасте от 14 до 15 лет включительно.

Направляющие организации (органы по делам молодежи муниципальных образований округа, общественные объединения) могут самостоятельно определять порядок проведения муниципального этапа Конкурса, исходя из цели, задач и содержания Конкурса, определяемых настоящим положением.

7. Содержание Конкурса

Конкурс проводится в III этапа.

I этап - одноимённый конкурс в муниципальном образовании, победитель получает право участвовать во II (заочном) этапе Окружного конкурса «Лидер XXI века» среди лидеров детских общественных объединений.

II этап

Заочный: Конкурс документов, предоставленных конкурсантами.
(до 25 апреля 2006 года)

Материалы, предоставляемые конкурсантами:

- Портфолио участника Конкурса – предполагает оценку личных достижений лидера в своем общественном объединении, которые отражены в творчески оформленной папке;

В Портфолио должно входить:

- Титульный лист: фамилия, имя, отчество конкурсанта, название общественного объединения, статус в нем, название территории, цветная фотография (10x15);
- Заявка на участие в Конкурсе (см. Приложение № 1);
- Выписка из протокола муниципального этапа конкурса;
- Характеристика на участника Конкурса (1-2 страницы печатного текста);
- Рекомендация на участие в Конкурсе от органа по делам молодежи муниципального образования;
- Публикации участника в периодических изданиях, сборниках (если таковые имеются);
- 10 – 15 снимков с комментариями о деятельности участника;
- копии дипломов, грамот, благодарственных писем; удостоверений, сертификатов (если таковые имеются);
- любые другие документы, подтверждающие деятельность конкурсанта в общественном объединении.

Критерии оценки Портфолио:

оценивается до 7 баллов

- содержательность и объем представленных материалов;
- эстетичность оформления;
- креативный подход к созданию Портфолио;
- личные достижения участника.

- сочинение на тему «Мое общественное объединение» - предполагает оценку знаний лидера о своем общественном объединении (объем сочинения составляет 3-4 страницы печатного текста);

В сочинении должны быть отражены следующие моменты:

- миссия и основные аспекты устава общественного объединения;
- программные (проектные) документы объединения;
- истории создания, лидеры и руководители объединения;
- традиции, ритуалы, символы объединения;
- краткосрочные и долгосрочные перспективы развития общественного объединения.

Критерии оценки сочинения:

оценивается до 5 баллов

- полнота изложения материала;
- компетентность в данном вопросе;
- качество написанного материала;
- аргументированность и доказательность представленной информации;
- оригинальная форма подачи информации.

Документы предоставляются конкурсантами до 20 апреля 2006 года.

Адрес штаба оргкомитета: г. Ханты-Мансийск, ул. Чехова, дом 62 «А»;

Телефоны: 8(34671) 2-84-37, факс: 2-84-38; 8(3462) 78-79-35 – Максимова Ирина Ивановна (председатель Ассоциации), сот. 89505002619 – Побережная Любовь (методист Ассоциации).

Электронная почта: admohmao@mail.ru, с пометкой «Лидер 21»
Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

III этап

Очный: для конкурсантов прошедших II этап
(5, 6 и 7 мая 2007 года)

Конкурсная программа

а) Самопрезентация «Моя гражданская позиция» - выступление до 5 мин., ответы на вопросы до 3 мин.

Критерии оценивания «самопрезентации»: оценивается до 6 баллов

- аргументированность в изложении своей гражданской позиции;
- использование вербальных и невербальных приемов общения;
- использование приемов активизации аудитории;
- умение вести конкурсную полемику;

б) «Конкурс социального проекта» - будет проходить в виде брифинга по социальному проектированию, в течение 4 часов.

Критерии оценки брифинга: оценивается до 10 баллов

Теоретический этап:

- определение уровня интеллектуального развития конкурсанта;
- знание основных направлений, принципов и механизмов реализации государственной молодежной политики;
- умение определять критерий эффективности и результативности проекта.

Практический этап:

- социальный эффект и востребованность проекта;
- четкость постановки проблемы, конкретной цели;
- технологичность проекта, наличие конкретных форм для его реализации;
- экономичность проекта;
- соответствие ресурсов решаемой проблеме;
- наличие конкретного эффекта и четких шагов по его достижению.

в) Мастер-класс - конкурсант выступает в качестве организатора мастер-класса. Задачи мастер-класса:

- передача знаний, умений, навыков;
- демонстрация умения создать, регулировать и поддерживать эмоциональные и деловые отношения в группе;
- интеграция усилий всех членов группы для решения социально значимых задач.

Продолжительность мастер-класса – 60 минут. Тематика мастер-класса определяется конкурсантом самостоятельно.

Критерии оценки мастер-класса: оценивается до 7 баллов

- значимость выбранной тематики;
- владение аудиторией;
- оригинальность подачи информации;
- владение разнообразными формами деятельности в качестве организатора мастер-класса;

©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа

- содержательность мастер-класса;
- социальный эффект от мастер-класса.

г) Дискуссия «Роль лидера детского общественного объединения в развитии своей организации и в становлении гражданского общества» - выступление до 5 мин. ответы на вопросы до 3 мин.

Критерии оценки дискуссии:

оценивается до 8 баллов

- краткость, четкость и конкретность в изложении своей позиции;
- четкость формулировки вопросов;
- кратко, полно и адекватно отвечать на поставленные вопросы;
- уровень интеллектуального развития конкурсанта;
- уровень владения информацией о ситуации в общественном движении.

III этап проводится в рамках IX окружного Слета детских объединений Югры, 5, 6 и 7 мая 2007 года, гостиничный комплекс «Филин», п. Финский, Сургутский район.

8. Призы Конкурса:

Участники Конкурса награждаются:

- дипломами;
- ценными призами.

По итогам Конкурса определяются 3 победителя:

- 1 основной победитель – в возрастной группе 12-13 лет (включительно);
- 1 основной победитель – в возрастной группе 14-15 лет (включительно);
- 1 победитель в специальной номинации – в возрасте 12-15 лет (включительно).

Специальная номинация предлагается членами жюри, оргкомитетом и представителями Детской общественной палаты Югры.

Победители будут представлять округ на Финале Всероссийского конкурса лидеров детских объединений 2007 года на базе ВДЦ «Орленок» с 30 мая по 19 июня текущего года.

Победители Конкурса утверждаются членами жюри Конкурса.

Призы победителям могут учреждаться организаторами Конкурса, общественными объединениями, ведомствами и учреждениями, спонсорами, иными заинтересованными организациями и частными лицами.

9. Жюри Конкурса

Для проведения Конкурса формируется жюри. В состав жюри входят представители органов исполнительной власти, представители общественных организаций и объединений, ученые, практики.

Члены жюри:

- проводят экспертизу предоставленных на II этапе материалов;
- предлагают специальные номинации окружного этапа Конкурса с учетом контингента конкурсантов;
- оценивают участие конкурсантов в очном этапе Конкурса;
- определяют победителей окружного Конкурса;

Члены жюри имеют право доработать критерии конкурсных блоков в соответствии с компетентными представлениями о предмете оценки.

ЗАЯВКА
на участие в окружном конкурсе лидеров детских объединений
«Лидер – XXI века»

1	Фамилия Имя Отчество участника конкурса	
2	Территория	
3	<i>Название детской организации, членство (с какого года), должность в ней</i>	
4	<i>Дата рождения (число, месяц, год)</i>	
5	Домашний адрес, телефон	
6	<i>Увлечения, хобби</i>	
7	Общественно-значимые достижения	
8	Основные этапы деятельности в детской	

	организации	
9	Жизненная цель	
10	Жизненный девиз	
11	Необходимое оборудование для самопрезентации	
12	Дата и подпись заполнения анкеты	

УТВЕРЖДАЮ:
Председатель
Комитета по молодежной политике ХМАО -
Югры
_____ О. А. Пономарев

УТВЕРЖДАЮ:
Председатель
Ассоциации детских объединений ХМАО
_____ И.И. Максимова

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении окружного конкурса лидеров молодёжных и
руководителей детских и молодёжных общественных объединений
«Лидер XXI века»

1. Общие положения

Во исполнение Федерального закона «О государственной поддержке молодёжных и детских общественных объединений» от 28 июля 1995 года № 98-ФЗ, Закона Ханты-Мансийского автономного округа - Югры «О реализации государственной молодежной политики в Ханты-Мансийском автономном округе - Югре» от 29.06.2006 года № 63, Закона «О программе «Молодежь Югры» на 2006 - 2008 годы», программы «Поддержка детских и молодёжных общественных объединений в Ханты-Мансийском автономного округа – Югры на 2006 – 2008гг.» Комитет по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, Ассоциация детских и молодёжных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры проводят ежегодный конкурс «Лидер – XXI века» среди лидеров молодёжных и руководителей детских и молодёжных общественных объединений.

