

[Учебно-методическое пособие]

«Социальный всеобуч»

[Авторы: Гынгазов Р.П., Ковалев А.В.]

2010

Издание выпущено при поддержке:

- ТРО ВПП «ЕДИНАЯ РОССИЯ»
- Государственной Думы Томской области
- Молодёжного парламента Томской области
- Кадровый резерв. Профессиональная команда страны

Авторы: Гынгазов Р.П. (Главы: Введение, 1-16, 19, 20, 21, 24, 25, Глоссарий, Список литературы), Ковалев А.В. (Главы: 17, 22, 23)

Разработчик и руководитель проекта: Гынгазов Роман Павлович

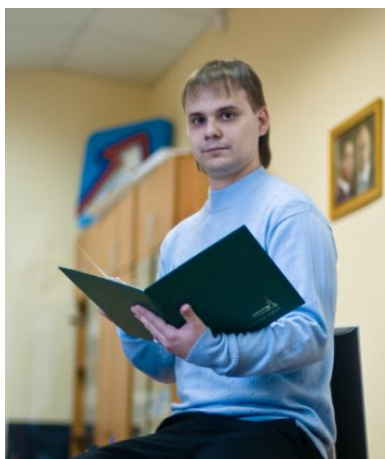
Тираж: 500 экз.



СОДЕРЖАНИЕ

Об авторах	4
Рецензия кузнецова С.Д.	6
Рецензия дорошенко Е.С.	7
«Социальное проектирование – это особенный образ мышления»	8
1. Введение	10
2. Написание социального проекта	13
3. Почему стоит заниматься социальным проектированием?	19
4. Ресурсы социального проектирования	20
5. Как разработать проектную идею?	21
6. Этапы разработки социального проекта	23
7. Сбор материалов по проблематике социального проекта	24
8. Обоснование актуальности социального проекта	25
9. Постановка цели и задач социального проекта	28
10. Целевая аудитория социального проекта	30
11. PR и реклама социального проекта.	32
12. План-график социального проекта	36
13. Критерии эффективности социального проекта	37
14. Схема управления социальным проектом	39
15. Инновационность социального проекта	42
16. Механизм реализации социального проекта	43
17. Социальный эффект проекта	44
18. Оценка рисков социального проекта	45
19. Информационная карта проекта	47
20. Смета социального проекта	51
21. Несколько слов перед презентацией социального проекта	52
22. Оформление социального проекта	53
23. Написание резюме	58
24. Итоговое оформление социального проекта	64
25. Типовая форма социального проекта	65
Глоссарий	67
Список рекомендуемой литературы и источников	69

ОБ АВТОРАХ



Гынгазов Роман Павлович (1985 г.р.), политолог, специалист по PR и рекламе, двукратный лауреат премии Президента РФ по поддержке талантливой молодёжи «В сфере общественной и социально значимой деятельности», победитель и призёр трёх Всероссийских и трёх региональных конкурсов по социальному проектированию (2006 г. – Всероссийский конкурс лидеров и руководителей детских и молодёжных общественных объединений «Лидер XXI века», г. Санкт-Петербург, Всероссийский конкурс «Молодой парламентарий - 2007», г. Москва, Всероссийский конкурс авторских социально-экономических проектов «Моя страна - моя Россия», г. Москва, 2009 г.); победитель и призёр Всероссийской олимпиады студентов по политологии (г. Новосибирск, 2004 г.). Трёхкратный лауреат именной стипендии «Оксфордского фонда» (2005 - 2008 гг.), двукратный лауреат именной стипендии для аспирантов Института общественного проектирования (г. Москва, 2009-2010 гг.). Член правления Молодёжного отделения Российской Ассоциации политических наук (г. Москва), соруководитель центра по политическому образованию и исследованиям "Полития", автор 15 публикаций по различным аспектам политических наук. Работал в роли консультанта, руководителя в нескольких избирательных кампаниях. В настоящее время трудится над написанием кандидатской диссертации на тему «Политическое образование как фактор формирования политической элиты».

Преподавал на кафедре политологии ТГУ курсы: "Теории политического лидерства", "Политический менеджмент".

Сфера профессиональных интересов: политическое и гражданское образование, социальное проектирование, политические технологии.



Ковалев Александр Викторович (1983 г.р.). В 2006 году окончил Томский государственный педагогический университет, по специальности «История», дополнительная специальность – «Английский язык». С 2006 по 2009 год консультировал коммерческие организации по вопросам выстраивания организационной структуры, маркетингу и менеджменту.

Участник семинара «Политика прорыва», г.Москва. Организатор «Школы Лидеров» для Сибирского Федерального округа (2006 г.), Первого форума Молодых парламентариев для Сибирского Федерального округа (2008 г.), обеспечение методического сопровождения V Всероссийского форума молодых парламентариев (2008г., г. Анапа), методическое обеспечение слета «Будущее Сибири за Молодыми» по заказу Департамента по молодежной политике, физической культуре и спорту Томской области.

Автор ряда научных публикаций по проблемам молодежной политики в Российской Федерации. Активный общественный деятель, награжден медалью «100 лет профсоюзам России», заместитель председателя Молодежного парламента Томской области. В настоящее время работает заместителем руководителя – начальником отдела

организационной работы Томского регионального исполнительного комитета Всероссийской политической партии «Единая Россия».

Сфера профессиональных интересов: история, политология, философия, политический PR.

РЕЦЕНЗИЯ КУЗНЕЦОВА С.Д.

Трансформация социокультурных, политических и экономических процессов требует от нас принципиально новых знаний и умений. Для успешной мобильности в обществе от молодых людей всё больше требуются такие качества как инициативность, нестандартность и независимость мышления, умение продвигать свои идеи в условиях постоянно изменяющегося общества. В целом, можно констатировать, что именно от молодёжи общество и государство ожидает особой активности, реализации инновационного потенциала во всех сферах. На мой взгляд, для того, чтобы эти ожидания воплотились в жизнь, молодёжь должна в совершенстве владеть социальными технологиями.

К сожалению, в современной образовательной системе недостаточно уделяется внимание обучению молодых людей методикам разработки и претворения своих идей в реальность.

В западных странах эти технологии развиваются уже не одно десятилетие и опираются на серьёзную теоретико-методологическую базу. В нашей же стране социальное проектирование пока что находится в стадии своего становления. В связи с этим, есть особая потребность в учебно-методических пособиях, тренингах, семинарах, учебных программах, посвященных проблемам социального проектирования.

Предлагаемое авторским коллективом пособие призвано удовлетворить существующую объективную потребность в получении знаний и умений в сфере социального проектирования.

Авторы учебно-методического пособия имеют большой практический опыт работы с молодёжью и управления общественными организациями.

В учебном пособии предлагается ряд ценных практических рекомендаций по написанию социального проекта, подробно рассматриваются такие темы, как механизмы PR и рекламы социального проекта, медиапланирования, способы эффективной презентации своего проекта, формирования пакета документов для подачи в экспертные комиссии.

В пособии последовательно, «шаг за шагом», объясняется, как написать социальный проект, который может быть с успехом реализован на практике.

Авторы акцентируют внимание на написании заявок, способных пройти любой конкурсный отбор или выиграть грант.

Разумеется, изучив это пособие, читатель не станет экспертом в сфере социального проектирования: для этого необходимы годы общественной работы, участие в конкурсах, семинарах, посвящённых вопросам развития некоммерческого сектора. На мой взгляд, пособие выполняет гораздо более обширную задачу – сформировать у молодёжи заинтересованность в общественной деятельности, показать необходимость и «модность» гражданской активности. И это авторам вполне удалось.

Представленное на суд читателя учебно-методическое пособие является первым комплексным изданием по социальному проектированию, разработанным на территории Томской области.

Убеждён, что это пособие будет полезно активистам детских и молодёжных общественных организаций, студентам и аспирантам социогуманитарных специальностей, всем интересующимся технологиями социального проектирования.

*Руководитель аппарата
Государственной Думы
Томской области,
Кузнецов С.Д.*

РЕЦЕНЗИЯ ДОРОШЕНКО Е.С.

Социальное проектирование становится основной технологией, способной модернизировать процессы политического, экономического, культурного, социального характера.

В целом, проектное мышление необходимо специалистам работающих в разнообразных областях человеческой деятельности: науке и образовании, промышленности, государственного и муниципального управления, частных коммерческих структурах.

Именно технологии социального проектирования способны задать мощный «импульс» развития институтов гражданского общества в нашей стране.

Особенно актуально обучение технологиям социального проектирования в молодёжной среде.

Освоив методики проектной деятельности, молодёжь сможет самостоятельно конструировать реальность, строить своё будущее, используя те возможности, которые им предоставляют государственные и муниципальные органы власти, партийные и общественные организации, частные инвесторы.

На сегодняшний день данные структуры предоставляют молодёжи уникальные возможности в этой сфере: организуют и проводят крупные конкурсы по социальному проектированию, розыгрыши грантов для молодёжных общественных организаций, тематические выставки, образовательные семинары и тренинги по социальным технологиям.

Авторы данного пособия акцентируют особое внимание на «прикладных» аспектах разработки и оформления социальных проектов: показан алгоритм написания проектов, продемонстрированы основные технологии PR и рекламы, методики эффективной презентации. Всё пособие снабжено многочисленными примерами, написано простым и доступным языком.

Ознакомившись с этим пособием, читатели смогут качественно писать грантовые заявки, участвовать в конкурсных мероприятиях, получают уникальные знания в области инновационных социальных технологий.

От себя хочу пожелать уважаемым читателям успехов в изучении социального проектирования, помните: «дорогу осилит идущий».

*Председатель комитета
по молодёжной политике
Администрации Томской области
Дорошенко Е.С.*

«СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ – ЭТО ОСОБЕННЫЙ ОБРАЗ МЫШЛЕНИЯ»

Методики социального проектирования становятся всё более популярными при решении проблем различного масштаба. Поле применения технологий социального проектирования всё время расширяется: органы государственной и муниципальной власти, крупные коммерческие структуры, научно-исследовательские, общественные организации разрабатывают и реализуют социальные проекты, изменяющие окружающий мир в лучшую сторону. Радует тот факт, что одним из флагманов социального проектирования в нашей стране, безусловно, является Томская область.

О специфике социального проектирования, перспективах его развития и других вопросах мы побеседовали с председателем комитета по молодёжной политике Департамента по молодёжной политике, физической культуре и спорту Томской области **Е.С. Дорошенко**.

Что такое социальное проектирование? Для чего, на ваш взгляд, современной молодёжи нужны знания и умения в сфере социального проектирования?

Е.С. Дорошенко. Социальное проектирование – это особенный образ мышления, умение превращать голословные идеи в демонстрацию результата. Это, безусловно, творческий процесс конструирования действий, направленных на преодоление существующих социальных проблем, на позитивные изменения, на развитие социальной ситуации.

На мой взгляд, современная молодёжь должна уметь строить и устраивать свою жизнь, менять тренды, в том числе, и социальные. Включение молодёжи в процессы разработки и реализации социальных проектов существенно повышает их гражданскую активность и эффективность решения проблем местного значения.

Также социальное проектирование интересно тем, что ориентировано на реализацию нужд, на решение актуальных проблем *конкретного* сообщества. Взаимодействие разных по направлениям деятельности молодёжных объединений позволяет решить одну общую проблему: реализовать проект, который невозможно выполнить в одиночку. Все это даёт невероятные результаты: как общественные, так и личные. Конкурентоспособность молодого человека, реализовавшего несколько социальных проектов, резко возрастает.

А насколько хорошо молодёжь в целом разбирается в нюансах социального проектирования?

Е.С. Дорошенко. Далее к словосочетанию «социальное проектирование», я бы добавил слово «инновационное», потому что социальное проектирование сегодня в разы отличается от технологий, что были вчера, пять-восемь лет назад. Социальное инновационное проектирование в молодёжной политике Томской области, как и во всей России, находится на этапе своего становления и, следовательно, пока ещё не располагает сколько-нибудь значительными теориями и концепциями. В этих условиях томские исследователи используют, в основном, зарубежные теоретические модели и методологические подходы. Поэтому сейчас мы занимаемся популяризацией социального проектирования. Это способствует формированию собственных уникальных технологий, так как западный опыт участия молодёжи в социальном проектировании не может быть перенесён на российскую почву без изменений, поскольку молодёжная политика в России имеет свою специфику.

Развиты ли в нашем регионе технологии социального проектирования?

Е.С. Дорошенко. Технологии социального проектирования развиваются эволюционно и последовательно. Масштабы проектов увеличиваются год от года. Если ранее молодые люди создавали проекты городского уровня, такие как «Городским рекам - чистые берега», то теперь это проекты всероссийского масштаба, как Всероссийский конкурс независимых студенческих видеопроектов «Золотая лента».

Какие меры предпринимают органы государственной власти и местного самоуправления для развития технологий социального проектирования в регионе?

Е.С. Дорошенко. Органы государственной власти сегодня отлично понимают, что будущее молодежной политики и государства в целом - за развитием проектной деятельности молодежи. Томская область, как территория умной и креативной молодежи, делает смелые шаги в направлении развития технологий социального проектирования. Молодые люди повсеместно привлекаются органами государственной власти для решения тех или иных социальных проблем. Органы местного самоуправления формируют социальные заказы для молодежи, проводят конкурсы, гранты, а молодые люди в свою очередь организуют круглые столы, экспертизы, брифинги и другие дискуссионные площадки, куда активно привлекают представителей местной и областной власти для обсуждения проблем и идей их решения, на основе которых формируются социальные проекты. Сегодня власть понимает, что молодые люди это, порой, лучшие эксперты в решении социальных проблем, самые прогрессивные и инновационно мыслящие представители общества. В подтверждение приведу пример мозгового штурма молодежи и Губернатора Томской области. Когда у нашего Губернатора, Виктора Мельхиоровича Кресса, родилась идея создания в Томске центра генерации и продвижения инноваций, он пригласил для участия в мозговом штурме лучших представителей молодежи Томской области и своих коллег. Итогом работы стал проект, который был одобрен Президентом РФ, Дмитрием Анатольевичем Медведевым, и сегодня реализуется на всей территории Томской области. И это реальный вклад молодых людей в развитие области, в наше с вами будущее.

Какие мероприятия (конкурсы, гранты семинары, тренинги), способствующие развитию проектного мастерства молодёжи, проводятся в Томске? Расскажите, вкратце, про них.

Е.С. Дорошенко. Ежегодно Департамент по молодежной политике, физической культуре и спорту Томской области проводит конкурс грантов «Мы – команда», конкурс социальных проектов для работающей молодежи «ЖИТЬ здорово ЗДОРОВЫМ!», а также в программу любых наших семинаров, форумов и слетов всегда включаются тренинги и мастер-классы по социальному проектированию.

В завершение беседы, Ваши напутствия читателям этого издания?

Е.С. Дорошенко. Прочитав данное издание, не останавливайтесь на этих знаниях, шагните дальше, используйте все свои навыки и таланты. Молодежь тем и отличается, что никогда не идет по накатанной, а прокладывает свои пути в будущее. Я уверен, в вас кроются ум, энтузиазм и решительность. А, как известно, иногда для решения проблемы нужна лишь готовность ее решить.

Упорства Вам в Ваших начинаниях и творческой искорки. Мы верим в Вас и здесь, в Департаменте по молодежной политике, физической культуре и спорту, Ваши идеи, проекты и предложения готовы поддержать.

Будущее Сибири за молодыми!