Настоящее положение исходит из основных направлений реализации государственной молодежной политики в Российской Федерации и определяет условия и порядок проведения ежегодного конкурса «Лидер – XXI века» среди лидеров молодёжных и руководителей детских и молодёжных общественных объединений (далее Конкурс).

2. Цель и задачи Конкурса

2.1. Цель Конкурса:

Формирование системы стимулирования деятельности и личностного роста лидеров молодёжных и руководителей детских и молодёжных общественных объединений.

2.2. Задачи Конкурса:

- Поддержка и поощрение творчески работающих лидеров молодёжных общественных организаций и объединений, руководителей детских и молодёжных общественных объединений.
- Формирование позитивного профессионального имиджа лидеров и руководителей молодёжных и детских общественных объединений в социуме, общественное и государственное признание их личного вклада в развитие молодежной политики, социальной сферы региона.
- Распространение успешного опыта управленческой деятельности в системе молодёжного и детского общественного движения.

3. Оргкомитет Конкурса

3.1. В состав оргкомитета Конкурса входят:

- Специалисты Комитета по молодежной политике автономного округа - Югры.
- Члены Совета Ассоциации детских и молодёжных объединений автономного округа.
©М. Смехов, О. Солдатова, Ассоциация детских и молодёжных объединений Ханты-

Мансийского автономного округа

- Победители Всероссийского конкурса лидеров молодежных и руководителей детских и молодежных объединений «Лидер XXI века» в 2004 - 2006 гг.
- Специалисты Управления по молодежной политике Нижневартовского района.

3.2. Оргкомитет решает следующие задачи:

- Утверждает план подготовки и проведения конкурса;
- Утверждает состав жюри;
- Утверждает порядок и размеры финансирования конкурса;
- Решает все организационные вопросы.

4. Участники Конкурса

4.1. В конкурсе участвуют лидеры молодежных и руководители детских и молодежных общественных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, имеющие стаж работы в общественном объединении не менее 1 года.

4.2. Участники Конкурса делятся на группы:

- лидеры молодежных общественных объединений (от 14 до 18 лет включительно);
- лидеры молодежных общественных объединений (от 19 до 25 лет включительно);
- лидеры молодежных общественных объединений (от 26 до 30 лет включительно);
- руководители детских общественных объединений (без ограничения возраста);
- руководители молодежных общественных объединений (без ограничения возраста).

5. Порядок проведения Конкурса

5.1. Конкурс проводится в два этапа:

Заочный этап: до 7 декабря 2007 г.;

Очный этап: 14-15 декабря 2007 г. в пгт Излучинск, Нижневартовского района.

6. Содержание Конкурса

I этап – Заочный:

6.1. Конкурс документов, присланных участниками в организационный комитет.

Материалы, предоставляемые конкурсантами:

1. Папка - портфолио, включающая в себя:

- Заявку на участие в конкурсе (см. Приложение № 1);
- Резюме участника с краткой характеристикой (см. Приложение № 2);
- Статью о проблемах молодежных и детских общественных объединений нашего региона (до 4 печатных страниц, 1,5 интервал, 14 кегель);
- Копии дипломов, грамот, благодарственных писем, удостоверений, сертификатов.

2. Проект социально-значимого мероприятия, автором или разработчиком которого является конкурсант.

6.2. Критерии оценки первого этапа:

- содержательность и объем представленных материалов;
- разнообразие форм деятельности лидера молодежного, руководителя детского или молодежного общественного объединения;
- оценка статьи:
 - умение полно, логично и обоснованно выражать свою точку зрения;
 - уровень информированности конкурсанта о проблемах общественных объединений региона.

6.3. Документы в печатном и электронном варианте предоставляются конкурсантами до 17.00 4 декабря 2007 года.

Адрес штаба оргкомитета: г. Ханты-Мансийск, ул. Чехова, дом 62 «А»;
Телефон: 8(34671)2-84-37, факс: 8(34671)2-84-38;

Электронная почта: admohmao@mail.ru

Всю интересующую информацию можно получить у методистов Ассоциации: председатель – Максимова Ирина Ивановна 8(3462)78-79-35 и методист - Максим Смехов раб.: 8 (34671)2-84-37, факс: 8(34671)2-84-38, сот. 89222590264

6.4. По итогам первого этапа определяются участники второго - очного этапа конкурса. Итоги первого этапа подводятся до 7 декабря и сообщаются конкурсантам.

II этап – Очный:

6.5. Конкурсная программа очного этапа конкурса предполагает экспертную оценку участников в следующих испытаниях:

а) Самопрезентация «Моя гражданская позиция» (время 3-5 минут).

Критерии оценки самопрезентации:

- содержательность выступления;
- коммуникабельность;
- артистичность;
- соответствие жанру самопрезентации (умение себя презентовать).

б) Социальное проектирование на заданную тему;

в) Проблемная дискуссия: «Политика и молодежь в Российской Федерации»;

г) Организация общественной акции;

7. Жюри Конкурса

7.1. В состав жюри входят представители органов исполнительной и законодательной власти, победители Всероссийского конкурса лидеров молодежных и руководителей детских и молодежных общественных объединений «Лидер XXI века», члены жюри Всероссийского конкурса лидеров молодежных и руководителей детских и молодежных общественных объединений "Лидер XXI века".

7.2. При равном количестве баллов голос председателя жюри является решающим.

7.3. Решение жюри оформляется протоколом, который подписывается председателем.

7.4. Решения жюри обжалованию не подлежат.

8. Награждение участников Конкурса

8.1. Участники конкурса награждаются грамотами, дипломами.

8.2. Победители конкурса награждаются дипломами, ценными призами.

8.3. Победители окружного конкурса будут представлять Ханты-Мансийский автономный округ – Югру на Всероссийских конкурсах, конференциях, слетах лидеров и руководителей детских и молодежных объединений.

9. Сроки, и место проведение, финансовые условия

8.1. Финал конкурса пройдет в пгт Излучинск, Нижневартовского района 14-15 декабря 2007 года.

8.2. Программа конкурсных дней будет выслана дополнительно участникам, прошедшим заочный этап.

8.3. Питание и проживание участников конкурса оплачивают организаторы, проезд до места проведения конкурса - направляющая сторона. Проезд, питание и проживание сопровождающих и группы поддержки участников оплачиваются за счет направляющей стороны. О наличии группы поддержки у конкурсанта необходимо сообщить заранее в оргкомитет для решения организационных моментов (проживание, питание и т.д.).

ИНСТИТУТ “ОТКРЫТОЕ ОБЩЕСТВО”
Представительство в Российской Федерации

Приложение №1

ЗАЯВКА

на участие в окружном конкурсе лидеров молодёжных и руководителей детских и
молодёжных общественных объединений
«Лидер – XXI века»

(наименование рекомендующей организации)

направляет для участия в окружном конкурсе лидеров молодежных и руководителей
молодежных и детских общественных объединений «Лидер XXI века» (далее – Конкурс) в
номинации _____

(Ф.И.О. конкурсанта, статус в общественном объединении)

Комплекс заявочных документов прилагается.

Руководитель
рекомендующей организации

М.П.