*«Мудрец не накапливает.
Даруя всё, что он имеет, другим,
Он имеет ещё больше».
Отрывок из «Дао дэ дзин»*

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня уже ни для кого не секрет, что общество нуждается в умениях структурировать и моделировать социальные процессы, происходящие вокруг нас, которые всегда внутренне моделируются в нашем сознании, а уже затем реализуются в практической плоскости.

Задумывались ли вы о том, что повседневные действия также являются своеобразными «проектами»? Поход и сборы в школу, университет, на работу можно представить как определённые алгоритмы, и чтобы добиться заданной цели, вы должны выполнить последовательность действий: встать с кровати – умыться – одеться - дойти и сесть в транспортное средство - добраться до пункта назначения. Разумеется, алгоритм может изменяться: так вы можете добраться до пункта назначения пешком, отказаться от завтрака и т.д., но определённая последовательность действий всё равно будет существовать. Это естественный процесс, который мы воплощаем в жизнь, уже не задумываясь.

Но ведь проект может быть не только созданным в нашем сознании на основе многократно повторяющихся действий повседневной жизни, но и «искусственно» созданным, проектирующим окружающую реальность по специально заданным нами параметрам.

Продолжим пример про сборы и поход в учебное заведение, на работу. Итак, вы собираетесь и выходите из квартиры. Сталкиваясь с окружающей средой, вы можете вычленить проблемы, актуальные для вас и ваших соседей: мусор на лестничных площадках, на прилегающей к дому территории, в учебных заведениях - отсутствие пандусов, специальных приспособлений для лиц с ограниченными физическими способностями, неразвитость сети WI-FI, дополнительных образовательных возможностей, мест досуга.

Таким образом, первым звеном в формировании социальных проектов является наличие актуальных для данной социальной общности проблемы. Предположим, что вы решили изменить ситуацию: на следующем этапе вы, как правило, будете искать ресурсы для её изменения в лучшую сторону: начинается этап поиска ресурсов (финансовых, людских, информационных, технических). Успешность поиска ресурсов зависит от специфики социальной среды: если на территории развита сеть институтов гражданского общества, органы власти имеют необходимый опыт в сфере взаимодействия с ними, то найти средства не составит проблем, и наоборот - если институты гражданского общества находятся в зародышевом состоянии, то найти ресурсы довольно затруднительно. Такая логика становления технологий социального проектирования позволило известному американскому педагогу и философу Дж. Дьюи отметить: «Проектирование стало целенаправленно развиваться как способ социализации содержания обучения на основе поиска проблем и вопросов в самой жизни».

Какова же сфера применения технологий социального проектирования? В каких отраслях могут понадобиться знания, навыки и умения социального проектирования? На наш взгляд, основными сферами применения могут быть:

- **Политические технологии.** Как человек с профильным политологическим образованием, практически в каждой избирательной кампании я наблюдаю одну и ту же унылую картину: газеты, листовки, захламляющие почтовые ящики и улицы, студенты, раздающие агитационную продукцию жителям города. Между тем, если бы

избирательные штабы реализовали, хотя бы два-три малобюджетных, но хорошо «распиаренных» мероприятия - эффективность кампании могла бы бытькратно выше. К сожалению, это происходит крайне редко, избирательные штабы предпочитают действовать по известной поговорке «пока гром не грянет - мужик не перекрестится» и начинают работать за месяц-два до дня голосования.

- **Корпоративный PR и реклама организации.** В принципе, механизмы социального проектирования применимы во всех видах PR (антикризисном, оптимизации внутренних коммуникаций организации, текущем формировании корпоративной идентичности культуры компании и т.д.)

- **Бизнес-планирование, формирование имиджа компании.** Черта современной экономики - это формирование социально ответственного бизнеса, ведущего активную общественную деятельность на территориях, которые входят в сферу их интересов. Поддержка и реализация социальных проектов является для них способом сформировать бренд компании, настроить потенциальных потребителей на положительное отношение.

- **Государственное и муниципальное управление.** В последнее время, многие органы власти вводят в оборот «необюрократические» подходы к управлению, которые взамен классическим, традиционным способам работы, предполагают поощрение личной инициативы чиновника, сетевой принцип деятельности, а главное - вводят в повседневную жизнь принцип «обратной связи» с населением. Всё это подталкивает чиновников активнее работать с институтами гражданского общества, разрабатывать и реализовывать вместе с последними социальные проекты различного масштаба и направленности.

- **Социальное проектирование как один из механизмов фандрайзинга** особенно актуальна данная сфера для НКО. Именно грамотно оформленный социальный проект, зачастую является важнейшим аргументом в переговорах с потенциальным инвестором. Из содержания проекта инвестор может понять: сколько, кому и на какие цели требуются средства; какая социальная отдача будет от реализации социального проекта; обладает ли организация-заявитель необходимым потенциалом для его дальнейшей разработки и реализации.

- **И, наконец, главное то, что социальное проектирование – средство развития «локальных сообществ»,** механизмов творческой самореализации людей, занимающихся проектной деятельностью. Немаловажен и тот факт, что результат такой деятельности – становление устойчивых коллективов, способных длительное время развивать окружающую действительность.

При всём их многообразии классифицируем социальные проекты:

- **По уровню:** локальные, региональные, межрегионального масштаба, международные проекты.

- **В зависимости от разработчика проекта:** государственные и негосударственные социальные проекты.

- **По отношению к изменению социальной реальности** – проекты, направленные на сохранение статус-кво социального явления, действия и пр. и проекты, направленные на изменение существующего порядка вещей.

- **По сфере:** информационные, экологические, в культурной сфере, образовательные, политические и пр.

- **По стилю управления социальными проектами:** централизованные, полужцентрализованные и децентрализованные или сетевые проекты.

В сфере **молодёжной политики** социальные проекты можно разделить на три большие группы:

- Социальные проекты, направленные на «вовлечение молодёжи в социальную практику, и её информирование о потенциальных возможностях развития»;
- Социальные проекты, направленные на «развитие созидательной активности молодёжи»;
- Социальные проекты, нацеленные на «интеграцию молодых людей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации».

Социальное проектирование отличается от других видов проектной деятельности:

- Во-первых, при формировании и реализации социального проекта большое влияние оказывает социальная среда
- Во-вторых, основополагающее значение имеет механизм «обратной связи» с целевой аудиторией проекта.

НАПИСАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Перед тем, как мы перейдём непосредственно к методикам написания социального проекта, рассмотрим основные заблуждения, которыми страдают многие начинающие создавать социальный проект:

- **«Чем проект глобальнее, тем лучше».** Работая членом экспертных советов в рамках различных конкурсов по социальному проектированию, я постоянно сталкиваюсь с проектами, авторы которых предлагают «изменить социально-экономическое положение региона», «кратно увеличить зарплаты и стипендии», «разом решить проблему «пробок» на дорогах города». Подавая свой социальный проект на конкурс, на рассмотрение инвестора, вы должны понимать, что проект должен быть реалистичным: т.е. практически выполнимым, способным найти своего покупателя. Социальный проект не просто абстрактная идея, а система мероприятий, которая может быть воплощена в жизнь. Лучшие проекты, с которыми мне удавалось работать - это «локальные» проекты, направленные на развитие конкретной социальной общности, территории и т.д.

**Кладезь мудрости. Производная от закона Мерфи, предложенная Нагом:
Чем сложнее и грандиознее план, тем больше шансов, что он провалится.**

- **Проект должен быть обязательно «объёмным» и занимать минимум столько же печатных листов, как «Война и мир».** Раскрою небольшой профессиональный секрет: члены экспертных советов такие же люди, как вы, то есть мечтающие закончить работу как можно быстрее: когда у них на столе оказывается ваше увесистое, многотомное (зачастую плохо скреплённое) «произведение», эксперты, чаще всего, просматривают только начальные страницы проекта, пытаются вычлнить главную идею, смотрят план-график, письма поддержки: вот, пожалуй, и всё. Если всё это ещё и небрежно скомпановано, то шансы, что ваш проект будет внимательно прочитан (и высоко оценен!) не всегда велики. Поэтому лучше не рисковать и найти некий оптимум между объёмом проекта и его содержанием. Лично я поступаю следующим образом: формирую две папки (или два раздела в одной). В первой кладу: паспорт проекта, сам проект, письма поддержки от VIP-персон (известных политиков региона, представителей бизнес сообщества, деятелей науки, культуры и т.п.), информационно-аналитические материалы по проекту (если таковые имеются: данные социологических исследований, статистику и пр.). Затем, в другую папку (или раздел папки) - своё портфолио (резюме с перечислением опыта работы в сфере администрирования и управления социальными проектами, своей деятельности в общественных организациях, истории участия в конкурсных мероприятиях, научной деятельности по специальности и т.д.), презентационные материалы по проекту, материалы, характеризующие деятельность вашей организации, инициативной группы (буклеты, фотографии, календари и пр.).

- **«В учебном заведении, трудясь над написанием курсовых, дипломных, контрольных работ, я всегда использовал сложные профессиональные термины и теоретико-методологические схемы»** - в социальном проектировании, если это и верно, то лишь отчасти. Для начала вам необходимо чётко понимать специфику организации, в которую вы подаёте социальный проект: если организация научная или имеет большой опыт работы с научным сообществом, то такая форма подачи материала, в принципе, возможна. Совсем другое дело, когда организация, которая объявляет конкурс проектов, всего лишь оператор, который собирает проекты, различной направленности. В таком случае, лучше писать проект доступным непрофессионалу в вашей сфере языком. Свою научную состоятельность, конечно, стоит продемонстрировать, выделив для этого два-три небольших абзаца в

обосновании актуальности проекта. Все остальные «научкоёмкие» части проекта (программы научных исследований, образовательные программы, формулы, бланки социологических исследований и т.д. лучше вынести в приложение). Уважающий себя эксперт обязательно просмотрит и по достоинству оценит их.

- **«Ага, объявили конкурс по социальному проектированию, надо что-то написать и сдать, если будет что-то не так - мне потом скажут».** В корне неверное заблуждение подавляющего большинства начинающих «проектировщиков»: 60-70% заявок просто не доходит до экспертов, либо отбрасываются по формальным признакам. Зачастую, написание социального проекта начинается с изучения положения, в котором содержатся основные требования к технической стороне, требования к содержанию документов, сроки подачи заявки. Не поленитесь, выпишите все требования на отдельном листке бумаги крупным шрифтом и несколько раз сверьте с тем, что содержится в вашей заявке. Принцип «семь раз отмерь - один раз отрежь» здесь подходит как нельзя кстати.

- **«В социальном проекте достаточно описать проблему, придумать креативные мероприятия, позволяющие частично или полностью решить поставленную проблему/проблемы».** Это верно только отчасти. Кроме этого в проекте обязательно должны быть механизмы реализации проектных мероприятий (план-график мероприятий с указанием сроков, ответственных лиц, сметы проекта). Без этого потенциальный инвестор/грантодатель не сможет понять конкретные сроки, логическую последовательность ваших действий, необходимых для претворения проекта в жизнь, каналы финансирования проекта.

- **«Социальный проект должен обязательно содержать в себе проблему и пути её решения, которые до меня никто не предлагал».** Это заблуждение очень распространено в среде даже опытных специалистов в сфере социального проектирования. Поэтому хотелось бы скорректировать вышесказанное утверждение: конечно, эксперту или инвестору всегда интересно рассматривать нестандартные идеи, но для написания качественного проекта не обязательно изобретать «вечный двигатель», «открывать Америку» или «секрет философского камня»: чаще всего достаточно просто отыскать актуальную для вашей целевой группы, локального сообщества проблему, предложив пути её решения. Для того, чтобы внести в ваш проект инновационность можно сделать его нестандартным в деталях (нестандартная реклама и PR мероприятия, инновационные формы работы с целевыми группами).

- **«Я составил социальный проект, в нём достаточно всё обосновано, если его одобряют, то потом приступлю к реализации, буду искать поддержку».** Это абсолютно неверное утверждение: практически всем интересны социальные проекты, которые находятся в динамике, в развитии, иными словами уже поддержаны внешними, по отношению к составителю проекта, структурами. Все прекрасно понимают, что за короткий период времени невозможно пройти путь от «благой идеи» до её воплощения в жизнь. Поэтому важно продемонстрировать, что проект уже находится в некоторой стадии реализации: мало того, что он разработан. Так уже есть - коллектив, который будет его реализовывать (можно приложить список коллектива, с резюме некоторых его членов), минимальная материально-техническая база, интерес со стороны органов власти, других организаций, СМИ (всё это лучше подтвердить). Обычно, помимо этого, к проекту я прилагаю экспертную записку, в которой прописываются актуальность проекта для сообщества, территории, его состоятельность, краткую характеристику имеющихся ресурсов (объём подобной записки 1,5 - 2 страницы).

- **«Разработанный мною социальный проект не получил ожидаемой поддержки со стороны инвестора, грантодателя, на конкурсе – больше я туда подавать ничего не стану».** Это неправильно. Обязательно попробуйте ещё и ещё, ведь у инвестора могут измениться приоритеты, заявок в следующий раз может быть

намного меньше, а конкуренты слабее, к тому же вы и ваша организация становитесь со временем опытнее в этих делах.

• **Ну и последний самый распространённый стереотип: «Я не знаю с чего начать».** Наш вам совет: «Начните с начала», ведь как любил говорить Наполеон Бонапарт, «главное ввязаться в бой - а там видно будет». Возьмите чистый лист и начните творить, идеи будут приходить по мере работы. Поверьте - «новичкам всегда везёт», Ваш проект **ОБЯЗАТЕЛЬНО** поддержат.

Конечно, данный список далеко неполон: но дальше мне писать лень. Ваши ошибки и заблуждения исчезнут сами с собой, когда вы возьметесь за социальное проектирование на практике.

Всякий социальный проект формируется по модульному принципу, то есть состоит из нескольких взаимосвязанных рубрик, частей. Довольно часто потенциальный инвестор прописывает, какие именно «модули» должны содержаться в социальном проекте, на какие тренды необходимо обратить внимание. Какие именно модули должны содержаться в проекте зависит и от того, кому назначается данный проект: если это мини-проект, направленный, к примеру, на создание клумб возле жилого здания, то можно ограничиться тремя-четырьмя «модулями», планом-графиком и бюджетом. Если же проект предназначен на конкурс, на рассмотрение внешнего инвестора или грантодателя, то целесообразно максимально детализировать его, составив из большого числа «модулей». Тем не менее, необходимо отметить, что универсальных схем составления социальных проектов попросту не может существовать: всё зависит от многих факторов, таких, как уровень инвестора, ваши отношения с ним, его требования к оформлению заявочных документов, объём проекта и т.д.

В данном пособии будет приведена «идеальная модель» социального проекта, мы специально представили большое количество модулей, чтобы охватить как можно большее число возможных методов «компанования» социальных проектов.

Большинство инвесторов, представителей экспертных комиссий конкурсов, грантодателей хочет, чтобы автор проекта ответил на следующие вопросы:

- В чём заключается актуальность проекта, какую социально значимую проблемы можно решить при помощи него?
- Кто организатор проекта, если ли у организаторов проекта опыт в сфере реализации социальных проектов, грантовая история, кто является партнёром (-ами) проекта?
 - Каковы цели и задачи социального проекта?
 - Временные рамки проекта: сроки реализации, этапы?
 - Какие группы населения являются целевой группой (-ами) проекта?
 - Что отличает данный проект от подобных, в чём заключается инновационность проекта?
- Каким образом будет осуществляться механизм реализации социального проекта?
- Каким образом будет осуществляться управлением проектом, кто будет выполнять контрольно-ревизионные, информационные, материально-технические, организационные функции?
- Какие существуют риски при реализации социального проекта, насколько вероятно их наступление?
- Как будет оцениваться социальный проект, какие количественные и качественные индикаторы будут использованы для этого, какие единицы измерения применены?
- В чём заключается ваша личная мотивация, мотивация вашей организации при разработке и реализации данного проекта?