Резюме участника
окружного этапа Всероссийского конкурса лидеров и руководителей молодежных и детских
общественных объединений

Фамилия, имя, отчество		
Число, месяц, год рождения		
Место рождения		
Домашний адрес, телефон, e-mail		
Семейное положение		
Место работы, должность		
Образование		
Опыт работы		
Профессиональный опыт	участие в проектах	
	профессиональные знания и опыт	
Дополнительная информация	ПК – пользователь	
	знание иностранного языка	
	сферы интересов конкурсантов	
	другое	
Дата заполнения		
Личная подпись		

УТВЕРЖДАЮ:
Председатель
Комитета по
молодежной политике
Ханты-Мансийского
автономного округа –
Югры

О.А.Пономарёв

УТВЕРЖДАЮ:
Председатель
Ассоциации детских и
молодежных
объединений
Ханты-Мансийского
автономного округа –
Югры
И.И.

Максимова

ПОЛОЖЕНИЕ
об окружном конкурсе
«СТУДЕНТ ГОДА»

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение исходит из основных направлений государственной молодежной политики в Российской Федерации, Федерального закона «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений», законов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры: «О государственной молодежной политике в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре», о программе «Молодежь Ханты-Мансийского автономного округа – Югры 2006 – 2008 гг.», программы «Поддержка деятельности детских и молодежных общественных объединений в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре на 2006-2008гг.» и определяет условия и порядок проведения ежегодного конкурса "Студент года" Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

2. Учредителей организаторы конкурса

2.1. Учредителями и организаторами окружного конкурса «СТУДЕНТ ГОДА» (далее именуемый «конкурс») являются:

- Комитет по молодежной политике Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;
- Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа;
- Совет студенческой и учащейся молодежи Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.
- Сургутский государственный университет

3. Цели и задачи конкурса

3.1. Конкурс ставит перед собой цель – содействие развитию студенческого движения в Ханты - Мансийском автономном округе.

3.2. Задачами конкурса являются:

- повышение заинтересованности студентов и их стимулирование к занятию социально значимой деятельностью;
- повышение личностного потенциала участников конкурса;
- формирование позитивного общественного мнения о лидерах студенческих объединений
Югры

4. Содержание конкурса

4.1. Организационная работа и проведение этапов конкурса проводится по следующему графику:

- I муниципальный этап до 15 марта 2008 года.
- II окружной этап 7-8 мая 2008 года.

4.2. Конкурс проводится в двух номинациях:

- "Студент года" среди ВУЗов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры;

-
- "Студент года" среди СУЗов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

4.3. Общее руководство подготовкой и проведением конкурса осуществляет окружной оргкомитет.

Окружной оргкомитет формируется из представителей учредителей и организаторов конкурса.

4.4. Окружной оргкомитет решает следующие задачи:

- разрабатывает и реализует план проведения конкурса;
- решает текущие вопросы проведения конкурса;
- реализует программу конкурса;
- готовит к изданию и распространению информационные материалы конкурса;
- разрабатывает принципы работы и критерии оценки для жюри конкурса;
- приглашает для осуществления информационной поддержки и освещения конкурса средства массовой информации;
- осуществляет сбор заявок, экспертизу и отбор претендентов для участия во II этапе конкурса.

4.5. Руководство проведением конкурса осуществляется Ассоциацией детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, Комитетом по молодёжной политике Ханты-мансийского автономного округа и Советом Студенческой и учащейся молодежи Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

4.6. Состав муниципальных оргкомитетов формируется по такому же принципу (см. п.4.3.).

4.7. Муниципальные оргкомитеты решают следующие задачи;

- организуют конкурсы на территориях в соответствии с требованиями, предъявляемыми оргкомитетом;
- приглашают представителей окружного оргкомитета на свои мероприятия;
- командировывают участников на последующий этап конкурса.

5. Адрес Оргкомитета

5.1. Ассоциация детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, г. Ханты-Мансийск, ул. Чехова, д. 62 «А». Контактные телефоны:

Максимова Ирина Ивановна - 8 9048 787-935, Зарипова Гюзель Рауфовна 8 (34671) 2-84-37, факс: 2-84-38, e-mail: studsovet-hmao@mail.ru

6. Участники конкурса

6.1. Для участия в конкурсе приглашаются студенты дневной формы обучения ВУЗов, СУЗов, расположенных на территории округа, имеющие высокий уровень образованности, занимающиеся творческой и социально значимой деятельностью и являющиеся победителями муниципального конкурса.

6.2. Возраст участников:

- студенты ВУЗов от 18 до 24 лет.
- студенты СУЗов от 16 до 19 лет.

6.3. Во второй тур проходят победители данных конкурсов муниципальных образований, прошедшие экспертную оценку документов, поданных участниками, и приглашенные окружным оргкомитетом.

7. Условия проведения конкурса

7.1. I этап.

I этап проводится в соответствии с положением о муниципальном конкурсе «Студент года».

6.2. II этап – окружной уровень.

Конкурс предполагает:

6.2.1. Самопрезентация «Моя гражданская позиция» выступление до 5 мин, ответы на вопросы до 3 мин.

Критерии оценки и количество баллов:

1. аргументированность в изложении своей гражданской позиции;
2. использование вербальных и невербальных приемов общения;
3. использование приемов активизации аудитории;
4. умение вести конкурсную полемику;

Оценивается до 6 баллов

6.2.2. Брифинг по социальному проектированию 4 часа

Критерии оценки:

Теоретический этап:

- знание основных направлений, принципов и механизмов реализации государственной молодежной политики;
- умение определять критерий эффективности и результативности проекта.

Практический этап

- социальный эффект и востребованность проекта;
- четкость постановки проблемы, конкретной цели;
- технологичность проекта, наличие конкретных целей для его реализации;
- экономичность проекта;
- соответствие ресурсов решаемой проблеме;
- наличие конкретного эффекта и четких шагов по его достижению.

Оценивается до 10 баллов

6.2.3. Проблемная дискуссия.

Критерии оценки:

- умение кратко, четко и конкретно излагать свою позицию;
- умение задавать вопросы;
- умение отвечать на поставленные вопросы.

Оценивается до 8 баллов

6.2.4. Интеллектуальный конкурс

Критерии оценки:

- определение уровня интеллектуального развития конкурсанта;
- умение четко формулировать ответ
- логика мышления

8. Состав жюри

8.1. Состав жюри формируется по решению оргкомитета из числа:

- представителей органов исполнительной власти;
- представителей общественных организаций;
- представителей науки ВУЗов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и регионов Российской Федерации.

9. Итоги конкурса

9.1. Победители конкурса будут награждены дипломами и ценными призами.

10. Форма подача заявок

10.1. Для участия во II этапе заявки подаются муниципальными оргкомитетами в окружной оргкомитет до 28 апреля в печатном и электронном варианте.

10.2. При подаче заявок необходимо указать следующие данные:

- 10.2.1. Название муниципального образования.
- 10.2.2. Название ВУЗа, СУЗа.
- 10.2.3. Фамилия, имя, отчество участника.
- 10.2.4. Телефон (сотовый), электронный, почтовый адрес участника.
- 10.2.5. Эссе участника конкурса не более 3 стр. печатного текста на тему:
 - «Что я думаю о современной России?»

10.2.6. Характеристика на делегата для участия во II этапе конкурса.

10.2.7. Выписка из протокола решения жюри муниципального этапа конкурса.

10.2.8. Необходимое оборудование для представления конкурсных заданий.

11. Финансовые условия

11.1. Проезд за счет направляющей стороны.

11.2. Питание, проживание, организация и проведение конкурса за счет Организаторов.

ПОЛОЖЕНИЕ

о финансовой поддержке исследовательских и образовательных проектов Фондом подготовки кадрового резерва «Государственный Клуб»

I. Общие положения

1. Фонд «Государственный Клуб» поддерживает проекты, направленные на формирование ответственной интеллектуальной и политической элиты из среды студенческой молодежи, аспирантов и магистрантов ведущих российских вузов, подготовку высокообразованных кадров государственного аппарата.

2. Финансирование исследовательских и образовательных проектов Фондом «Государственный Клуб» осуществляется на конкурсной основе.