- При помощи каких методик будет вестись PR, рекламное сопровождение проекта, существует ли детально проработанный масс-медиа план?
- План-график реализации проекта.
- Какова сумма, необходимая для реализации проекта, каковы каналы финансирования проекта?

Помимо этого организаторов могут интересовать такие вещи, как:

- Документальное подтверждение достижений организаторов, ответственных лиц проекта.
- Информационно-аналитические материалы по проекту (материалы СМИ по проблеме, поставленной в проекте, статистика, выдержки из научных работ и монографий, фото и видеоматериалы, чертежи и схемы, данные социологических исследований: фокус-групп, социологических опросов, экспертных интервью, наблюдений и пр.).
- Письма поддержки от VIP-персон, экспертно-аналитические записки
- Задокументированные обязательства о готовности стать соинвестором проекта, предоставить материально-техническую базу, оказать информационную поддержку.
- Аннотацию проекта на иностранном языке, документацию, подтверждающую факт регистрации НКО, банковские реквизиты, эссе-размышления на заданную тему и т.д.

КЕЙС

Проиллюстрируем на конкретном примере. В 2006 г., будучи ещё студентом кафедры политологии ТГУ, мне приходилось участвовать во Всероссийском конкурсе лидеров и руководителей детских и молодёжных общественных объединений «Лидер 21 века». По сути, конкурс заключался в разработке социального проекта в области молодёжной политики. Дело осложнялось тем, что конкурс имеет свою специфику: участвуют в основном люди, осуществляющие педагогическую деятельность в заведениях дополнительного образования, организаторы летнего досуга, молодёжные профессиональные коллективы. Как человеку, ни дня не работавшему в этой сфере, играть на чужом поле было довольно сложно. Выход из ситуации нашёлся как-то сам собой: нужно играть на чужом поле, но в одни ворота: было решено написать социальный проект «Лагерь по политическому и гражданскому образованию молодёжи «Полития». В этом проекте было, с одной стороны, – образовательная составляющая, работа со студентами в летний период (в общем, всё то, что близко и понятно педагогическим работникам), с другой стороны, – малопонятная им часть (политическое образование). Само по себе инновационности, конечно, в проекте было немного - мероприятий по организации летнего досуга было достаточно, но тема звучала неожиданно, да и давала мне возможность спокойно отвечать на вопросы жюри). Для большей понятности – в проект была включена авторская учебная программа (которой обычно пользуется любой преподаватель ВУЗа) с перечнем и кратким содержанием всех лекций, тренингов и круглых столов.

Проект после оценки комиссией занял на данном конкурсе 1 место.

Функции социальных проектов

- **Функции артикуляции и агрегации интересов населения** - одна из важнейших функций социального проектирования. Для эффективного управления в любых социальных системах необходимо несколько центров, способных актуализировать социальные проблемы и искать пути их решения. Обычно такими

центрами являются органы власти и институты гражданского общества, которые при помощи механизмов волеизъявления могут решать локальные проблемы.

- **Функции социализации и образования людей, участвующих в проектных мероприятиях.** При написании и реализации социального проекта, организаторы и участники проекта, в той или иной степени, получают знания, навыки и умения в сфере социального управления, в отраслях, на которые направлен проект.

- **Коммуникативная и интеграционная функции проекта.** «Побочным» следствием при подготовке и реализации любого социального проекта является установление устойчивых взаимодействий между участниками социального проекта. Зачастую из данных групп вполне могут создаваться общественные организации, постоянные инициативные группы, специализирующиеся на социальном проектировании. Подобные группы также могут привлекаться в качестве экспертных сообществ, участников и организаторов общественно значимых мероприятий.

- **Информационная функция.** Даже если проектные мероприятия реализованы не слишком профессионально, то в любом случае проблема, затрагиваемая в проекте, становится объектом внимания населения, СМИ. В итоге проблема, как говорят специалисты по средствам массовой коммуникации, занимает место в «информационной повестке дня». Таким образом, реализация ряда социальных мероприятий позволяет актуализировать социальные проблемы местных жителей, задуматься о путях и механизмах их решения.

В западных странах давно сложился слой профессиональных консультантов в сфере социального проектирования, администрирования социальной деятельности. В нашей стране, несмотря на робкие попытки создать аналогичные структуры, дело обстоит не так хорошо. Тем не менее, уже сейчас существуют эксперты и специальные организации, оказывающие услуги (на платной или безвозмездной основе). Небольшие, или же начинающие организации, а также органы власти часто прибегают к их услугам. При всей обширности меню их услуг, в основном они работают по таким направлениям, как:

- Составление и чтение образовательных курсов, тренингов в сфере социального проектирования, администрирования НКО.

- Консультативное сопровождение процедуры разработки социального проекта (или отдельных его частей).

- Экспертиза социальных проектов, грантовых заявок, поданных на конкурс.

К сожалению, свои услуги предлагают и те, кто имеет весьма опосредованное отношение к проектной деятельности. Прочитав пару пособий и выучив шаблон, по которому можно делать социальный проект, они начинают предлагать свои услуги. Постараемся дать несколько советов, если вы всё-таки хотите привлечь внешнего эксперта по социальному проектированию.

- **Опыт работы.** Эксперты и организации, которые работают на рынке достаточно давно, как правило, стараются поддерживать свою репутацию и предлагают клиентам неплохой конечный продукт. Тем не менее, «подводные камни» здесь тоже есть: бывает, что проекты начинают делать «по шаблону», игнорируя специфику. Поинтересуйтесь у эксперта/организации о его грантовой истории, опыте работы с социальными проектами, требуйте подтверждающие документы, узнайте, с какими социальными проектами ему приходилось работать.

- **Членство в профессиональных ассоциациях, принадлежность к научным и научно-образовательным организациям.**

- **Награды, конкурсы, количество выигранных грантов.** На наш взгляд, этот критерий один из определяющих в выборе специалиста в этой сфере. Конкурсы и гранты почти всегда проводят солидные организации, дорожащие своей деловой репутацией, поэтому они отбирают наиболее профессионально оформленные заявки. Наличие регалий у приглашаемого консультанта означает его состоятельность как

специалиста: как правило, такой человек знает все формальные и неформальные (что тоже немаловажно!) требования, предъявляемые к социальным проектам и грантовым заявкам.

- **«Профильное», гуманитарное образование** (обычно под профильным гуманитарным образованием понимается высшее профессиональное образование по таким специальностям, как: «педагогика», «социология», «политология», «менеджмент»).

ПОЧЕМУ СТОИТ ЗАНИМАТЬСЯ СОЦИАЛЬНЫМ ПРОЕКТИРОВАНИЕМ?

- **Самореализация.** Самореализация и самоактуализация – важнейшие потребности любого человека. Деятельность в сфере социального проектирования, общественная работа в целом даёт вам уникальные возможности общаться с интересными, творческими людьми, продемонстрировать свои лидерские способности другим. Кроме этого, возможность расширить круг своих связей за счёт представителей органов власти, бизнеса, творческих коллективов, спорта, СМИ.

- **Повышение своих профессиональных знаний и навыков.** Надо сказать, что многие известные зарубежные компании предпочитают брать на работу людей, имеющих опыт общественной деятельности. Зачастую эти люди обладают такими важными, для потенциального работодателя качествами, как: умение работать в команде, ставить цели и достигать их, креативность, нестандартность мышления. Довольно часто «общественники» занимают топ-менеджерские посты в крупных компаниях, руководят отделами корпоративного PR, работают в кадровых и тренинговых агентствах.

- **Получение материальной выгоды.** Конечно «не хлебом единым сыт человек», но... В настоящее время в нашей стране проводится большое количество конкурсов, в той или иной степени относящихся к социальному проектированию. Практически всегда победители и призёры конкурсных мероприятий получают финансовое вознаграждение за свою деятельность. Также, вполне возможно зарабатывать деньги, занимаясь практическим консультированием общественных организаций, грантовой деятельностью, работая в экспертных комиссиях.

- **Социальное проектирование – это способ изменить реальность вокруг себя.** Как мы уже отмечали, освоив технологии социального проектирования, вы сможете эффективно лоббировать свои интересы в органах власти, легче получать финансовые средства от инвесторов.

РЕСУРСЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

На наш взгляд, основными ресурсами социального проектирования являются четыре составляющие: время, деньги, люди и «связи». Раскроем подробнее каждую составляющую.

- **Время.** Его должно быть ровно столько, сколько необходимо для разработки и реализации социального проекта. Слишком «растянутые» сроки приведут к тому, что процесс проектирования будет постоянно затягиваться: люди будут стремиться «отложить на завтра то, что можно сделать сегодня». И наоборот: дефицит времени приведёт к авральному режиму работы, что неминуемо скажется на качестве «конечного продукта» социального проекта. Поэтому, после составления плана-графика, посчитайте, сколько времени вам необходимо для выполнения конкретной операции, перемножьте на количество операций. К полученному результату прибавьте так называемые «рисковое время», время которое уйдёт на непредвиденные обстоятельства (согласование документации, форс-мажорные обстоятельства, связанные с возможностью болезни, отъездом необходимых вам людей).

- **Деньги.** Как говорил один из философов, «деньги бывают плохими господами, но бывают хорошими слугами». Ещё до этапа разработки необходимо «прикинуть», в какую сумму обойдётся весь социальный проект. Реализовывать социальный проект целесообразно, если найдены необходимые финансовые средства.

- **Люди.** Задача хорошего «социального проектировщика» - собрать достаточно профессиональную команду, члены которой сочетали бы в себе как «романтический настрой», стремление помочь обществу, так и практический опыт общественной деятельности, навыки в сфере социальных наук.

- **«Связи».** Не будем кривить душой: как и в любом другом виде деятельности, необходимые связи в бизнесе, органах власти, СМИ, научных кругах существенно облегчают процесс разработки и реализации любого социального проекта. «Связи» помогут вам: обеспечить финансирование социального проекта, получить рекомендации, осветить проектные мероприятия в СМИ. В связи с этим, наш вам совет: заранее наработывайте связи с различными организациями и лицами.

КАК РАЗРАБОТАТЬ ПРОЕКТНУЮ ИДЕЮ?

Идея социального проекта – это отправная точка. С той идеей, которую вы придумаете на этом этапе, вам придётся работать достаточно длительный срок.

Приведём некоторые способы, позволяющие сформулировать интересную проектную идею.

Метод «мозгового штурма».

Техника проведения «мозгового штурма» заключается в реализации следующих шагов:

1. формирование группы людей различных профессий, опыта, возраста, пола;
2. подготовка помещения для проведения «мозгового штурма»;
3. постановка конкретной задачи для обсуждения;
4. участники могут выдвигать любые, даже самые нереальные идеи, критика идей и участников не допускается;
5. все идеи записываются на специальной доске;
6. после перерыва начинается сужение совокупности придуманных мыслей, их структурирования;
7. формируется две-три рабочих идеи социального проекта.

Метод «вживания в роль».

Умение поставить себя на место целевой аудитории социального проекта – важная черта грамотного «проектировщика». «Что бы было, если я был... ребёнком, молодым родителем, лидером общественной организации и т.д.» - в зависимости от цели вашего проекта.

Метод синектики.

Метод синектики заключается в применении ассоциативного мышления. Для применения синектического метода собирается группа из 5-7 человек, которые начинают перебирать различные аналогии с подлежащей решению проблемой. В синектике допускается представление вещей, явлений такими, какими они не являются на самом деле.

Большое значение придаётся так называемым «двигательным» аналогиям. Часто предлагается провести аналогию между отдельной частью тела и элементом системы, либо представить себя на её месте.

Морфологический анализ

Несмотря на слегка пугающее название, метод прост и эффективен. Его суть заключается в том, чтобы выделить существенные переменные системы, затем перечислить значения выделенных переменных. На последнем этапе осуществляется перебор всех возможных сочетаний этих значений. Сложно? Давайте проиллюстрируем на примере.

Рис. 1. Пример проведения морфологического анализа

Независимая переменная	Значения переменной
1. Цвет изображения	1. Чёрно-белое 2. Одноцветное 3. Трёхцветное ... 4. Семицветное

2. Размерности изображения	1. Плоское изображение 2. Объёмное изображение
3. Градация яркости	1. Непрерывное 2. Дискретное (оцифрованное)
4. Звуковое сопровождение	1. Без звука 2. Монауральный звук 3. Стерефонический звук
5. Передача запахов	1. Без передачи запахов 2. С сопровождением запахов
6. Обратная связь	1. Без обратной связи 2. с Обратной связью

Как отмечают авторы книги «Основы системного анализа» Ф.И.Перегудов и Ф.П. Тарасенко, «эта таблица порождает $8*2*2*3*2*2*2 = 384$ различные возможные системы.

Деловые игры.

Суть данного метода заключается в имитационно-ролевом моделировании реальных социальных процессов. С помощью деловых игр можно выявить «положительные и отрицательные стороны сложноорганизованных социальных мероприятий, смоделировать процесс принятия решений.¹

Кладезь мудрости. Уравнения Снейфу.

- 1. В задаче из N уравнений всегда будет N+1 неизвестная.**
- 2. Самый необходимый предмет или самая необходимая информация будут наименее доступны.**
- 3. Как только вы испробуете все возможные способы решения и не найдете подходящего, тут же найдется решение, простое и очевидное для всех других людей.**

¹ См. об этом подробнее: Перегудов Ф.И., Тарасенко Ф.П. Основы системного анализа. Томск. 2001. Изд-во НТЛ. С. 334 – 354.

ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

- **Этап анализа социальной среды, постановка проблемы.** На данном этапе проводится мониторинг социальной среды, выявляется проблемное поле, мнения экспертного сообщества относительно проектной идеи, идёт сбор статистической информации.
- **«Паспортизация» социального проекта.** В рамках этапа идёт подготовка предложений потенциальным спонсорам, органам власти, партиям и т.д., разрабатывается схема управления проектом, постановка целей, задач, определяется целевая аудитория.
- **Разработка социального проекта.** Написание социального проекта по одной из предложенных схем.
- **Корректировка социального проекта.** Практика показывает: даже самый идеальный социальный проект нуждается в постоянной корректировке - исправление плана-графика, внесение изменений под влиянием финансовых ресурсов и т.д. Стоит заметить, что обо всех изменениях в проекте должны быть заранее проинформированы все организаторы и заинтересованные стороны.
- **Коллективная рефлексия.** В ходе этого этапа проходит «разбор полётов»: обсуждение и анализ ошибок, затруднений, перспектив реализации социального проекта.