3. Заявки на участие в конкурсе и описание проекта направляются в Правление Фонда в установленные сроки, а затем рассматриваются независимыми экспертами.

4. Оценка целесообразности реализации проекта и объем его финансирования принимается совместным решением Правления и Попечительского совета Фонда на основании рекомендаций экспертов.

5. Информация обо всех этапах конкурса является строго конфиденциальной. Эксперты и сотрудники Фонда не имеют права ее разглашать. Фонд извещает руководителя проекта только о регистрации проекта и о результатах конкурса без сообщения мотивов решения.

II. Условия проведения конкурса и финансирования проектов

1. В конкурсе могут участвовать студенты, аспиранты, магистранты, преподаватели и научные сотрудники высших учебных заведений России.

2. Финансирование проектов осуществляется в форме групповых и индивидуальных грантов на сумму до 500 тыс. рублей сроком до одного года. Перспективные проекты (преимущественно образовательные проекты или имеющие прикладное значение) могут получать гранты на доработку и завершение проектов или для осуществления издания результатов работы.

3. Гранты в рамках конкурса присуждаются исследовательским коллективам или индивидуальным исследователям, преподавателям, предложившим необходимый факультету лекционный или языковой курс. Размер гранта зависит от количества участников, характера исследования и связанных с его выполнением затрат.

4. В заявке на участие в конкурсе указывается – Ф. И. О. руководителя проекта (индивидуального соискателя) и участников проекта с указанием ВУЗа, факультета и кафедры, категория проекта (см. ниже), тема проекта с детальным планом этапов его реализации и описанием исследовательских методов и ожидаемых результатов. К заявке на проект, который предполагает участие в проекте только студентов, должна прилагаться рекомендация научного руководителя (преподавателя факультета). К заявке на участие в конкурсе должна прилагаться подробная смета расходов по проекту с указанием дополнительных источников финансирования. Наличие альтернативных источников финансирования не лишает соискателей права обращаться в Фонд «Государственный Клуб» за дополнительной поддержкой. Правление и Попечительский совет Фонда оставляют за собой право на проведение собеседования с соискателями на получение гранта.

5. Выплата исследовательских грантов для студентов осуществляется с учетом академической успеваемости. Финансирование гранта осуществляется поэтапно. Первая

часть суммы выплачивается после прохождения конкурса. Дальнейшее финансирование производится после получения предварительных результатов, которые должны быть представлены в Правление Фонда в виде научного отчета о проделанной работе, предъявления эмпирического материала, собранного в ходе исследования. Фонд оставляет за собой право прекращения финансирования гранта в случае невыполнения условий Фонда и требований к качеству реализации проекта.

III . Категории и тематические направления конкурса

1. Конкурс проводится по двум основным категориям – образовательные и исследовательские проекты.

2. Образовательные проекты призваны восполнить недостающие лекционные и языковые курсы на факультетах, оплату приглашенных специалистов, а также предполагают оплату стажировок студентов в зарубежных университетах.

3. Исследовательские проекты должны отвечать критериям политической актуальности, научной новизны и предполагают самостоятельный анализ первичных источников, прежде всего полевых.

-

Приоритетные направления исследовательских проектов:

- Проблемы обеспечения стратегической стабильности в начале XXI века. Вопросы обеспечения реального суверенитета России в условиях глобализации.
- Эволюция концепции национальных интересов в XX – начале XXI вв. и ее значение для внешней политики. Роль государства-нации в современной политической системе.
- Роль России как энергетической сверхдержавы в обеспечении международной энергетической безопасности
- Субъекты современной российской политики: федеральная и региональная власть, политические партии, НКО, молодежные движения.
- Регионы Российской Федерации: современные социально-экономические процессы.
- Суверенная демократия: поиск и становление российской демократической традиции, ее особенности и соотношение с западными стандартами демократии.
- Центр и регионы РФ: проблема взаимоотношений. Исторический опыт и политические перспективы.
- Социально-экономические процессы в различных субъектах РФ: плюсы и минусы неравномерного развития.
- Этнополитические особенности межрегиональных отношений и перспективы региональной политики в РФ.
- Политологическая теория и политическая практика в РФ.
- Этнополитика и культурология: теоретические и прикладные аспекты изучения народов и культур РФ на современном этапе.
- Новое прочтение истории государства российского: этапы и поворотные пункты строительства российской государственности.
- Новые источники и методологии российской истории и этнологии.
- Страны СНГ – формирование нации и элиты. Социально-политические процессы. Этнические конфликты. Россия и Запад на постсоветском пространстве. «Оранжевые революции»: их механизмы, движущие силы, последствия.
- Суверенитет и субъектность в мировой политике.
- Религиозный и культурный факторы в современной мировой политике.

IV . Критерии оценки проектов

При конкурсном отборе заявок сотрудники и эксперты Фонда руководствуются следующими критериями:

- Значимость проекта для решения актуальных проблем государственной политики.
- Использование полевых методик исследования.
- Четкость постановки задачи и оригинальность выдвигаемых гипотез.
- Использование современной научной методологии, владение ею и ее соответствие задачам исследования.
- Знакомство с научными работами в соответствующей области.
- Реалистичность и эффективность плана работы над проектом
- Уровень презентации проекта.

V . Сроки подачи заявок и проведения конкурса

Конкурс проводится дважды в год. Его итоги подводятся в апреле и в октябре. Заявки для участия в конкурсе должны быть отправлены по почте не позднее 5 апреля (октября) (дата отправления определяется по почтовому штемпелю), доставлены лично или курьером до 16:00 10 апреля (октября) по адресу: 121069 Москва, ул. Большая Никитская, д. 47, стр.3.

Документы, отправленные в срок, но полученные по не зависящим от отправителя причинам после 10 апреля (октября), будут рассматриваться только в следующем туре конкурса. Во избежание этого настоятельно рекомендуется исследователям, отправляющим заявку по обычной почте, подать ее также в электронном виде по адресу: info@gosclub.ru .

Вся ответственность за своевременную доставку полного комплекта материалов лежит на участниках конкурса. Заявки, не соответствующие требованиям, к участию в конкурсе не принимаются.

О результатах рассмотрения заявок лауреаты конкурса информируются по указанным ими телефонам и адресам электронной почты. Сведения об итогах конкурса размещаются также на интернет-сайте Фонда «Государственный Клуб» www.gosclub.ru , в средствах массовой информации.

ЗАЯВКА НА ПОЛУЧЕНИЕ ГРАНТА

Предлагаемый пакет документов составляет полный комплект информации, инструкций и форм, необходимых для того, чтобы подать заявку на грант в Институт “Открытое Общество” (ИОО).

Полный комплект документов подается в двух экземплярах в одно из представительств ИОО, перечисленных в Приложении В. Необходимо знать и соблюдать сроки подачи заявок того конкурса ИОО, в котором Вы собираетесь участвовать. Заявки, поданные позже объявленного программой срока, а также оформленные с нарушением требований, к рассмотрению не принимаются.

ЗАЯВКА ДОЛЖНА БЫТЬ НАПЕЧАТАНА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ И ВКЛЮЧАТЬ ПЯТЬ СЛЕДУЮЩИХ РАЗДЕЛОВ:

1. Информационная форма, предлагаемая в Приложении А.

Если Вы предпочитаете заполнить данную форму с помощью компьютера, Вы должны точно и полностью повторить форму, предлагаемую ИОО. Ее объем не должен превышать двух страниц.

2. Описание проекта (не более пяти страниц).

Постарайтесь предоставить как можно более подробную и ясную информацию по каждому из трех нижеследующих разделов.

Постановка проблемы/ задачи

Здесь должна быть представлена убедительно обоснованная картина стоящих перед Вами проблем и конкретных задач проекта. Вопросы для рассмотрения: Какова цель Вашего проекта? Как Ваш проект соотносится с долгосрочными задачами Вашей организации? В чем состоит уникальность Вашего проекта по сравнению с уже существующими работами по этой же теме? Предпринимались ли ранее в Вашей области или в смежных областях попытки осуществить подобный проект и насколько успешными они оказались? На какие социальные группы населения рассчитан Ваш проект? Каким способом Вы собираетесь его популяризировать? Какие еще организации будут привлечены к реализации проекта?