СБОР МАТЕРИАЛОВ ПО ПРОБЛЕМАТИКЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

- **Данные СМИ и сети Интернет.** Для анализа социальной проблемы подходят любые виды СМИ: ТВ, радио, печать, крупные Интернет-сайты. Большим плюсом для социального проекта станут ваши собственные публикации/выступления в СМИ по проблеме вашего социального проекта, которые обязательно необходимо приложить в свое портфолио.
- **Материалы служб опросов общественного мнения, данные статистики.** Как говорили незабвенные классики, «статистика знает всё», и доля истины в этой фразе есть: статистика наглядно показывает членам экспертных советов, потенциальным инвесторам количественные характеристики предлагаемой социальным проектом услуги/продукта, специфику целевой аудитории проекта, места проведения проектных мероприятий и т.п. Социологические опросы обычно служат для демонстрации актуальности предложенной в социальном проекте проблемы, методов её решения.
- **Мнения** (зафиксированные на видео-, аудионосителях, письменном виде, в материалах прессы, на официальных Интернет-сайтах и пр.) лидеров общественного мнения, известных политиков, бизнесменов, деятелей культуры и науки, лиц, являющихся экспертами в проблеме вашего социального проекта.
- **Данные архивов, исторические документы.** Часто, особенно при написании социальных проектов в сфере культурной деятельности, реконструкции памятников культурного наследия, патриотического воспитания граждан и пр., приходится обращаться и к историческим документам.
- **Фотобанки и фотогалереи.** Для получения качественного иллюстративного материала, визуализации проблемы, можно обратиться к специализированным фотобанкам, фотогалереям.
- **Нормативно-правовые акты (проекты или уже принятые).** Любой социальный проект должен согласовываться с действующим правовым полем, опираться на правовой базис. Кроме того, именно в нормативно-правовых актах зачастую содержится информация о стратегических линиях развития той или иной отрасли, объекта, целевой группы, правилах поведения и развития относительно них. Всё это может послужить хорошим справочным материалом при формировании текста социального проекта.
- **Материалы научных исследований, монографии.** Ссылки на фундаментальные исследования по теме вашего социального проекта на фундаментальные труды – показатель вашей эрудированности и профессиональной состоятельности. В экспертных советах, оценивающих социальные проекты, как правило, всегда находятся несколько человек, имеющих непосредственное отношение к научным исследованиям (вузовские преподаватели, руководители крупных консалтинговых, исследовательских организаций), поэтому умение работать с научными источниками – важный критерий при оценке социальных проектов.
- **ГОСТы, патенты, техническая документация.** Как и научные исследования – это показатель ваших умений работать с массивами информации, вычленять из них наиболее важные моменты. Данные документы помогут вам продемонстрировать критерии оценки качества конечного продукта/услуги вашего социального проекта, показать опыт предшествующих разработок в этой сфере, понять суть затрат на социальный проект.
- **Наблюдения.** Во многих случаях, человек, обладающий специальными познаниями в определённой сфере, может составить вполне адекватную картину происходящих событий, явлений окружающего мира. Ваши наблюдения могут служить ценным источником получения новой информации для социального проекта. Экспертные советы высоко оценивают опыт самостоятельных наблюдений, отмеченных в социальном проекте.

ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

В современном, динамично развивающемся социуме существует огромное количество проблем, многие из которых нуждаются в безотлагательном решении. Взявшись за проектную деятельность, вы пытаетесь показать, что излагаемая проблема реально существует, востребована определённой частью общества (целевой группой вашего проекта), либо вы можете показать, что после проведения проектных мероприятий данная проблема будет воспринята как жизненная и нуждающаяся в решении. В качестве подтверждения актуальности социального проекта вы можете:

- Привести данные статистики, социологических исследований (социологическое исследование, проведённое N организацией на X территории показало, что...).
- Подкрепить своё мнение об актуальности проекта:
 - мнением (-ями) авторитетных персон, ссылками на серьёзные научные исследования, местные, региональные и федеральные нормативно-правовые акты;
 - подписями и официальными письмами представителей общественности;
 - материалами СМИ (печатными, ТВ, радио, Интернет-ресурсами).

Кладезь мудрости. Актуальность теории определяет бытие, а не способность или желание социума к её приятию или неприятию. Евгений Леванов

Стоит также заметить, что на все вышеперечисленные материалы должна быть оформлена ссылка, либо завизированы подписи. При необходимости, весь материал можно визуализировать, снабдив его иллюстративным ресурсом.

При формировании актуальности и постановки проблемы необходимо не забыть и тех, кто занимался схожими исследованиями, проектами до вас. Показывая степень разработанности темы вашего социального проекта вы, тем самым, демонстрируете свою научную состоятельность, компетентность в теме. После этого, вы можете обосновать, почему вышеприведённая научная, социальная деятельность может оказаться недостаточной для решения поставленной проблемы, а также чем отличается ваше предложение от предыдущих.

В заключении можно отметить методологическую, теоретическую, технологическую базы, на которых строится ваш социальный проект. Допустимо и в одном-двух абзацах отметить, что проект будет реализовываться устойчивой, компетентной командой, имеющей определённые достижения в этой сфере.

КЕЙС

Для участия во Всероссийском конкурсе авторских социально-экономических проектов, был разработан проект по повышению электоральной активности молодёжи «Гражданская позиция». Основной идеей проекта было привлечение внимания молодёжи, при помощи реализации спецмероприятий, к активной позиции в мире политики. Для обоснования актуальности был составлен следующий текст (печатается с сокращениями):

С распадом прежней политико-идеологической системы, появилась неопределённость относительно методик повышения электоральной активности населения: прежние административные и агитационные средства абсолютно не эффективны в современных реалиях, новые же методики остаются в стадии становления.

Большинство проектов, ставящих целью увеличение электоральной активности, можно разделить на следующие виды:

- Организация и проведение конкурсов, задающих ролевой ситуацией избирательный процесс, деятельность депутатов, высших должностных лиц региона/муниципального образования.

- Проведение круглых столов и конференций.

- Организация полномасштабных PR и рекламных акций, пропагандирующих электоральную активность населения.

Очевидно, что подобные мероприятия не могут кардинально изменить ситуацию в данной сфере, поскольку не представляют собой целостную систему, воздействующую на политическое сознание человека, не способны развить критическое осмысление политической реальности, выработать операциональный опыт человека, относительно конкретных политических ситуаций.

На сегодняшний день становится всё более понятным: электоральная активность должна идти не только по пути количественного увеличения, но и иметь своё качественное измерение, то есть осознанную ориентацию человека в мире политики, основанную на знаниях, навыках, умениях, субъективном опыте человека.

Социологические исследования показывают, что существует достаточно жёсткая корреляция между образовательным уровнем человека и уровнем его электоральной активности. Так, среди молодёжи, имеющей среднее образование, внимательно следят за политикой только 8,2%, среди имеющих высшее образование - 18.4%, а среди окончивших аспирантуру или обучающихся в ней уже - 40. 9%.² Именно образование, как целенаправленная социализация личности, позволяет человеку делать осознанный выбор в мире политики, эффективно противодействовать манипуляциям со стороны недобросовестных политических агентов, повышать мотивацию к участию в политических процессах всех уровней.

Самой сложной является, конечно, ситуация с электоральной активностью молодого поколения. По свидетельству разработчиков Стратегии государственной молодёжной политики в РФ, «в выборах федерального уровня участвует менее половины молодых россиян, лишь 33% молодых граждан в возрасте до 35 лет интересуется политикой».³ При этом необходимо отметить: комплексно исправить ситуацию сможет только систематическое проведение мероприятий, адаптированных к специфике политического сознания, уровню образования, возрасту различных групп молодёжи.

Методологической базой Проекта является философия образования Дж. Дьюи. В соответствии с его концепцией, мышление, способность понимать окружающий мир зависит от специфики жизненного опыта. Дж. Дьюи вводит категорию «рефлексивный опыт»: совокупность мыслительных процедур (интерпретаций событий, изучение объекта, ситуации, разработка гипотез), которые возникают на основе жизненного опыта. Таким образом, одним из главных условий образовательной деятельности является моделирование ситуаций, при помощи которых человек может приобрести рефлексивный опыт.⁴

Данный проект предполагает систему тренингов, семинарских занятий, в рамках которых обучающимся будет предложено самим сформировать ценностную систему, субъективную систему политического знания.

Все проектные мероприятия будут реализовываться командой политологов, социологов, юристов, имеющих практический опыт в этой сфере (реализация

² См. об этом подробнее: Ю.Г. Волков, В.И. Добренков. Социология молодёжи. Учебное пособие. Ростов н/Д. Феникс. 2001. С. 435.

³ Стратегия государственной молодёжной политики в Российской Федерации//Эффективная молодёжная политика. Из опыта управления и реализации молодёжной политики в Российской Федерации. М. ИМСГС. 2007. С. 6.

⁴ См. об этом подробнее: Дьюи Дж. Демократия и образование. Пер. с англ. М. Педагогика- Пресс. 2000. 384 с.

конференций, круглых столов, олимпиад, Лагеря по гражданскому и политическому образованию «Полития» - проект удостоен первого места на Всероссийском конкурсе лидеров и руководителей детских и молодёжных общественных объединений «Лидер 21 века»).

Если обоснование актуальности и постановка проблемы у вас занимает более двух страниц печатного листа целесообразно сделать краткие выводы, оформив их в виде тезисов.

Вопросы для самопроверки:

1. В каких сферах может применяться социальное проектирование? Приведите по одному-два примера для каждой сферы.
2. Какие функции социального проектирования вы знаете? Охарактеризуйте каждую из функций?
3. Из каких модулей (разделов) состоит социальный проект?
4. Приведите примеры наиболее часто встречающихся ошибок и заблуждений при составлении социального проекта.

Задание. Одна из политических партий, действующих на территории вашего муниципального образования, объявила грант на разработку проекта по благоустройству (посадка аллеи, строительство детской площадки, зоны отдыха). Вы приглашены как внешний консультант, специализирующийся на социальном проектировании. Попробуйте понять, при помощи каких данных и источников вы будете обосновывать актуальность социального проекта.

ПОСТАНОВКА ЦЕЛИ И ЗАДАЧ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Цель социального проекта – это стратегическая «конечная точка», которая должна быть достигнута благодаря реализации данного социального проекта.

Целью проектам могут быть:

- Предоставление/разработка определённой услуги.
- Разработка нового продукта.
- Получение коммуникативной модели.
- Моделирование среды.

Для оценки цели социального проекта удобно использовать специальный SMART-тест (аббревиатура, образованная от слов: S (specific) – конкретность, M (measurable) - измеримость, A (achievable) - достижимость, R (rewarding) - выгодность, T (time bound) – временные рамки.

Рис.2. SMART- тест

S	Конкретность
M	Измеримость
A	Достижимость
R	Выгодность
T	Временные рамки

Рис.3. Вопросы для самоконтроля при формировании целей социального проекта

S (конкретность)	Достаточно ли чётко сформулированы цели, задачи, механизм реализации социального проекта? Понятен ли текст и его логическая структура?
M (измеримость)	В каких единицах измерения будет происходить аудит социального проекта? Каким образом будет происходить процедура оценки социального проекта? Кто будет заниматься оценкой социального проекта (сами организаторы), внешние аудиторы?
A (Достижимость)	Соответствуют ли поставленные цели возможностям организации? Приемлемы ли выдвинутые условия реализации социального проекта возможностям вашего инвестора/грантодателя?
R (Выгодность)	В чём заключается выгода целевой аудитории? Что бы было, если ваш проект не был реализован? В чём заключается выгода инвесторов/грантодателей? Ваша личная мотивация?
T (Временные рамки)	Достаточны ли временные рамки для реализации социального проекта? Имеется ли в наличии «запас времени» в случае возникновения форс-мажорных обстоятельств? Не получился ли социальный проект «растянутым» во временных рамках? Кто будет заниматься контролем за соблюдением и корректировкой плана-графика проекта?

Кроме этого: цели должны соответствовать требованиям и интересам инвестора/грантодателя, а также реальным возможностям вашей организации, лиц, участвующих в реализации проектных мероприятий.

Из целей социального проекта логически вытекают задачи. Задачи – это тактические шаги, которые следует решать для того, чтобы достигнуть цели проекта.

Задачами социального проекта могут быть, к примеру:

- Реализация проектных мероприятий.
- Разработка продукта/услуги.
- Привлечение целевой аудитории для реализации проекта.
- Постановка темы социального проекта в информационную повестку дня.

Для понятности можно использовать таблицу, которая демонстрирует какое мероприятие соответствует поставленной задаче.

Рис. 4. Таблица соответствия целей и мероприятий в социальном проекте

Задача №1	Мероприятие №1
Задача № 2	Мероприятие №2
Задача N	Мероприятие X

Вопросы и задания для самоконтроля:

- 1) Что может быть целью социального проекта?
- 2) Чем отличаются «цель» и «задачи» применительно к социальному проекту?
- 3) В чём заключается суть методики SMART? Какие индикаторы используются для оценки целей социального проекта?

Задание для самопроверки:

Вы являетесь инициатором проведения конкурса красоты в учебном заведении своего города.

Какова может быть цель данного мероприятия? Постарайтесь выделить задачи социального проекта (не менее четырех задач).

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Из всего множества социальных общностей, «проектировщик» должен уметь выделить те, которые смогут быть непосредственными «потребителями» конечных результатов социального проекта.

Очень часто разработчики путают два таких понятия, как целевая аудитория проекта и заинтересованные стороны. В отличие от целевой группы, заинтересованные стороны не являются непосредственными «потребителями» результатов реализации проектных мероприятий.

К примеру, вы разрабатываете социальный проект, целью которого является открытие новой детской площадки в вашем микрорайоне. Попробуем вместе выделить потенциальные заинтересованные стороны и непосредственно целевую группу проекта, разделив их при этом.

Рис.5. Заинтересованные стороны и целевая группа социального проекта

Заинтересованные стороны	Целевая группа социального проекта
Люди, имеющие детей в возрасте до 7 лет, депутаты данного избирательного округа всех уровней, местные отделения политических партий, общественные организации и благотворительные фонды, профильные органы государственной власти, спонсоры (как частные, так и в рамках отдельных предприятий и фирм).	Дети до 7 лет, проживающие в данном микрорайоне.

В теории и практике маркетинга существует множество подходов к выделению целевых групп социального проекта, приведём некоторые из них:

1. **Географический** - выделение целевых групп социального проекта на основе территориального принципа. На основе данного принципа строится большинство проектов по благоустройству мест проживания.

2. **Социально-профессиональный подход** – выделение людей, занимающихся определённой профессиональной деятельностью. В качестве примера, иллюстрирующего данный подход, можно привести проекты, направленные на повышение квалификации сотрудников различных компаний, образовательного уровня студентов определённой специальности.

3. **Имущественный подход** – позволяет выделить определённые группы людей в зависимости от их финансового положения. На основе подобного подхода удобно формировать целевые группы для благотворительных акций.

4. **Подход, опирающийся на членство людей в определённых организациях** (профсоюзы, организации «по интересам» и т.д.). Большинство социальных проектов по организации и проведению конференций, симпозиумов, круглых столов выделяют целевые группы по этому принципу.

5. **Подход, делящий людей в зависимости от их способности и возможности влиять на процесс принятия социально значимых решений.** В каждом социуме есть референтные группы, группы, чьи ценности и мнения важны для других, группы имеющие ограниченное влияние на выработку решений и группы, не оказывающие практически никакого прямого влияния на этот процесс. Как правило, такие группы нуждаются в особой социальной поддержке.

6. **Ценностный подход**, на наш взгляд, наиболее эффективен подход, используемый при обозначении целевых групп. Жёсткие рамки предыдущих подходов

не позволяют адекватно выделять целевую аудиторию социального проекта: так, например, социальный проект, ставящий в качестве конечного результата поддержку определённой экосистемы, может быть интересен не только профессиональным экологам, но и людям, разделяющим экоценности, обладающих высокой экологической культурой.

На практике, данные подходы сочетаются друг с другом: большинство проектировщиков используют комбинацию этих подходов при выделении целевых групп.