Деятельность / методы /этапы

В этом разделе описываются пути решения определенных Вами задач в рамках бюджета и времени, отводимого на это. Каким образом будет организована деятельность в рамках проекта? Определите планы по управлению, способы распространения информации и возможность тиражирования полученных результатов. Перечислите этапы проекта и сроки их реализации.

Оценка

Укажите, каким образом Вы будете оценивать эффективность проекта. Должно быть оговорено, какие данные Вы будете собирать для оценки выполнения каждой задачи и как Вы будете эти данные анализировать и использовать. Может ли быть продолжена деятельность в том же направлении по завершении гранта? Как она будет обеспечена с финансовой точки зрения ?

3. Краткая характеристика участников (не более одного абзаца на сотрудника).

Пожалуйста, перечислите людей, занятых в организации и осуществлении Вашего проекта. Укажите образование и опыт работы каждого сотрудника. Обоснуйте необходимость его участия в проекте: укажите его должностные обязанности и степень вовлеченности в проект. Если персонал по проекту еще не определен, укажите критерии подбора этого персонала. Сообщите, предполагаете ли Вы участие добровольцев в проекте?

4. Дополнительная информация о заявителе.

Приложить:

Для организаций:

- копию Устава организации;
- копию Свидетельства о государственной регистрации организации в качестве юридического лица;
- копию Свидетельства о постановке на учет в Государственной налоговой инспекции;
- информационное письмо из банка о наличии расчетных счетов организации в данном банке.

Для образовательных учреждений:

- вышеперечисленные документы;
- копию лицензии на образовательную деятельность.

Для временных творческих коллективов:

- протокол о создании Творческого Коллектива и назначении руководителя такого коллектива, уполномоченного представлять его интересы. (по стандартной форме ИОО).

Для частных лиц:

- краткую биографию и список публикаций.

По Вашему усмотрению Вы также можете приложить:

- другую информацию об организации, относящуюся к данному проекту (брошюры, ежегодные отчеты и т. п.);
- рекомендательные письма. Каждое рекомендательное письмо должно содержать следующую информацию: имя человека, давшего рекомендацию, его должность, место работы, адрес и телефон с кодом города.

5. Бюджет.

Следующий раздел содержит подробную информацию о том, как подготовить важнейшую часть Вашей заявки. В таблицах расходов (Приложение Б) в Ваших интересах представить как можно более разумные и точные цифры по Вашему проекту. Пожалуйста, все суммы указывайте в американских долларах.

Если Вы предпочитаете заполнить Приложение Б с помощью компьютера, Вы должны точно и полностью повторить форму, предлагаемую ИОО. Вы можете изменять количество строк в таблицах в зависимости от Ваших реальных потребностей, но общий объем Приложения Б не должен превышать двух страниц.

Помимо форм (Приложение Б), которые Вы должны заполнить, необходимо представить комментарий по расходам.

Если Вы получаете грант, Вы обязаны предоставить подробные содержательный и финансовый отчеты о расходовании средств, полученных по гранту (форму и Инструкции по составлению и срокам Вы получите при выделении Вам финансирования).

“Смета расходов”.

В этой форме следует указать, какие средства Вам нужны для успешного выполнения проекта. Смета расходов состоит из четырех статей, по которым может осуществляться финансирование в рамках полученного гранта: Оборудование и сопутствующие расходы, Расходы на поездки, Административные и прочие прямые расходы и Индивидуальная финансовая поддержка. Первая общая таблица, “Смета расходов”, содержит итоговые суммы по каждой из вышеперечисленных статей, а более подробная информация по ним должна быть включена в последующие таблицы, пояснения к которым приводятся ниже.

Статья “Оборудование и сопутствующие расходы”

В таблицу по этой статье Вы должны включить информацию об оборудовании (основные и малоценные средства), которое Вам необходимо для выполнения проекта, перечислите каждый предмет, количество и предполагаемую стоимость. В том случае, если Вы планируете возникновение сопутствующих расходов по данной статье (таможенное оформление, транспортировка, наладка, монтаж и пр.), включите их в стоимость оборудования.

Статья “Расходы на поездки”

Эта статья включает в себя расходы, связанные с поездками и командировками (для организаций) внутри страны. В таблицу по этой статье Вы должны включить следующую информацию о планируемых поездках и командировках (для организаций): маршрут, срок, количество человек, а также информацию по планируемым затратам: стоимость проезда, размещения, питания (суточных для организаций) и другие расходы, связанные с поездкой (страховые сборы, оплата постельных принадлежностей и пр.).

Статья “Административные и прочие прямые расходы”

Эта статья включает в себя все расходы, связанные с административно-хозяйственной деятельностью по проекту. В таблицу по этой статье Вы должны внести информацию о типе

расхода, который Вы планируете по этой статье: плата за аренду помещения, коммунальные, банковские услуги, приобретение расходных материалов, почтовые и издательские расходы и т.д., а также его стоимостную оценку.

Статья “Индивидуальная финансовая поддержка”

По данной статье осуществляется финансирование персональных выплат независимо от типа: зарплата, выплаты из фондов поощрения, социальные выплаты, стипендии, пособия и т.д.

Таблица по этой статье должна содержать информацию о получателе, сумме поддержки (месячной, общей), сроке, в течение которого предполагается выплачивать поддержку, а также типе выплаты. Для организаций необходимо заполнить информацию о должности получателя, с указанием его статуса: является ли он штатным сотрудником, сотрудником, привлеченным на условиях Договора-подряда, временного контракта, на условиях совместительства и т.д., а также необходимо внести сумму затрат организации по налогам и платежам по каждой заявленной выплате. Необходимо также внести сведения об объеме рабочего времени, которое будет затрачено сотрудником организации на работу в рамках заявленного проекта (процентное соотношение с объемом полного рабочего времени).

Комментарий и обоснование по “Смете расходов”

В этой части описания бюджета Вы должны подробно и четко объяснить, почему расходы, перечисленные Вами в бюджетных формах, столь необходимы для выполнения проекта. Дайте обоснование, а по возможности - подтверждение стоимостной оценки Ваших расходов.

Редакция от 17 октября 2001 года

ИНФОРМАЦИОННАЯ ФОРМА - ПРИЛОЖЕНИЕ А

(Заполните, пожалуйста, эти две страницы печатными буквами
и подайте их вместе с остальными документами в Институт "Открытое Общество")

1. Программа в "ИОО":

2. Название проекта:

3. Название конкурса:

КОД:

4. ФИО руководителя
проекта:

и его должность

(для организаций)

5. Паспортные данные

/

серия

номер

когда выдан

кем выдан

6. Адрес руководителя
проекта:

- регистрации по месту жительства
(прописка)

- фактический

7. Домашний телефон:

8. Электронная почта:

16. Длительность проекта:

17. Общий бюджет проекта:

18. Сумма, запрашиваемая у
ИОО

19. У каких ещё фондов Вы просили гранты на этот проект?

20. У каких фондов Вы получали гранты последние 2 года?

21. Получали ли Вы или Ваша организация ранее гранты от Института “Открытое Общество”?

НЕТ ДА по программе _____ в _____ г.
№ гранта _____

22. Являетесь ли Вы или участники Вашего проекта на момент подачи заявки получателями индивидуальной финансовой поддержки по другим грантам, полученным от Института “Открытое Общество”?

НЕТ ДА

№ гранта	Ф.И.О. получателя
_____	_____
№ гранта	Ф.И.О. получателя
_____	_____
№ гранта	Ф.И.О. получателя
_____	_____
№ гранта	Ф.И.О. получателя
_____	_____

23. Являлись/являетесь ли Вы или другие участники Вашего проекта сотрудником, экспертом Института “Открытое Общество”?

НЕТ ДА в качестве _____ в _____ г.

24. Откуда Вы получили информацию о программе “ИОО”:

25. Краткое описание проекта (не более пяти предложений):

Настоящим я подтверждаю достоверность предоставленной мною информации.

Подпись руководителя организации:

Подпись руководителя проекта:

Дата:

М.П.

(для организаций)

(заполняется сотрудниками Института)

Зарегистрирована в Программе

(номер и дата)

Дата получения заявки

СМЕТА РАСХОДОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Название статьи	Общая сумма расходов \$	
	Финансирование ИОО	Другие источники финансир-я
Оборудование и сопутствующие расходы	3900	300
Административные и прочие расходы	2500	900
Командировочно-транспортные расходы	-	-
Индивидуальная финансовая поддержка	3600	1000
Всего:	10000	2200

ОБОРУДОВАНИЕ И СОПУТСТВУЮЩИЕ РАСХОДЫ

Вид оборудования	Количество	Стоимость каждого	Общая стоимость \$	
			Финансир. ИОО	Др. источн. финансир-я
Компьютер Pentium-IV	2	900	1800	-
Копир	1	700	700	
Принтер лазерный	1	400	400	
Сканер	1	150	150	-
Модем	3	50	150	-
Телефонный аппарат-факс	1	200	200	
Мебель для бизнес-центра				300
Телевизор	1	400	400	
Видеомагнитофон	1	100	100	
Всего:			3900	300

АДМИНИСТРАТИВНЫЕ И ПРОЧИЕ ПРЯМЫЕ РАСХОДЫ

Вид расходов	Ежемесячная стоимость \$	Общая стоимость \$	
		Финансир. ИОО	Др. источн. финансир-я
Коммунальные платежи	40	480	-
Оплата Интернет	30	360	-
Оплата телефонных переговоров	20	240	-
Приобретение расходных	30	360	-
Ремонт помещения			500
Установка сигнализации			400

Издательская деятельность		1000	-
Всего:		2500	900

РАСХОДЫ НА ПОЕЗДКИ

Маршрут (откуда-куда)	Срок (кол-во дней)	Кол-во человек	Стоимость ежедневн. (на 1 чел.)		Проезд \$	Прочие расходы \$	Общая стоимость \$	
			размещения \$	питания \$				Финансир. ИОО
Всего:								

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА

Ф.И.О. получателя	Должность	Статус	% полного раб. времени, посвящ. работе по проекту	Месячная поддержка \$	Кол-во месяцев	Общая сумма \$	Налоги, платежи \$
	(для организаций)		(для организаций)				(для орг.
	Руководитель бизнес центра	По договору	100	80	12	960	370
	Менеджер		50	50	12	600	230
	Консультационные услуги					1440	
	Поддержка МОЛОДЫХ					1000	
Всего:						4000	600

ПОЛЕЗНЫЕ КОНТАКТЫ И ССЫЛКИ

МЕЖДУНАРОДНОЕ СООБЩЕСТВО. Другим полезным источником информации о фондах и программах финансирования могут стать международные правительственные организации: ООН, Европейский Союз (ЕС), Совет Европы (СЕ), ЮНЕСКО, US AID, USIA и др., ряд из которых имеют представительства в России. Здесь также знают о фондах очень много, а некоторые, как, например, ЕС, имеют в России свои грантовые программы не только для государственных органов и крупных организаций, но и для некрупных организаций и проектов (например, программа микропроектов ТАСИС Бистро).

БИБЛИОТЕКИ. Если у вас есть возможность посетить крупные библиотеки США, Франции и Германии, Великобритании, то там вы значительно сможете обогатить свои знания о фондах. В этих библиотеках имеется компьютерная система поиска и, используя следующие ключевые слова: Фонды, Филантропия, Образование, Финансирование, сбор средств, Гранты, Финансовая помощь и т.д., вы сможете найти интересующую Вас информацию. Многие библиотеки даже сами становятся консультационными центрами по фандрайзингу.

ЦЕНТРЫ ФОНДОВ. Если у вас терпит время, то можно связаться с крупнейшими в мире центрами фондов по адресам:

Foundation Center 79 Fifth Avenue at 16 Street New York, NY 10003 US

Tel: (212) 620-6230 Fax: (212) 691-1828. Служба содержит библиотеки и базы данных, выпускает справочники. Наиболее известный из справочников FC — это Foundation Directory, в котором ежегодно публикуется информация о 5000 фондах США. Служба имеет возможность высылки по почте этого справочника, как и ряда других, по вашему запросу. Обращение в FC на английском языке.

European Foundation Center The New Europe Conference 51 rue de la Concorde B-1350 Brussels, Belgium Tel: (32) 2512-89-38 Fax: (32) 2512-32-65. Служба, аналогичная FC, предоставляющая информацию по европейским фондам. Обращение в EFC на английском и французском языках.

INTERNET. Большую услугу по сбору информации о фондах может оказать Internet. Практически каждый уважающий себя фонд имеет web-страницу, где о фонде можно узнать практически все от истории создания и учредителей до новейших программ и форме заявки конкретного типа проекта. Поэтому старайтесь узнавать, помимо общей информации о фонде также и его адрес в Internet и адрес электронной почты, которая при наличии необходимого оборудования упростит вам процедуру общения с фондом, находящимся далеко. Единственной трудностью на этом пути может встать только невладение иностранным

языком (так как далеко не все фонды «говорят в Internet» по-русски) и отсутствие необходимых технических средств. Узнайте о центрах открытого доступа в Internet (если у Вас его нет) в Вашем регионе. Вы сможете пользоваться базами данных ЕС (ДИАЛОГ, ОРБИТ, ДАИАЛКОМ л др.), использовать информационные источники Библиотеки Конгресса США и многих других организаций.

Где найти информацию о фондах и грантах?

В данном кратком обзоре мы даем сведения о «секретных местах», где каждый может попытаться поискать необходимую для него информацию. Прежде всего, стоит обратиться на следующие хорошо зарекомендовавшие себя русскоязычные сайты:

<http://cci.glasnet.ru/funds/reports/fundr.htm>

<http://www.ecoline.ru/funds>

<http://www.trainet.org>

Здесь Вы можете найти «горячую» информацию о грантах, программах и наиболее полные электронные справочники в Интернет по международным фондам и организациям, работающим в России. Обычно известные фонды объявляют конкурсные программы, и, если тема конкурса для Вас подходит, то можете пытаться выиграть желанный грант.

Если же Вы не смогли там подыскать себе нужную тематическую программу, то можете напрямую обратиться к администрации «подходящего» фонда с просьбой рассмотреть Вашу заявку на финансирование предлагаемого проекта (для начала рекомендуется отправлять

краткое, на 1–2 страницы, резюме проекта). Конечно же, в начале Вам необходимо подыскать такой «подходящий» фонд (рекомендуется выбрать несколько фондов). Списки подобных фондов можно также найти по указанным выше адресам. Для удобства ниже приводятся краткие характеристики наиболее известных фондовых организаций, которые уже имеют свои страницы в Интернет.

Фонд АТ&Т <http://www.att.com/foundation>

Фонд финансирует культуру, искусство, образование, охрану здоровья населения, общественные службы. Содержится информация о программах, условия и сроки написания заявок, размеры грантов по

каждой программе. Географический регион не ограничен.

Фонд Аутодеск <http://www.autodesk.com/foundation.htm>

Фонд осуществляет только образовательные программы. Непосредственно грантов не дает. Содержится описание образовательной программы. Географическая область интересов не указана.

Фонд Бентона <http://www.benton.org>

Программы направлены на заботу о детстве, охрану здоровья, защиту окружающей среды. Содержится информация о программах.

Совет Доноров Чикаго <http://www.uic.edu/donors>

Совет поддерживает программы по защите окружающей среды, образованию, развитию коммуникационных технологий, проблемам детства, социальных меньшинств и др. Краткая информация по каждому из проектов с контактными адресами.

Humboldt Area Foundation <http://www.northcoast.com>

Фонд поддерживает проекты в области образования, искусства, молодежные проекты, проекты по гражданскому обществу. Предоставляют индивидуальные гранты (стипендии). Application form, условия подачи заявок, контакты, требования к организациям - заявителям.