Вопросы и задания для самоконтроля:

- 1) Сформулируйте определение понятия «целевая аудитория».
- 2) В чём заключаются основные различия между понятиями «заинтересованная сторона» и целевая аудитория, применительно к социальному проекту?
- 3) Вспомните подходы, которые применяются для выделения целевых аудиторий.

PR И РЕКЛАМА СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА.

НАПИСАНИЕ МЕДИА-ПЛАНА.

У каждой организации, работающей в сфере социального проектирования, рано или поздно встаёт вопрос: «Есть ли необходимость тратить ресурсы на PR и рекламу своих мероприятий?» На наш взгляд, делать это необходимо при любых обстоятельствах.

Хороший социальный проект является достаточно мощным информационным поводом, охотно освещаемым региональными СМИ.

Осуществление PR и рекламы социального проекта может идти через несколько каналов:

- Реализация системы спецмероприятий.
- Работа с межличностной коммуникацией.
- Работа со СМИ: привлечение ТВ, радио, Интернет-ресурсов, печатных изданий для бесплатного размещения информации о проекте.
- Разработка и размещение рекламы на ТВ, радио, в печатных изданиях, Интернет-ресурсах, на специальных рекламных площадях.
- Проведение выставок/презентаций (event-marketing), применение технологии «продакт-плейсмент» (Product – Placement).

Раскроем эти пункты подробнее.

Реализация системы спецмероприятий.

Под спецмероприятием, прежде всего, понимают разработку и реализацию креативных мероприятий, способных привлечь внимание к самому социальному проекту. Подобная нестандартность обязательно будет оценена социальными партнёрами/инвесторами проектов. При реализации спецмероприятий возможно использовать логотип, символику компании. Этот нюанс увеличивает шансы на поддержку проекта. К таким спецмероприятиям могут относиться:

- **Проведение флеш-мобов.** Сама технология появилась после публикации статьи Говарда Рейнольда «Умная толпа» («Smart mob: The next social revolution»).
- **Использование театрализованных шоу-пикетов, шествий и т.д.** К примеру, в ходе одной из избирательных кампаний, которой мы руководили, в качестве раздатчиков агитационных листовок и буклетов были использованы всадники на конях, в шапках - «будёновка» и накидках. Всё это значительно подогрело интерес к мероприятию.
- **Привлечение неформальных движений.** Привлечение к проекту таких неформальных группировок, как рок-музыканты, панк-движения, рэперы - могут существенно повысить популярность проводимых мероприятий в молодёжной среде.
- **Оказание серии мелких услуг целевой группе проекта.** Услуга может быть весьма символической, но также интересной целевой аудитории проекта. Так, на День Российского флага, в качестве приёма привлечения внимания регулярно организуется фотографирование всех желающих на фоне «триколора» с мгновенной печатью фотоснимков.

Опасность использования таких технологий состоит в том, что часто они начинают подменять сам социальный проект.

Работа с межличностной коммуникацией.

Иногда целевая аудитория проекта довольно невелика, либо слишком разбросана в пространстве. В этом случае, используют межличностную коммуникацию. Для этих целей уместно применять такие формы, как:

- **Интернет-блоги, форумы, социальные сети.** На них может располагаться информация о готовящихся мероприятиях, кроме того, есть возможность отвечать на вопросы в режиме on-line.
- **«Живое общение» на собраниях, в местах общего сбора активистов общественных организаций.**
- **Управление слухами.**

Работа со СМИ

В принципе, работать со СМИ можно используя две идеальные модели:

- **Рекламной, иначе «Джинса».**
- **Технологией PR.**

У каждой из вышеприведённых моделей есть свои положительные и отрицательные стороны.

Рис.6. Положительные и отрицательные стороны использования двух моделей отношений со СМИ

	Положительные стороны	Отрицательные стороны
Реклама	Публикуется довольно оперативно, есть возможность значительной коррекции содержания материала под интересы заказчика; заказчик сам выбирает издание, канал, наиболее отвечающие интересам целевой аудитории социального проекта, заказчик может увеличить площадь публикуемого материала, его временную продолжительность. В случае необходимости, вы можете повторить материал (или сделать серию материалов) в интересующем вас издании или канале.	Некоторые издания, дорожающие своей деловой репутацией, публикуют подобные материалы с пометкой «реклама» (или идентичным пометкам), за публикацию материалов придётся платить.
PR	Публикация/вещание материалов полностью бесплатна, сам факт публикации/вещания является признанием социальной актуальности вашей деятельности, проекта в целом. Подобные материалы не выходят с пометкой «реклама» (или идентичным им). Используя технологии PR вы налаживаете эффективные коммуникации с журналистским сообществом, что может сказаться на вашей последующей социальной деятельности.	Небольшие возможности выбора издания, канала; публикация не на первых полосах или в прайм-тайм; и, как правило, приложение больших организационных усилий на поддержание отношений со СМИ.

Остаётся заметить, что практически ни один уважающий себя грантодатель/инвестор или социальный партнёр не станет проплачивать рекламную площадь за счёт своих средств. Поэтому, если вы даже нуждаетесь в пресловутой «джинсе», не пишите об этом в проекте: за неё всё равно придётся платить самим.

Отправной точкой для начала работы со СМИ является разработка и рассылка **пресс-релизов.**

Дополнениями к пресс-релизу могут быть:

- Сведения со статистическими данными, социологическими исследованиями.
- Занимательная история.

Разнообразными могут быть и формы работы со СМИ. Если ваши проектные мероприятия предполагают работу с обширными целевыми группами, могут вызвать широкий общественный резонанс, то, помимо стандартного приглашения журналистов, допустимо применение и иных форм работы со СМИ:

- Пресс-конференция.
- Журналистская экскурсия.

Несколько полезных советов по ведению деятельности над PR и рекламой социального проекта:

- Старайтесь активнее использовать PR технологии: они позволяют вам сэкономить финансовые средства.
- Заранее распланируйте медиа-план социального проекта.
- При выборе рекламных средств ориентируйтесь на те каналы, которые максимально отражают интересы целевой аудитории вашего проекта.

При формировании **медиа-плана** необходимо учитывать следующие факторы:

- Размер и характеристики аудитории, до которой вы хотите донести информацию о социальном проекте.
- В каких СМИ вы планируете поместить информацию.
- Сроки/частота появления информации о социальном проекте в СМИ.
- Какова стоимость «платных» рекламных сообщений.
- Кто отвечает в организации за реализацию медиа-плана.

Социальная реклама

Многие рекламные компании и СМИ охотно становятся информационными спонсорами социальных мероприятий, поэтому разошлите предложения о сотрудничестве в крупнейшие рекламные компании, СМИ. Если проект интересен, у вас есть шанс разместить рекламу бесплатно, на площадях, зарезервированных за компанией-партнёром. В тоже время, помните о разумном размере ваших просьб. Обязательно продумайте ответные меры, направленные на PR вашего спонсора, помните «долг платежом красен». Такими мерами могут быть: размещение рекламы организаций-партнёров во время реализации проектных мероприятий, размещение логотипов партнёров в буклетах, Интернет-сайте и пр.

Знаете ли Вы что...

В 1987 году Америка начала работу по проведению самых известных и высокобюджетных социальных кампаний: «Трезвость за рулем», «СПИД. Это может случиться с тобой», «Просто скажите: «Нет» (против наркотиков). Тема наркотиков, поднятая инициативной группой как начало масштабной PR-акции, вышла впоследствии на уровень общегосударственной проблемы. Изначально коалиция «Рекламное товарищество по освобождению Америки от наркотиков», состоящая из более чем 200 рекламных агентств, начала акцию, рассчитанную на 3 года (бюджет ее составлял 1,5 млрд. долларов). В акции были задействованы сотни публикаций в газетах и журналах, более 50 вставок на телевидении и радио. Эфирное время и рекламные площади в размере 500 миллионов долларов в год средства массовой информации предоставили бесплатно.

«Продакт-плейсмент»

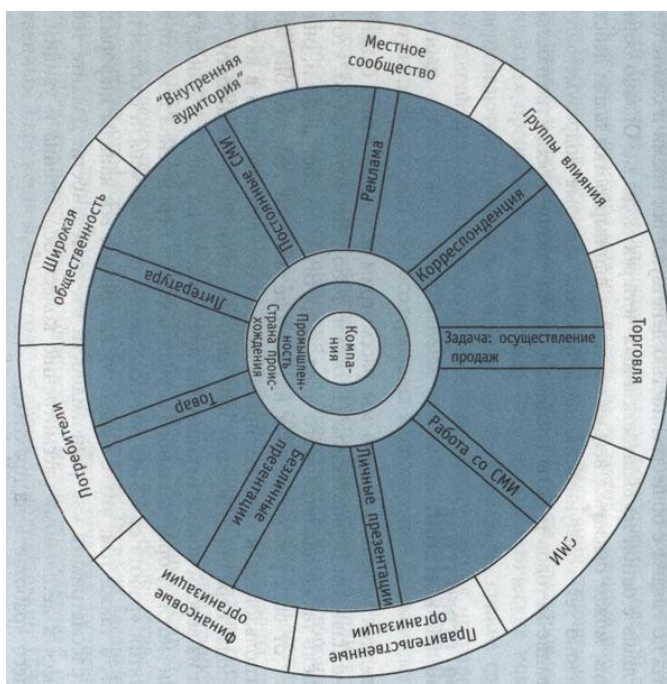
Эта технология подразумевает продвижение программных мероприятий за счёт выпуска фильмов, брошюр, книг, раскрывающих основные идеи социального проекта. К примеру, различные организации, занимающиеся профилактикой ВИЧ-инфекции, потребления наркотиков, часто выпускают фильмы, соответствующей тематики. Демонстрация подобной документальной хроники среди школьников и студентов, как правило, производит большой эффект. Уровень узнавания организации, выпустившей кинофильм, кратко повышается. Поэтому, если вы располагаете необходимыми финансовыми средствами, то вполне можете сделать презентационный фильм о вашем социальном проекте. Обратитесь в местный журфак вашего ВУЗа, часто студенты этой специальности с удовольствием снимают такие вещи: и для практики хорошо, и деньги получают.

«Внутренний» PR в рамках социального проекта

При написании «масштабных» социальных проектов далеко не лишним является и проработка механизмов так называемого «внутреннего PR» (т.е. PR, нацеленного непосредственно на организаторов/сотрудников, которых планируется задействовать в ходе реализации социального проекта). Поэтому заранее продумайте следующие моменты:

- Каким образом вы будете производить подбор сотрудников для социального проекта?
- Как будет осуществляться мотивация организаторов социального проекта?
- При помощи каких механизмов будет поддерживаться организационная культура?
- Как будет выстраиваться внутренняя коммуникация при реализации социального проекта? (Общие собрания, личные и групповые беседы, рассылка информационных материалов, доска объявлений, при помощи системы «интранет», видеоконференций.)

Кладезь мудрости. Закон Оулда и Кана: «Эффективность совещания обратно пропорциональна числу участников и затраченному времени».



ПЛАН-ГРАФИК СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Существует два основных способа разработки плана-графика социального проекта:

- **Сетевой план-график.**
- **Диаграмма Ганта.**

Описание операции	Календарные единицы	Временные рамки проекта				
		Период 1	Период 2	Период 3	Период 4	Период 5
Фаза 1	120	[Горизонтальная черная полоса, охватывающая все пять периодов]				
Пакет работ 1.1	87	[Горизонтальная белая полоса с черной обводкой, охватывающая Периоды 1, 2 и 3]				
Пакет работ 1.2	53	[Горизонтальная белая полоса с черной обводкой, охватывающая Периоды 1 и 2]				
Пакет работ 1.3	53			[Горизонтальная белая полоса с черной обводкой, охватывающая Периоды 3, 4 и 5]		

Для разработки плана-графика необходимо выполнить следующие действия:

- Составить список необходимых операций, взаимосвязи между ними.
- Определить сроки и ответственных лиц, возможности корректировки плана-графика.
- Утверждение плана-графика.

При формировании плана-графика необходимо исходить из ваших реальных возможностей: обязательно сделайте «запас» времени, продумайте дополнительные кадровые возможности, ведь в проекте, как правило, задействовано большое количество людей, в любой момент вы должны иметь возможность заменить выбывшего члена команды.

Кладезь мудрости. Аксиома Дехая

Простую работу откладывают, считая, что всегда найдется время сделать ее позже

Оформить данный раздел можно также в традиционном табличном виде:

Рис.7. План-график социального мероприятия

№	Наименование мероприятия	Сроки	Ответственные лица/организации
1.	Мероприятие «Х»	10 декабря 2009 г.	Иванов, Петров
2.	Мероприятие «У»	12 декабря 2009 г.	Козлов, Сидоров
xx	Мероприятие «xxx»	Число, месяц, год	xxxxxxxxxxxxxxxxxx

Вопросы и задания для самоконтроля:

1) Какие два основных способа разработки плана-графика социального проекта вы знаете? В чём заключаются различия между ними?

Задание для самопроверки:

Вместе с активистами местных экологических организаций вы решили благоустроить прилегающую к вашему дому территорию: посадить саженцы, разбить несколько клумб, сделать детские качели и турник. Финансирование проекта взял на себя один из депутатов законодательного собрания региона, при условии, что реализацию проектных мероприятий вы возьмете на себя. Возьмите лист бумаги и попробуйте написать примерный план-график данного социального проекта.

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Любой инвестор/грантодатель, партнёр социального проекта обязательно хочет знать, как будут оцениваться конечные результаты проектных мероприятий.

Перед началом разработки механизмов аудита вы должны ответить на следующие вопросы:

- Какие количественные и качественные индикаторы будут использоваться при оценке эффективности социального проекта?
- Каковы сроки проведения мониторинга?
- Их кого состоит круг лиц, ответственных за оценку эффективности социального проекта, формирование отчёта по итогам аудита

Для выработки адекватных количественных и качественных индикаторов удобно использовать методические рекомендации, разработанные Министерством финансов и Министерством экономического развития и торговли Российской Федерации.

Рис. 8. Основные требования к индикаторам эффективности

Требование к индикатору (показателю)	Обоснование
Сфокусированность	Количество показателей для цели, как правило, не должно быть больше трех.
Адекватность	Показатель должен очевидным образом характеризовать процесс в достижении цели.
Достоверность	Способ сбора и обработки исходной информации должен допускать возможность проверки точности полученных данных.
Однозначность	Определение показателя должно обеспечивать одинаковое понимание существа измеряемой характеристики, как специалистами, так и конечными потребителями услуг.
Экономичность	Получение отчётных данных должно производиться с минимально возможными затратами.
Сопоставимость	Выбор показателей следует осуществлять исходя из необходимости непрерывного накопления данных и обеспечения их сопоставимости за отдельные периоды времени.
Ориентироваться на результат	Использование показателей общественно значимых результатов, характеризующих удовлетворение потребностей внешних потребителей.

В качестве индикаторов социального проекта могут быть применены самые различные индикаторы. Выбор показателей зависит от корректного социального проекта. В нижеприведённой таблице мы приведём наиболее часто встречающиеся показатели.