Институт «Открытое общество» <http://www.osi.ru>

Поддержка науки, образования, проектов по гражданскому обществу, искусству, культуре, поддержка библиотек и пр. Предоставляют индивидуальные и тревел - гранты. Информация о проектах московского представительства Института, о деятельности Фондов Сороса.

Karl E. Mundt Foundation <http://www.dsu.edu>

Сельское хозяйство, предпринимательство, образование и др. информация о фонде, контакты.

National Council for the Social Studies (NCSS) <http://www.ncss.org/wwwhome.html>

Поддержка образования. Информация об организации, о проектах, контакты.

National Research Council <http://www.nas.edu>

Научные исследования, образование, экология, медицина, здоровье, технологии. Сервер совместный с тремя организациями. Информация об организациях, программы, контакты. Поддерживают проекты в том числе из стран бывшего СССР.

Pauline Oliveros Foundation Inc. <http://www.tmn.com/pof.html>

Искусство, образование. Информация о проектах, контакты.

George Lucas Educational Foundation <http://www.glef.org>

Образование. Не предоставляют грантов и стипендий. Информация о деятельности фонда, контакты.

J. Paul Getty Trust <http://www.ahip.getty.edu/ahip>

Культура, искусство, музеи, стипендии, образование. Географический регион — по всему миру. Информация об организации, о программе грантов, контакты.

Irvine Health Foundation <http://www.ihf.org>

Поддерживает проекты по исследованиям, образованию в сфере здравоохранения. Информация о фонде, процедура подачи заявки.

Фонд Джона Д. и Катрин Т. Макаптуров <http://www.macfdn.org>

Здоровье, население, общественные инициативы, реформы в образовании, стипендии, исследования — для граждан США. Программа по охране окружающей среды — по всему миру. По программе окружающей среды поддерживают организации из бывшего СССР. Информация о программах, об организации, контакты.

Информационное Агентство США <http://www.usia.gov>

Поддержка образования, предоставление стипендий, обменные программы. Информация о программах, образцы написания заявок. Поддержка оказывается в т.ч. странам бывшего СССР.

Стипендии консультационного и ресурсного центра Колтех <http://www.cco.caltech.edu/index.html>

Финансирование образования (стипендии для студентов и школьников), научные исследования. Описание программ, правила написания заявки, форма заявки, требования к заявителям, сроки подачи заявок, контакты.

Holy Land Foundation for Relief and Development <http://www.weblifepro.com/holyland>

Оказание немедленной помощи, здоровье, экономическое развитие, национальные программы, услуги населению. Программы внутри страны и международные. Информация о программах.

Фонд Нобеля <http://www.nobel.se/index.html>

Премии Нобеля в области физики, химии, физиологии, медицины, литературы, мира. Географический регион не ограничен. На сервере — информация о деятельности.

Right Margin Foundation <http://www.alcazar.com/rm>

Компьютерное образование в развивающихся странах. Информация о программах, о деятельности организации, раздел о благотворительных организациях и для них.

Фонды Дж.Сороса <http://www.soros.org>

Образование, гражданское общество, пр. Информация о деятельности представительств во всех странах: проекты, адреса.

The Center for Field Research <http://www.earthwatch>

Предоставляют гранты на проекты в области точных, естественных и гуманитарных наук. Международные программы. Информация о программе, правила и сроки подачи заявок.

Фонд Сабре <http://www.sabre.org>

Фонд поддерживает организации по следующим направлениям: пожертвование книг, образование, развитие частного сектора. Финансирует организации из Восточной Европы и бывшего СССР. Информация о фонде, о программах, контактные адреса и телефоны, образцы написания заявок.

Центр Восток-Запад <http://www.ewc.hawaii.edu>

Образование, проведение тренингов, научные исследования, политика, экономика. Поддерживают организации в США и странах АТР. Информация о программах, контакты.

Немецкая служба академических обменов <http://www.geist.spacenet.de/info-E.html>

Организация поддерживает образовательные программы: стипендии, обмен студентами, преподавателями. Географический регион не ограничен. Краткая информация о программах, адреса представительств и центрального офиса.

Фонд Форда <http://www.fordfound.org>

Общественное развитие, искусство, культура, образование, средства массовой информации, мир и социальная справедливость. Международные гранты. Информация о фонде, о программах, требования к заявителям, порядок обращения в фонд за финансовой поддержкой, контакты.

Фонд семьи Рокфеллеров <http://www.rffund.org>

Образование, экономика, экология. Информация о программах, условия написания заявки на грант.

Центр развития образования <http://www.edc.org>

Совместные исследования. Образование, здоровье, новые технологии, права человека, охрана окружающей среды. Программа стипендий. Международные программы. Информация о деятельности организации, о программах.

National Forum Foundation <http://www.nff.org>

Образование, тренинги, предоставление стипендий. Географический регион — Центральная и Восточная Европа. Информация о деятельности организации, текущие программы по странам, требования к заявителям, условия подачи заявки, контакты.

Фонды грантовой поддержки Министерство науки и технологий Российской Федерации (Миннауки России) является федеральным органом исполнительной власти, проводящим государственную политику и осуществляющим управление в сфере науки и технологий гражданского назначения совместно с **Американским фондом гражданских исследований и развития** (ФГИР/CRDF), стремясь к укреплению сотрудничества ученых и специалистов России и компаний США, объявляют ориентированную на коммерциализацию совместную программу «Следующие шаги к рынку». (Заявки об участии можно направлять в любое время до тех пор, пока прием заявок не будет официально прекращен.)

<http://www.minstp.ru/ru/programms/pg002.htm>

Московский общественный научный фонд поддерживает научные исследования в области политологии, социологии, права, экономики и отечественной истории; разрабатывает и ведет научнообразовательные программы, нацеленные на возрождение традиций российской культуры, науки и образования; содействует развитию международного и межрегионального научного сотрудничества.

<http://www.mpsf.org/>

e-mail: ak96@glas.apc.org

Российский Гуманитарный Научный Фонд создан по Постановлению Правительства Российской Федерации 8 сентября 1994 г. в целях государственной поддержки развития гуманитарных наук, приумножения накопленных научных знаний и широкого распространения их в обществе, возрождения традиций отечественной гуманитарной науки. Все виды финансовой поддержки гуманитарных научных исследований осуществляются Фондом на конкурсной основе. Фонд оказывает финансовую поддержку научных проектов в форме грантов.

РГНФ объявляет конкурсы 2002 года научных проектов по следующим направлениям гуманитарных наук: история; археология; этнография; экономика; философия; социология; правоведение; политология; социальная история науки и техники; науковедение; филология; искусствоведение; информационное обеспечение гуманитарных исследований; комплексное изучение человека; психология; педагогика; социальные проблемы медицины и экологии человека.

<http://www.rfh.ru>

Американский Совет Преподавателей Русского Языка и Литературы (ACTR-АСПРЯЛ) — некоммерческая организация, специализирующаяся в странах Европы, России и Евразии. ACTR проводит всевозможные программы обмена (для школьников, студентов, преподавателей, ученых, etc.), предоставляет профессиональное обучение, техническую помощь, консультации.

Проводимые в настоящее время программы:

– Программа для студентов университетов.

– Программа аспирантских стипендий Эдмунда Маски.

– Программа Фулбрайт. Обмен учеными.

– Программа для молодых преподавателей университетов.

– Российско-Американский конкурс преподавателей английского языка и страноведения США.

– Программа регионального обмена учеными.

– Акт в поддержку свободы (для школьников).

www.actr.org

<http://www.actr.org.ru/>

Британский совет. Текущая деятельность включает: организацию различных целевых стипендиальных программ, обмен консультантами между Великобританией и Россией, проведение курсов повышения квалификации в Великобритании и России с учетом местных социальных и экономических потребностей, развитие связей между образовательными и другими типами учреждений, обучение в области промышленности, в сферах менеджмента, сельского хозяйства и здравоохранения, поддержку программ преподавания английского языка, предоставление информации различным учреждениям, оказание помощи библиотекам.

<http://www.ecoline.ru/funds/source/cf0004.htm>

<http://www.britcoun.org/>

<http://www.britishcouncil.ru>

Европейский Союз поддерживает организации и частные лица.

Направления поддержки — энергетика, образование, охрана окружающей среды, пр.
Информация о программах:

Тасис — программа, разработанная Европейским Союзом для Новых Независимых Государств в целях содействия развитию гармоничных и прочных экономических и политических связей между Европейским Союзом и этими странами-партнерами. Цель программы состоит в поддержке усилий стран-партнеров по созданию обществ, основанных на политических свободах и экономическом процветании.

Программа содействия демократии направлена на оказание содействия в построении демократических институтов и в развитии демократической практики в обществе, управляемом многопартийной системой. Предоставляются гранты до 10000 долларов США.

<http://www.ecoline.ru/funds/fund/000000.htm>

<http://europa.eu.int/index.htm>

Институт «Открытое общество» (Фонд Сороса) — международная благотворительная организация, учрежденная финансистом и филантропом Джорджем Соросом. Институт «Открытое общество» иницирует и поддерживает программы в области образования, культуры и искусства, здравоохранения, гражданских инициатив, способствующие развитию идей и механизмов открытого общества. Представительства Фонда работают более чем в 30 странах. Руководящие органы расположены в Нью-Йорке и Будапеште. Центральный офис Представительства Фонда Сороса в России находится в Москве, отделения — в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Новосибирске и Самаре.

Программы:

– Мегапроект «Развитие образования в России».

– Программа «Восток-Восток».

– Программа «Здоровье населения России».

– Программа «Обучение менеджменту».

– Центрально-Европейский университет (ЦЕУ).

– Программа «Местное самоуправление».

– Мегапроект «Поддержка независимых российских СМИ».

– Программа «Право».

– Программа «Культура».

– Мегапроект «Пушкинская библиотека. Книги для российских библиотек».

– Новый, широкомасштабный проект — создание информационнообразовательного портала.

<http://www.osi.ru>

<http://www.soros.ru>

<http://www.soros.org/russia>

«Королевское Общество» Великобритании (The Royal Society) было основано в 1660 году и с тех пор играет большую роль в сфере науки и техники. Оно предоставляет гранты ученым для поездок в Великобританию с целью проведения научных исследований, гранты на приобретение оборудования, проведение семинаров и конференций. Финансируемые области

деятельности: образование, естественные и прикладные науки (включая математику, технику и медицину), международные научные связи и вопросы сохранения природных ресурсов. Программы проводятся несколько раз в течение года.

<http://www.ecoline.ru/funds/fund/000088.htm>

www.royalsoc.ac.uk

Национальный фонд в поддержку демократии является инициативой США по укреплению демократических институтов во всем мире. Одна из главных задач фонда — способствовать развитию и организации частного сектора, особенно профсоюзов и деловых ассоциаций. Финансируемые виды деятельности: распространение информации, образовательные программы, обучение, поддержка независимых газет, журналов, других изданий и обмен опытом. Целевые установки: поощрение во всем мире свободных демократических институтов; обмен между демократическими группами и американскими НПО; укрепление демократических избирательных процедур за рубежом. В основном Фонд финансирует программы, рассчитанные на один год. Не финансирует проекты, направленные на ускорение экономического и социального прогресса.

<http://www.ecoline.ru/funds/fund/000021.htm>

www.ned.org

Немецкая служба академических обменов предоставляет стипендии для проведения научных исследований и организует академические обмены для российских студентов, аспирантов и ученых.

<http://www.daad.de/>

<http://www.ecoline.ru/funds/fund/000053.htm>

Немецкое Научно-Исследовательское Общество. В задачи организации входит: поддержка исследований путем прямой финансовой поддержки проектов, поощрения сотрудничества между исследователями, помощь перспективной научной молодежи, консультирование парламента и органов власти по вопросам науки, поддержка связи немецкой науки с промышленностью и зарубежной наукой, поддержка библиотек, финансирование работы крупных научных установок, содействие созданию исследовательской инфраструктуры. Общество осуществляет программу поддержки сотрудничества немецких ученых с учеными стран Восточной Европы и бывшего СССР.

<http://www.ecoline.ru/funds/fund/000073.htm>

«**Прожект Хармони**» (Project Harmony, Inc) — американская некоммерческая организация, которая проводит на территории России и стран СНГ в течение 15 лет культурные, профессиональные и образовательные обмены, программы, связанные с обучением преподавателей, созданием Интернет-центров, организацией и проведением сетевых проектов и конкурсов в различных городах России, Беларуси и Украины. В программах участвуют сотни профессионалов из различных областей, включая сотрудников правоохранительных органов, врачей, адвокатов, экологов, музыкантов, танцоров, спортсменов, архитекторов, а также школьников и студентов. На сегодняшний день более 5 тысяч американцев и 5 тысяч жителей СНГ приняли участие в программах «Проекта Гармония».

Программы, которые проводит «Прожект Хармони»:

- «Сотрудничество профессиональных объединений».
- «Сотрудничество местных сообществ по борьбе с насилием в семье».
- Программы для сотрудников правоохранительных органов.
- Программы «Обмен учителей» и «Преподавание в школах США».
- Программа школьных обменов.
- Программа «Преподавание в школах СНГ».
- Программа «Обучение и доступ к Интернет».

www.projectharmony.ru

Адреса полезных сайтов

Америка в кармане — обучение в США <http://www.rcom.ru/pocketam/>

Образование за рубежом, учеба в США и Канаде. Информация для тех, кто хочет учиться в американских университетах за их счет.

Глоубл навигатор <http://www.globalnavigator.sp.ru/>

Международная некоммерческая информационно-консультативная служба по вопросам получения стипендий и грантов.

Информационная система «EcoLine» <http://www.ecoline.ru/funds/other/index.htm>

Информационная система включает в себя коллекцию аннотированных источников информации о фондах и благотворительных организациях на Интернет. Русскоязычные www-страницы некоторых фондов, имеющих представительства в России. Оригинальная база данных по источникам финансирования.

Информационная система по источникам финансирования

<http://www.ecoline.ru/funds/reports/index.htm>

Список русскоязычных названий благотворительных организаций, список англоязычных названий благотворительных организаций.

Каталог ресурсов, посвященный биологическим наукам <http://rnc.pstu.ac.ru/yp/yp-ir/data/b02.htm>

Курсы немецкого языка <http://www.chaika.ru/study/index.htm>

Обучение немецкому языку в Германии. Языковые курсы для детей и взрослых. Программы обмена «гость семьи», «гость гимназии» и «гость университета» и Au-Pair.

Лига НКО <http://www.crosswinds.net/~icall/>

Некоммерческие организации и группы, осуществляющие социально значимые проекты и программы, не имеющие своей целью распределение прибыли между их организаторами

Международный научно-технический центр
<http://www.istc.ru/istc/website.nsf/fm/istc+ru>

Межправительственная некоммерческая организация. Программы Центра, инструкции для подачи заявки на грант для проведения международных научных исследований.

Международные фонды и программы — справочник-классификатор

<http://orasrv.extech.msk.su/library/spravo/if-p/index.htm>

Краткая информация о зарубежных фондах и программах, финансирующих различные направления научной, образовательной и предпринимательской деятельности, а также об условиях получения грантов.

Московский образовательный центр <http://www-win.useic.ru/>

Информация об образовании в США. Ссылки на другие образовательные центры СНГ, финансовая помощь и информация для поступающих в вузы США.

Образование за рубежом <http://www.chat.ru/~iloverussia/study.htm>

Информация о курсах и программах для студентов и взрослых.

Американский клуб выпускников. Финансовая помощь и информация для поступающих в вузы США.

Поиск ресурсов в сети Интернет, посвященный проблемам биологических наук

<http://www.biolinks.net.ru>

<http://www.gowest.nm.ru/>

Российские и зарубежные фонды, актуально поддерживающие российских ученых
www.courier.com.ru

Совет Фондов www.cof.org/

Подборка информации о благотворительных организациях — виды благотворительных фондов, правила работы с фондами, библиотека по фондам (более 50).

Информация предоставлена ОблЦИТОм и размещена на сайте:

www.websib.ru