Рис. 9. Часто встречающиеся индикаторы эффективности социального проекта

№	Индикатор	Количественная характеристика индикатора	Конечный результат
1	Уровень удовлетворённости целевой группы (методом анкетирования)	Уровень удовлетворенности не менее X % от числа опрошенных	Выполнено/не выполнено, выполнено частично

2	Отзывы экспертного сообщества о социальном проекте и его результатах	Не менее X отзывов	Выполнено/не выполнено, выполнено частично
3	Количество участников социального проекта	Не менее X участников	Выполнено/не выполнено, выполнено частично
4	Количество единиц продукции, полученной в ходе реализации социального проекта	Не менее X единиц	Выполнено/не выполнено, выполнено частично
5	Количество публикаций, репортажей о ходе реализации социального проекта	Не менее X количества публикаций, репортажей за очерченный период	Выполнено/не выполнено, выполнено частично
6	Уровень реализованности социального проекта	Реализован полностью/реализован частично	Выполнено/не выполнено, выполнено частично
7	Структурные изменения в целевой группе, в инфраструктуре, окружающей среде	Создано X объектов инфраструктуры, повышен уровень знаний, навыков, умений населения.	Выполнено/не выполнено, выполнено частично

Кладезь мудрости. Теорема Вышковского

Независимо от единиц измерения, используемых поставщиком или покупателем, производитель будет использовать свои собственные произвольные единицы измерения, переводимые в единицы поставщика или покупателя с помощью странных и неестественных коэффициентов пересчета.

Вопросы и задания для самоконтроля:

- 1) Какие требования к индикаторам эффективности социального проекта вы знаете?
- 2) Приведите несколько примеров количественных и качественных индикаторов эффективности социального проекта.

Задание для самопроверки:

В рамках конкурса мини-грантов группой школьников сельского поселения был разработан социальный проект «Организация видеоклуба для школьников». Суть такова: в местном Доме культуры в дни школьных каникул организуются видеопказы, рассчитанные на подростков 10-18 лет. Предполагаемое финансирование: администрация сельского поселения, несколько мелких бизнесменов. Какие, на ваш взгляд, индикаторы оценки эффективности социального проекта могут быть применены в данном случае.

СХЕМА УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМ ПРОЕКТОМ

Многие социальные проекты разрабатываются и реализуются на «самотёке». Организаторы мало взаимодействуют между собой, функции и полномочия становятся малопонятными и размытыми, что, в конечном итоге, ведёт к «завалу» всех проектных мероприятий.

Во избежание такой ситуации планируйте **заранее** схему управления социальным проектом.

Рис.10. Функции, необходимые для разработки механизма управления социальным проектом

№	Наименование функции	Краткое содержание
1.	Общего руководства	Координация разработки и реализации социального проекта, фандрайзинг
2.	Исполнительная	Непосредственная реализация программных мероприятий
3.	Информационная	Разработка информационных поводов, рассылка материалов для СМИ, формирование подборки с материалами СМИ, встреча журналистов
4.	Контрольная	Контроль за эффективным использованием средств, выделенных на реализацию социального проекта, time-management
5.	Стратегического планирования	Непосредственная разработка социального проекта, аналитических материалов и приложений к нему

В качестве кейса, иллюстрирующего механизм управления, мы выбрали пример, взятый из социального проекта по изданию данного электронно-методического проекта.

КЕЙС

Рис. 11. Схема управления социальным проектом «Издание электронно-методического пособия «Социальный всеобуч»

№	Функция в системе управления проектом	Перечень обязательств, необходимых для реализации данной функции	Наименование ответственной организации, группы физических лиц
1	Организационная	Материально-техническое обеспечение проекта, поиск финансовых средств	Молодёжный парламент Томской области
2.	Информационная	Разработка и рассылка пресс-релизов для СМИ, разработка дизайна и изготовление плакатов А3. Мониторинг информационного пространства и материалов, касающихся освещения хода реализации проекта и пр.	Государственная Дума Томской области, Молодёжный парламент Томской области
3	Стратегическое планирование	Планирование перспектив развития проектных мероприятий, проекта в целом	Авторский коллектив
4	Контроль и мониторинг за ходом реализации программы	Финансово-ресурсный аудит	Грантодатель, Государственная Дума Томской области

Сделайте так, чтобы в вашем социальном проекте были задействованы компетентные люди, максимально взаимодействующие между собой и отвечающие за конкретные направления деятельности. Сотрудники, задействованные в социальном проекте, должны иметь возможность получать всю необходимую информацию, критиковать, выдвигать свои инициативы. Многие западные гуру бизнеса применяют именно такой «сетевой» подход к управлению (см., например, К.Нордстрем, Й. Руддерстреме «Бизнес в стиле фанк»). Одним из первых, кто понял конкурентные преимущества этой управленческой модели, был создатель компании «Майкрософт» Б.Гейтс. В своей книге «Бизнес со скоростью мысли» Гейтс обосновал основные постулаты нового менеджмента. «Отец Майкрософта» позволил своим сотрудникам знакомиться с почти всей информацией о деятельности компании, выдвигать свои предложения, действовать без согласования с вышестоящим руководством. Практика показывает, что такая управленческая логика имеет неизменный успех. Ваша задача - осуществлять «тайм-менеджмент» в социальном проекте, налаживать коммуникацию между отдельными организаторами. Не более! Дайте возможность проявиться инициативе, и вы почувствуете результаты!

Кладезь мудрости. Если у вас дельные, хорошо обученные сотрудники, а вы не привлекаете их к совместному принятию решений, вы понапрасну теряете свое собственное время. Постулат менеджмента.

Вопросы и задания для самоконтроля:

1) Какие функции в системе управления социальным проектом вы знаете? В чём заключается их суть?

2) Что такое «сетевой» способ управления социальным проектом? В чём состоит их преимущество над централизованным способом управления, на ваш взгляд?

ИННОВАЦИОННОСТЬ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

На территории нашей страны разрабатывается и реализуется достаточно большое количество социальных проектов. Многие из них похожи друг на друга. Ваша задача при этом - показать нестандартность нюансов, отдельных деталей проекта. Стоит заметить: как мы уже говорили, обычно авторам достаточно показать, что технологии реализации социального проекта уже апробированы в других регионах, общественных организациях. В тоже время, необходимо продемонстрировать, что же инновационного привнесли именно вы в социальный проект.

Для того чтобы это сделать, существуют набор стандартных способов:

- Указать на инновационность материально-технической базы социального проекта.
- Продемонстрировать качество привлечённых специалистов, поддержку общественных организаций, органов власти.
- Показать инновационный характер рекламной/PR кампании социального проекта.
- Отметить специфичность целевой аудитории проекта

Кладезь мудрости. «Дело в том, что проблемы с деньгами у Фонда нет, но у него есть проблема с красивыми идеями» Джордж Сорос

Немаловажно показать и потенциал развития социального проекта. Многим потенциальным инвесторам интересно:

- Является ли социальный проект короткоживущей системой или после реализации социального проекта некоторые «конечные продукты» смогут существовать/развиваться независимо от организаторов?
- Существует ли потенциальная возможность транспонирование опыта социального проекта на другие муниципальные образования, регионы, расширение целевой аудитории?

МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Название данного пункта говорит само за себя: в нём вы должны ответить на вопрос: «При помощи каких механизмов (организационных, информационных, экономических, правовых) будет осуществляться реализация социального проекта?»

Рис.13. Разработка механизмов реализации социального проекта

№	Название механизма	Вопросы, на которые необходимо ответить при разработке механизма реализации
1.	Организационный	Каким образом будет осуществляться управление социальным проектом? Какой стиль управления будет использоваться (централизованный, децентрализованный)? Какие организации будут задействованы в процессе разработки и реализации? Кто будет ответственным за выполнение конкретных программных мероприятий?
2.	Информационный	При помощи каких средств будут вестись PR и реклама программных мероприятий, кто будет ответственным за разработку и реализацию PR/рекламы?
3.	Экономический	Из каких источников будет финансироваться социальный проект?
4.	Правовой	Не противоречат ли программные мероприятия действующему правовому полю?

СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ ПРОЕКТА

В социальном проекте обязательно прописывается, каким образом будет измерен социальный эффект проекта, в чём он будет выражаться. Этот пункт во многом перекликается с «критериями эффективности».

Обычно, для определения социального эффекта проекта используются следующие показатели:

- Предполагаемое количество участников социального проекта.
- Количество организаторов, построение устойчивых взаимодействий между ними.
- Разработка и установка новых инфраструктурных объектов.
- Получение локальным сообществом инновационного продукта/услуги.
- Повышение качественно/количественной составляющей существующей продукта/услуги.

И... немного юмора!

Кроха сын к отцу пришел, и спросила кроха: "Папа кто такие "грантоеды"?"

- Видишь ли сын, это такие люди, например, они пишут что 2 миллионов детей в Украине не умеет читать! И за это получают деньги от западных организаций.

- Папа, значит они врут?

- Нет, сынок, просто этим 2 миллионам детей еще не исполнилось 6 лет.

ОЦЕНКА РИСКОВ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Как любят у нас говорить: «Кто не рискует - тот не пьёт шампанского» - и в этих словах есть доля правды. Нестандартные социальные проекты, обладающие высокой долей рисков, очень часто производят большой социальный эффект. Но при всём этом, при разработке социального проекта просто необходимо анализировать и прогнозировать вероятность наступления того или иного риска.

Кладезь мудрости. «Элемент авантюры должен быть не настолько велик, чтобы подвергать всё дело неоправданному риску, но и не настолько мал, чтобы за дело было стыдно браться». Р. Уотермен

Виды рисков в социальных проектах:

- По источнику возникновения: внутренние и внешние.
- По периоду: кратковременный, среднесрочный, долгосрочный.
- По степени управляемости: управляемые и неуправляемые (стихийные).

Рис.14. Оценка рисков в социальном проекте

Наименование риска	Вопросы для оценки вероятности наступления риска	Методика оценки риска в социальном проекте
Финансовые	Обоснована ли проектно-сметная документация социального проекта? Какая часть суммы, необходимая для разработки социального проекта, уже найдена? Существует ли возможность, в случае отказа одного/нескольких инвесторов, найти равнозначную замену?	От 1 до 5 баллов, где 1 – риск практически не существует, 5 – риск - крайне вероятен.
Информационные	Есть ли у вас опыт работы со СМИ? Достаточно ли разработан информационный повод?	От 1 до 5 баллов, где 1 – риск практически не существует, 5 – риск - крайне вероятен.
Управленческие	Есть ли у вашей команды необходимый опыт для разработки и реализации социального проекта? Насколько психологически сходятся члены команды друг с другом? Есть ли поддержка со стороны власти, спонсоров и т.д.?	От 1 до 5 баллов, где 1 – риск практически не существует, 5 – риск - крайне вероятен.
Риск ненадёжных участников социального проекта	Есть ли в составе вашей команды профессионалы, специализирующиеся на социальном проектировании, специалисты, разбирающиеся в технологии разработки конечного продукта/услуги социального проекта?	От 1 до 5 баллов, где 1 – риск практически не существует, 5 – риск - крайне вероятен.
Правовые	Нет ли противоречий Вашего социального проекта с действующим нормативно-правовым полем?	От 1 до 5 баллов, где 1 – риск практически не существует, 5 – риск - крайне вероятен.

Вопросы и задания для самоконтроля:

- 1) Постарайтесь дать определение понятию «риск».

2) Какие виды рисков Вы знаете?

Задание для самопроверки:

В вашем городе организую приют для бездомных животных (10 км от городской черты, в сельском поселении с численностью жителей - 2000 тыс. человек) Какие потенциальные риски могут возникнуть при реализации данного социального проекта. Опишите кратко эти риски в соответствии с вышеприведённой таблицей (Рис.14).

ИНФОРМАЦИОННАЯ КАРТА ПРОЕКТА

Информационная карта проекта – это важная составляющая успеха в социальном проектировании. Информационная карта представляет собой краткую основную информацию об авторах проекта, о проблематике, основных направлениях проекта.

Зачастую именно информационная карта позволяет авторам социального проекта добиться успеха при его защите, при рассмотрении проекта грантодателями. Информационная карта может существенно различаться в зависимости от того, на какую тематику представлен проект, кто является грантодающей организацией, и других. Однако можно выделить общие принципы подготовки информационной карты, для целостного понимания данной части социального проекта.

Основные блоки информационной карты проекта:

1. Название проекта
2. Субъект РФ, муниципальное образование.
3. Ф.И.О. автора, название учебного заведения или места работы, должность
4. Контактные данные (почтовый адрес, телефон (с указанием кода), e-mail)
5. Перечень рекомендательных писем к проекту
6. География проекта
7. Обоснование актуальности проекта
8. Цели и задачи проекта
9. Краткое содержание проекта
10. Сроки выполнения проекта
11. Бюджет проекта

Остановимся подробнее на данных блоках.

Название проекта, весьма важная часть информационной карты, да и самого социального проекта. Ведь, как говорится «Как вы лодку назовете, так она и поплывет», поэтому отнеситесь к названию серьезно. Название должно отражать суть проекта, должно быть запоминающимся, по возможности ярким. Не нужно при этом придумывать супер оригинальные названия, если они никаким образом не коррелируются с содержанием проекта.

Субъект, данные автора, и его координаты – раздел, заполнение которого требует внимания. Не поленитесь проверить все номера телефонов, адреса, не забудьте указать индекс. Ведь если вы отправляете проект в другой регион, то грантодатель, скорее всего не будет искать ваш адрес или телефон, если вдруг вы ошибетесь хотя бы в одной цифре.

Актуальность проекта – именно та часть, в которой у вас есть возможность показать, что ваш проект действительно важен, необходим, решает трендовые задачи современности. Здесь вы можете привести выкладки социологических исследований, научные подтверждения актуальности, примеры из жизни, отражающие проблемы, решаемые проектом. В блоке актуальность необходимо донести до грантодателя то, что вы не просто придумали проблемы и пытаетесь их решить, а то, что данные проблемы актуальны в современном социуме и именно сейчас, важно взяться за их решение, например через ваш социальный проект.

Цели и задачи – это блок, показывающий ваше истинное понимание социального проекта. То, как вы понимаете какие проблемы решит ваш проект, какую основную цель вы ставите перед проектом, какими путями, через какие задачи вы будете решать проблему. Поэтому не раз вернитесь к постановке задач, и целеполаганию при написании вашего проекта. Возможно, они в процессе подготовки проекта поменяются и не раз, главное чтобы в итоге они совпадали с вашим проектом, с каждым его этапом и подтверждались каждым его разделом.

Оформляться информационные карты могут в виде таблиц, либо в виде текста, главное четкое разделение и выделение блоков, структурированность. Доступность в описании.

Ниже приводится пример информационной карты проекта.

Информационная карта проекта

Социальная адаптация и подготовка к самостоятельной жизни детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, воспитывающихся в интернатных учреждениях

Приоритетное направление, по которому заявлен проект

Профилактика семейного неблагополучия и социального сиротства детей, восстановление благоприятной для воспитания ребенка семейной среды, семейное устройство детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

Цель проекта

Создать систему дополнительного образования, обеспечивающую интеграцию воспитанников детского дома и детей, переданных на воспитание в замещающие (приемные, опекунические) семьи в социум.

Задачи проекта

1) Обеспечить социальную реабилитацию и социальную адаптацию воспитанников детского дома через приобщение к систематическим занятиям спортом и достижение высоких спортивных результатов.

2) Создать систему организационных, материально-технических и психолого-педагогических условий, обеспечивающих подготовку воспитанников детского дома к поступлению в военные учебные заведения.

3) Сформировать у воспитанников детского дома навыки, позволяющие обеспечить достойное существование в условиях рыночной экономики (изготовление эксклюзивной мебели).

4) Вовлечь в решение задач проекта детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, устроенных на воспитание в замещающие (приемные, опекунические) семьи N района.

5) Определить эффективность реализации проекта и целесообразность его реализации в других учреждениях интернатного типа, обобщить и распространить опыт реализации проекта.

Адресная направленность проекта

1) Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, воспитывающиеся в детском доме для детей школьного возраста.

2) Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, устроенные в замещающие (приемные, опекунические) семьи.

Продолжительность, сроки реализации проекта

17 месяцев

август 2009 - декабрь 2010 года

Краткое описание проекта

Основные мероприятия

1) Обеспечить социальную реабилитацию и социальную адаптацию воспитанников детского дома через приобщение к систематическим занятиям спортом и достижение высоких спортивных результатов:

- проведение двух межрегиональных турниров по спортивным поединкам на базе детского дома;

- участие в соревнованиях:

- первенство Кировской области по рукопашному бою;
- кубок "Братства Краповых беретов";
- олимпиада "Восток - Запад" (г. Санкт-Петербург);
- первенство и чемпионат Кировской области по ушу;
- чемпионат и первенство Приволжского Федерального округа по ушу;
- чемпионат и первенство России по ушу;

- международный турнир по ушу
- 2) Подготовить к поступлению в военные учебные заведения.
- 3) Сформировать у воспитанников детского дома навыки, позволяющие обеспечить достойное существование в условиях рыночной экономики (изготовление эксклюзивной мебели)
- 4) Организовать участие в проекте детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, устроенных на воспитание в замещающие (приемные, опекунские) семьи

Порядок управления проектом

Общее руководство проектом осуществляет Департамент образования Кировской области (руководитель проекта - главный специалист-эксперт отдела специального образования и социальной защиты детей и подростков Т.И. Николаенко).

Научное руководство проектом - Кировский институт повышения квалификации и переподготовки работников образования (научный руководитель проекта - канд. псих. наук И.А. Крестинина)

Общественное управление проектом - Федеральная служба по техническому и экспортному контролю России. Директор - генерал-полковник С.И. Григоров

Оперативное управление проектом осуществляется советом проекта, в составе:

директор детского дома Г.В. Неганова,

директор ВятОСДЮСШОР Л.А. Харламова,

военный комиссар Нолинского и Немского районов Э.А. Казанцев,

специалист органа опеки и попечительства администрации Нолинского района Л.И.

Игумнова.

Ожидаемые результаты

- формирование устойчивого интереса к занятиям физической культурой у всех воспитанников детского дома и 15 детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, устроенных в замещающие семьи (далее - участники проекта);
- наличие спортивного разряда у всех участников проекта, не имеющих противопоказаний к занятиям спортом;
- создание системы подготовки воспитанников детского дома к выполнению воинского долга;
- обеспечение возможности всем участникам проекта, не имеющих противопоказаний по здоровью, обучаться в военных учебных заведениях с сопровождением их в течение всего периода учебы;
- повышение мотивации участников проекта к учению и уровня обученности, формирование убеждения о ценности образования;
- овладение большинством участников проекта навыками самостоятельного изготовления эксклюзивной мебели;
- обобщение опыта реализации проекта на региональном уровне.

Показатели эффективности проекта

- формирование потребности в занятиях спортом у участников проекта;
- осознание подростками и юношами жизненной перспективы, отвечающей реалиям окружающей действительности, а не их фантазиям; появление устойчивого стремления связать дальнейшую жизнь с военной карьерой;
- усвоение способов социально приемлемого удовлетворения потребностей участниками проекта;
- положительная оценка результатов проекта опекунами (попечителями) и приемными родителями;
- успешное поступление участников проекта в военные учебные заведения;
- успешное выступление участников проекта в конкурсах, выставках с самостоятельно выполненными изделиями из лозы и бересты.

Объем и источники финансирования проекта

Общий объем финансирования - 1 830 800 руб. - в том числе:

- объем собственных средств - 194 800 руб.
- объем привлеченных средств - 480 000 руб.
- объем запрашиваемых средств - 1 156 000 руб.

СМЕТА СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Специалист по составлению грантов Микки Мэйхен предлагает выделять следующие статьи расходов:

1. Оплата труда персонала (совет: не забудьте включить в сумму оплату труда, налоги и прочие социальные выплаты, в соответствии с законодательством РФ).
2. Канцтовары и прочие расходные материалы.
3. Оборудование.
4. Расходы на командировки и поездки.
5. Расходы на связь (телефон, Интернет).
6. Расходы на рекламу и публикации.⁵

Большинство грантодателей и экспертных советов по социальному проектированию хотят, чтобы часть расходов понесла организация-заявитель, поэтому попробуйте изыскать соинвестора проекта. Соинвестор не обязательно может выделить финансовые средства: допускается предоставление рекламных площадей и публикаций о проекте, помещений, транспортных средств.

Укажите сумму, которую вам удалось изыскать в смете.

Многие организации также хотели бы увидеть перспективы финансирования социального проекта.

В качестве источников дохода можно указать:

- Сбор средств индивидуальных жертвователей.
- Продажу продукции/услуг, полученных в ходе реализации социального проекта/деятельности вашей организации.
- Привлечённые спонсорские средства.
- Продажу рекламы.

Кейс

Смета
расходов на реализацию проекта

№ п/п	Наименование статей расходов	Расчет суммы затрат	Итого
1		руб*кол-во	
2		руб*кол-во*чел	
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
Итого			

По материалам официального сайта ТРО ВПП «Единая Россия»
http://edinross.tomsk.ru/docs/category_files/forma_zaiavki.doc

⁵ См. об этом подробнее: Мэйхен М. Пособие по составлению заявок на гранты. Б.и. С. 16-20.

НЕСКОЛЬКО СЛОВ ПЕРЕД ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Во многих случаях эксперты просят вас самостоятельно презентовать и защитить социальный проект. При этом эксперты могут оценить такие ваши качества как:

- Аргументированность речи (способность опираться на источники, подкреплять речь фактами, датами, событиями).
- Ясность и понятность изложения материала.
- Логичность изложения. Все части материала связаны между собой единой логической цепью.
- Эмоциональность изложения. Вы наверняка помните знаменитую грибоедовскую фразу: «...Читай не так как пономарь, а с чувством, с толком, с расстановкой». Афоризмы, цитаты, сравнительные обороты, эмоциональный тембр голоса помогут вам донести до аудитории основные мысли проекта.

Немного о самом выступлении:

- Перед выступлением обязательно приготовьте письменный вариант вашей речи, отрепетируйте её несколько раз (можно перед зеркалом, либо попросите товарища побыть «первым невольным зрителем» презентации), засекайте время, которое вам понадобилось на выступление.
- Разбейте выступление на несколько частей (вступление - основная часть - финал). Во вступлении постарайтесь привлечь аудиторию интересным фактом, относящимся к теме социального проекта, цитатой, афоризмом, постановкой риторических вопросов. В основной части выступления изложите краткое содержание своего социального проекта. Завершение выступления должно стать яркой точкой (примером иллюстрирующим проект, описанием выгод от реализации проектных мероприятий и пр.).
- Наладьте механизм «обратной связи» с аудиторией. Неплохо было бы раздать брошюры, буклеты, листовки о вашем проекте, организации. Кроме этого, участвуя в различных конкурсных мероприятиях, я с успехом применял один и тот же приём работы с аудиторией: раздавая анкеты (опросные листы).
- Постарайтесь создать слайд-шоу, продемонстрировав в нём основные пункты вашего социального проекта.

Правило известного блогера Гая Кавасаки: «10 слайдов на 20 минут выступления, 30-м шрифтом»

ОФОРМЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

ДИАГРАММЫ, СХЕМЫ, ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ В ПРОЕКТЕ

Прежде всего, хотелось бы сказать несколько слов о важности иллюстративного материала в социальном проекте.

Наглядные средства или иллюстративные материалы - это рисунки, схемы, диаграммы, фотографии, мультимедиа и другие графические изображения, поясняющие текст вашего проекта. Принцип наглядности, используемый в обучении, также используется и в социальном проектировании. В современной дидактике - это ориентация на использование разнообразных средств наглядного представления соответствующей информации.

Чтобы сделать социальный проект более простым для понимания, необходимо выделить основные свойства изучаемого явления (то есть превратить его в модель), адекватно отразить эти свойства (то есть сделать модель изоморфной изучаемому явлению). Таким образом, изоморфизм и простота являются отличительными признаками наглядности.

Понимая важность иллюстративного материала, встает вопрос - по какому принципу осуществлять отбор перечня видов и количества иллюстративного материала? Ответ на поставленный вопрос содержится в следующих критериях, позволяющих отчасти определить целесообразность использования того или иного вида иллюстраций. В частности, как показывает опыт, иллюстративный материал нужно использовать в следующих случаях:

- в местах, трудных для понимания содержания проекта, требующих дополнительного наглядного разъяснения;
- для обобщений и систематизации тематических смысловых блоков (раздела, смысловой части социального проекта); для общего "оживления" материала проекта.

Принцип - "чем больше иллюстраций, тем лучше" - ложный. Наличие большого количества иллюстраций в тексте, неоправданное количество переходов на тот или иной вид рисунков, предоставление "неограниченной" свободы передвижения (за счет средств компьютерной навигации, при электронном варианте проекта) по всему полю гипертекста к другим объектам посредством ссылок, может привести к противоположному результату.

Так сколько должно быть иллюстраций, например, в одной теме? Ответ однозначен: количество иллюстраций диктуется содержанием социального проекта и психолого-возрастными особенностями аудитории, на которую он ориентирован. Конкретное количество иллюстраций на страницу или блок специально не может быть установлено.

И еще. Согласно исследованиям психологии в копилку понимания содержания проекта текст вносит около 25-30%, иллюстративный материал - до 10-15%, презентационные мероприятия - до 35%.

Однако нам необходимо понимать, какие же средства мы можем использовать для визуализации социального проекта. Что даст нам максимальный эффект для достижения желаемого результата? Прежде всего, давайте разберемся с классификацией средств:

1. Изобразительная наглядность:

- фоторепродукции картин;
- фоторепродукции памятников архитектуры и скульптуры;
- фотопортреты;
- фотоизображения окружающего мира (природы и общества);
- фоторисунки и аппликации;
- видеофрагменты (сюжетные видеоролики);
- видеофильмы (художественные и документальные).

2. Условно-графическая наглядность (логико-структурные схемы или модели):

- таблицы;
- схемы;
- блок-схемы
- диаграммы;
- гистограммы;
- графики;
- макеты;
- карты;
- картосхемы;
- планшеты.

3. Мультимедийная наглядность (на основе как изобразительных, так и условно-графических иллюстраций):

- все фотоизображения;
- анимация и 3D моделирование (без звука);
- анимация и 3D моделирование (с музыкальным или речевым сопровождением);
- аудиофрагменты (аудиофрагменты текста, аудиолекции, звуковые комментарии к рисункам, речевые фрагменты персоналий и др.);
- видеофрагменты, или видеоролики;
- аудиовидеофрагменты (лекций, конференций, видеообращений, политических событий, явлений и др.);
- видеофильмы (художественные и документальные).

Далее, давайте более подробно разберем некоторые, наиболее часто используемые, средства иллюстрирования в социальном проектировании. Конечно же, это, прежде всего, логико-структурные схемы и модели, которые обобщают материал, позволяют подать его образно, понятно для слушателей. Как было сказано выше, к логико-структурным иллюстрациям относят таблицы, схемы, блок-схемы, диаграммы, гистограммы, графики и др.

Таблицы

Таблица - это самое простое графическое изображение информации, в котором основными элементами графики являются линии и колонки. Число столбцов и строк, в которых располагается учебный материал, может быть различным. Таблицы легко создать, они просты в использовании и существенно облегчают восприятие текста.

Таблицы могут быть разноформатными: они могут занимать часть страницы, целую страницу или даже несколько страниц Вашего проекта, в зависимости от ситуации.

Таблицы широко используются в социальном проектировании при обобщении информации. Практически любая информация, представленная в форме таблицы, значительно легче воспринимается.

Рекомендуется использовать таблицы, когда необходимо:

- повысить зрительную наглядность и облегчить восприятие того или иного смыслового фрагмента текста;
- произвести сравнение двух и более объектов (к примеру, событий, фактов, явлений, персоналий, предметов, фрагментов текста и др.);
- осуществить группировку ряда объектов;

- произвести систематизацию тех или иных объектов.

Таблицы по их функциональному предназначению разделяют на три вида:

1. Разъяснительные - в сжатом виде облегчают понимание излагаемого материала проекта.
2. Сравнительные - осуществляют сопоставление, противопоставление и сравнение объектов. Сравняться могут любые элементы; при сравнении выделяются общие, особенные, единичные и т.д. признаки.
3. Обобщающие или тематические - подводят итог информации о вашем проекте, способствуют формированию понятий. Обобщая что-либо, в логической последовательности перечисляют основные черты явлений, событий, процессов и т.п., самое существенное в них.

Продуманное расположение информации особенно важно при ее схематической подаче. Эффективность использования таблиц повышается, когда они совмещаются с другими графическими средствами, например, со схемами, рисунками, картинками и т.д.

При разработке таблиц рекомендуется:

- использовать как можно меньше комментирующих слов в таблице;
- снабжать отступами верхние, нижние и боковые поля;
- учитывать, что палитра цветов не должна приводить к пестроте, т.к. это будет утомлять глаза;
- выбирать количество ячеек таблицы в соответствии со спецификой содержания и характером выделенного фрагмента текста и т.п.

Схемы (блок-схемы) в социальном проектировании

Схема - это графическое изображение материала, где отдельные части и признаки одного явления обозначаются условными знаками (линиями, стрелками, квадратами, кружками), а отношения и связи - взаимным расположением частей и использованием разнонаправленных стрелок.

Схемы, как и таблицы, бывают разноформатными. Они могут занимать часть страницы, целую страницу или даже несколько страниц.

К условно-графической наглядности (или логико-структурным схемам) относятся не только схемы, но и графики, диаграммы, схематические рисунки. Они используются как для выявления существенных признаков, связей и отношений явлений, событий, процессов и т.п., так и для формирования локального образного представления фрагмента текста. При помощи схематического изображения автор раскрывает проблематику социального проекта в ее логической последовательности, обеспечивает наглядное сравнение двух или более объектов, а также обобщает и систематизирует информацию.

По функциональному признаку схемы делятся на следующие типы:

- сущностные, которые отражают составные части понятий, явлений, процессов и т.п.;
- логические, устанавливающие логическую последовательность между частями;
- образные, улучшающие понимание трудных мест в проекте.

Разумеется, схема может быть дополнена конкретным текстовым материалом, но объем его желательно ограничить, так как существует опасность перегруженности схемы, что затруднит зрительное восприятие материала проекта.

Компактное размещение материала, лаконичные условные обозначения позволяют разгрузить схему (блок-схему).

Не только таблицы, но и схемы, блок-схемы позволяют акцентировать внимание на главном в вашем проекте, преподнести ярко основные мысли, наиболее актуальные его стороны.

При разработке схем и блок-схем необходимо соблюдать следующие требования:

- делать упор на визуальный ряд с максимально короткими текстовыми комментариями;
- верхние, нижние и боковые поля должны иметь отступы;
- палитра цветов не должна приводить к пестроте, так как это будет утомлять глаза;
- количество составных частей схемы и их связей должно соответствовать содержанию и характеру выделенного фрагмента текста.

Рисунки

Рисунки в социальном проекте обычно используются с целью изобразить исследуемый предмет похожим на наше визуальное восприятие, но без лишних подробностей. Наиболее удобна для этого аксонометрическая проекция.

Фотография

К фотографии прибегают, если необходимы особая документальность и наглядность изображения. Нередко фотография выполняет функции не только иллюстрации, но и научного документа, подтверждающего актуальность социального проекта, доказывающего необходимость решения той или иной проблемы. В социальном проекте допустимо использование как ранее опубликованных фотографий, так и оригинальных фотографий автора. При этом к фотографиям предъявляются требования достаточной четкости и функциональности содержания, то есть фотография должна отвечать замыслу проекта и специфике положения, которое она иллюстрирует.

Диаграммы и графики

Диаграммы и графики используются в тех случаях, когда графически нужно показать зависимость друг от друга каких-либо величин. Диаграммы обычно используют линейные, столбиковые и секторные. Линейную диаграмму строят на поле координат, где на оси абсцисс откладывают время (или другие независимые показатели), а на оси ординат - показатели на определенный момент времени; вершины ординат соединяют прямыми, образуя единую ломаную линию. Столбиковые диаграммы демонстрируют данные в виде столбцов, высота которых пропорциональна изображаемым величинам. Секторная диаграмма представляет собой круг, который делится на секторы, пропорциональные изображаемым данным.

Графики используют тогда, когда необходимо наглядно продемонстрировать взаимозависимость математических величин, а также результаты обработки статистических и других количественных показателей. Над графиком помещают его заголовок. В подрисуночной подписи следует дать масштаб графика, пояснения условных знаков и необходимые уточнения.

Оси абсцисс и ординат графика вычерчивают сплошными линиями. На концах координатных осей стрелок не ставят. В некоторых случаях графики снабжают координатной сеткой, соответствующей масштабу шкал по осям абсцисс и ординат.

Обычно числовые деления на осях координат начинают не с нуля, а ограничивают теми значениями, в пределах которых рассматривается функциональная зависимость, используемая в вашем проекте. По осям координат следует указать условные обозначения

(только принятые в тексте). Надписи, относящиеся к кривым и точкам, оставляют только в тех случаях, когда их немного и они краткие.

Иллюстративный материал должен соответствовать общему замыслу социального проекта. Иллюстрации (рисунки, схемы, графики и т.п.) следует давать только там, где это действительно необходимо; они должны строго соответствовать тексту. Обязательна сквозная нумерация иллюстративного материала. На иллюстрации делаются ссылки в тексте; например: см. рис. 10. Кроме номера, иллюстрацию снабжают подрисуночной подписью, которая включает в себя: тематический заголовок, порядковый номер, обозначаемый арабской цифрой, экспликацию (объяснение), если это необходимо.

В любом случае, при использовании иллюстративного материала, в социальном проекте, вы повышаете степень доступности, открытости информации для тех, кому вы будете его презентовать.

НАПИСАНИЕ РЕЗЮМЕ

Резюме авторов социального проекта является важной составной частью самого проекта. Именно через резюме эксперты, оценивающие проект, смогут понять компетенции, опыт авторов проекта, их способность к реализации проекта, личные деловые качества не только, как людей пишущих, но и как организаторов и реализаторов представленного проекта.

В целом, все резюме можно разделить на два основных вида: хронологическое и функциональное. Хронологическое резюме представляет собой список мест работы с перечнем профессиональных обязанностей, который представлен в обратном хронологическом порядке — от настоящего к прошлому, а также перечень уже подготовленных и реализованных проектов, с указанием вашей роли в данных проектах. Такой тип резюме больше всего подходит для демонстрации профессионального продвижения в определенной области, карьерного роста в одной компании. Основное отличие структуры этого резюме заключается в том, что организации, в которых получен опыт работы, располагаются в последовательном порядке (первым указывают последнее место работы) и каждый пункт сопровождается кратким описанием основных обязанностей, выполняемых на данной работе.

Хронологический тип резюме рекомендуется использовать, если вы уже накопили существенный опыт работы; если прослеживается карьерный рост в определенной профессиональной области; направление вашей деятельности не менялось или менялось редко; смена рабочих мест происходила нечасто; вы не планируете смену области профессиональной деятельности; все написанные и реализованные вами проекты имеют одинаковую тематическую направленность, выдержаны в единой логической последовательности.

Основным преимуществом хронологического резюме является его простота и удобство для чтения и восприятия. Недостаток заключается в том, что при хронологическом порядке изложения сильно бросаются в глаза все скачки или перерывы в вашей деятельности (если таковые имеются). Кроме того, этот тип резюме слабо работает на вас, если вы меняете область профессиональных интересов, меняете направления ваших социальных проектов; если представленный вами проект никак не соотносится со всеми предыдущими, поскольку не позволяет подчеркнуть накопленные вами навыки и знания, которые могут быть использованы в иной сфере.

В функциональном резюме основное внимание уделяется профессиональным навыкам и достижениям. Этот формат позволяет сфокусировать внимание экспертов не на том, где вы работали и какие позиции занимали, а на том, что вы делали. То есть непосредственно оценить ваши результаты работы в области социального проектирования, понять какие проекты были реализованы и какова именно ваша роль в данных проектах. Информация о компаниях и занимаемых должностях излагается довольно кратко. Структура функционального резюме такова: обязанности, достижения и профессиональные качества располагаются по категориям — продажи, управление персоналом, планирование и пр. Каждая категория сопровождается описанием выполняемых обязанностей и ваших достижений. В конце дается хронологический список мест работы.

Функциональный тип резюме рекомендуется использовать, если вы приняли решение о смене профессиональной деятельности, решили изменить направление ваших предыдущих проектов, часто меняли место работы или направление деятельности, не имеете опыта работы или он незначителен. Основным преимуществом резюме такого типа является то, что оно позволяет акцентировать внимание на наиболее интересных и важных моментах вашей карьеры, на ваших навыках, на конкретно реализованных проектах, а не на месте и времени их приобретения. Для того чтобы составить резюме функционального типа, важно переосмыслить свой профессиональный опыт и структурировано его

изложить. Поскольку в таком резюме акцент делается на навыках и способностях соискателя, нужно четко представлять себе позицию, на которую вы хотите претендовать, и выбрать из своего опыта только то, что будет важно для выполнения ваших будущих обязанностей.

Само резюме состоит из нескольких стандартных блоков, которые размещаются, как правило, в такой последовательности:

- Персональные данные.
- Опыт работы.
- Образование.
- Специальные навыки.
- Дополнительные сведения.
- Указание на рекомендации.

Персональные данные.

Нет смысла писать в заголовке слово "Резюме", это и так ясно, лучше крупно написать фамилию и имя.

Далее, следует персональная и контактная информация (заголовок "Персональная информация" тоже можно не писать). Здесь обычно указывают возраст или год рождения, семейное положение, наличие детей, а также контактную информацию, в первую очередь - телефон, по которому с вами удобнее и быстрее всего связаться, далее - домашний телефон и почтовый адрес. Указывайте адрес фактического проживания (если он у вас расходится с пропиской), так вы скорее получите красивый конверт с письмом об отказе (о том, что вас берут, скорее всего, сообщат по телефону).

Гражданство, национальность указывать не принято, захотят - сами спросят.

Далее – опыт работы, подготовки и реализации проектов.

Принято указывать места работы и занимаемые позиции в обратном хронологическом порядке. На первом месте - позиция, которую вы занимаете сейчас.

Слева указывают даты (месяц и год) – временные промежутки вашей работы на данной вакансии. Затем название компании и занимаемая позиция.

Под названием каждой позиции следует описание ваших обязанностей. Причем, следует писать не то, что вы делали или за что отвечали (работал с клиентами, готовил проекты), а что вы сделали, какие у вас были достижения (увеличил объем продаж, расширил клиентскую базу на 30%, проект выиграл тендер и т.д.).

Опыт последних трех-пяти лет описывается подробно. Предыдущий опыт, если он есть, можно либо описать бегло, либо опустить, особенно если он не совсем стыкуется с конкретной вакансией.

Студентам, выпускникам, у которых еще не было постоянного места работы, надо расписать весь опыт, который они получили во время практики, различных подработок и т.д. Только так они смогут вырваться из замкнутого круга, когда для того, чтобы устроиться на работу, необходим опыт, а ведь чтобы этот опыт получить - надо сначала устроиться на работу.

Важно подробно описать те социальные проекты, в которых вы принимали участие в каком либо качестве (автор, соавтор, руководитель, исполнитель). Также указать ваш опыт общественной деятельности, ваш общественный статус на момент подачи проекта.

Все это необходимо для того, чтобы эксперты, оценивающие ваш проект, понимали степень вашей подготовленности, осведомленности в общественной сфере, ваши умения ориентироваться в современной ситуации, степень ответственности.

Образование.

Места учебы принято указывать наоборот, с базового (высшего или специального) образования и далее. Правда, как уж говорилось, если вы позже получили образование,

более подходящее для конкретной вакансии, на которую вы претендуете, лучше указать его первым.

Специальные навыки.

Владение компьютером, знание языков, умение водить машину часто выделяют в отдельный блок, чтобы четко обозначить уровень владения этими навыками.

Умение обращаться с компьютером обычно на английском языке обозначают так: Computer literacy или Advanced PC user. Следует также расшифровка: MS Office 2000. Если вы владеете программами, выходящими за «джентельменский» набор (MS Word, Excel, Power Point), например, умеете готовить макеты в Corel Draw, или описывать проекты с помощью MS Project, не забудьте это отдельно указать.

Степень владения языками принято указывать, начиная с русского. Обычно всех волнует вопрос, как указать максимально возможный уровень знания неродными языками, и при этом не перегнуть палку. Совет - избегайте абсолютных формулировок: "родной язык" (mother tongue), perfect и т.д. Гораздо лучше применять универсальные обозначения - brivi, fluent которыми можно обозначить каждый язык. Тем самым, вы покажете, что при всех "но", которые вытекают из имени и фамилии вы владеете тремя (а то и больше) языками примерно на одном уровне. Но это конечно в том случае, если вы действительно не очень скованно себя чувствуете, и, если вам даже не хватает слов, умеете найти подходящую замену.

При написании социального проекта в описании специальных навыков важно указать опыт подготовки проектов, общий опыт социального проектирования, опыт работы по выявлению и актуализации проблем, навыки проведения мозговых штурмов, навыки организаторской работы.

Дополнительные сведения.

Считается, что показательным для экспертов, помимо вашего опыта являются хобби, увлечения, чтобы понять - какой вы человек. Это так, только здесь следует соблюдать определенную осторожность. Чересчур живое описание многочисленных увлечений, к тому же отнимающих массу времени, позволит предположить, что работа для вас на втором месте. Благоклонно будут приняты увлечения, которые поддерживают вас в хорошем рабочем состоянии, позволяют набраться сил для новых трудовых побед - например, занятия спортом.

Язык и стиль.

В России резюме составляют обычно на русском языке, если речь идет о проекте для рассмотрения внутри страны, или на английском, если вы обращаетесь в международную грантодающую организацию.

Объем резюме не должен превышать одной-двух страниц. Но это не значит, что надо "впихивать" всю информацию из последних сил. Наоборот, желательны нормальные поля справа-слева-снизу-сверху, хороший интервал между строк, и шрифт 10-12 пунктов, чтобы было удобно читать. Стоит ли говорить о том, что CV должно быть обязательно напечатано, а не написано от руки?

Писать надо коротко и правильно. Не забывайте учитывать правила грамматики. В английском в названиях компаний и должностей, как правило, каждое слово начинается с большой буквы, а в русском это правило не действует.

И, наконец, будьте уверены, что сможете подтвердить всю информацию, которую вы включили в резюме.

Рекомендательные письма

При подготовке любого социального проекта важно учесть тот факт, что грантодатель принимает решение, основываясь на информации, полученной от вас, при этом для него всегда важно, чтобы данная информация была подтверждена достоверными источниками. Именно поэтому особое внимание следует уделить рекомендательным письмам, так как они пишутся не вами и являются реальным подтверждением ваших компетенций от авторитетных людей.

Ниже указаны несколько правил, которые используются при написании рекомендательных писем.

Так, должно быть четко понятно, кем приходится рекомендатель рекомендуемому. Это могут быть отношения: начальник–подчиненный, партнер–партнер, преподаватель–студент и т.п. Из текста письма должно быть ясно, где и при каких условиях рекомендатель познакомился с кандидатом.

Хорошо, если в качестве рекомендателя вы сможете привлечь общественного деятеля в той сфере, в которой вы готовите свой социальный проект. Однако важно, чтобы этот человек действительно знал вас, для того, чтобы рекомендация произвела положительный эффект.

Рекомендатель должен описать собственный статус и профессиональную позицию по отношению к вам. В письме он обязан продемонстрировать, что хорошо знаком с работой, образованием, карьерными устремлениями грантозаявителя и высоко их ценит. Естественно, характеристика в рекомендательном письме должна даваться в благожелательном тоне.

Большая часть рекомендаций должна быть написана людьми, знающими вас в контексте профессиональной среды. Однако письма от тех, кто может оценить ваш академический опыт, также важны. Очень хорошо воспринимается, если рекомендатели – граждане разных государств. Желательно, чтобы автором хотя бы одной характеристики был не российский гражданин.

В целом, в рекомендательном письме указываются профессиональные достоинства грантозаявителя, его навыки, лидерские качества и потенциальные возможности в избранной сфере деятельности, предыдущий опыт по реализации проектов, оцененный рекомендателем.

При подготовке письма необходимо встретиться с рекомендателем и объяснить ему все необходимые условия. Предоставьте в его распоряжение все имеющиеся материалы: резюме, аннотацию проекта, предыдущие наработки в данной сфере. Нужно, чтобы автор письма знал, какие у вас есть награды, в каких исследованиях вы участвовали, где проходило дополнительное обучение, к каким сообществам принадлежите, в чем заключается специфика вашего социального опыта. Рекомендующий вас человек должен располагать достаточным временем для обдумывания и составления письма. Не забудьте сообщить ему о временных ограничениях и сроках подачи заявок.

Также вы можете самостоятельно подготовить рекомендательное письмо на свое имя от имени определенного рекомендателя, ввиду того, что рекомендатели зачастую весьма занятые люди. А уже после подготовки письма, вы согласовываете его с рекомендателем. В данном случае, вам следует учесть несколько особенностей по подготовке рекомендательных писем.

В письме вы не только говорите о себе и своем проекте, но и указываете на то, кем является рекомендатель, кратко описываете его статус, и опыт в представляемой им сфере. Это деловой документ, который должен быть составлен по соответствующим стандартам. Ни в коем случае не пишите рекомендательного письма от руки – это только дискредитирует как вас, так и рекомендателя, подписывающего для вас письмо.

Выделите в своем рабочем графике время, когда вы сможете спокойно собраться с мыслями и обстоятельно взяться за дело. Осознавайте важность этого документа для вас, а

также и ответственность рекомендателя, согласившегося подписать ее вам. Не пишите рекомендательное письмо на ходу.

Рекомендательные письма служат для того, чтобы представить дополнительную информацию о грантозаявителе – о том, как он учился, работал, занимался чем-то еще. В нем должна быть представлена общая картина о личностных качествах автора проекта, его опыте, сильных сторонах, потенциале и навыках.

Если вы не знаете, с какой стороны приступить к написанию письма, удобно начать с составления списка ключевых слов и фраз, относящихся к достижениям и качествам грантозаявителя. Такой список поможет избежать абстрактных фраз и метафорических формулировок. Все, что вам нужно – четко изложить позицию и представить доказательства.

Распределите ключевые слова и фразы по категориям:

1) Профессиональные навыки:

- Обладает ли автор необходимыми для его проекта компетенциями?
- Умеет ли он выполнять работу качественно и в срок?
- Насколько хорошо он знает свою профессиональную сферу?
- Умеет ли менеджер быстро и конструктивно принимать решения?

2) Личностные характеристики:

- Как у грантозаявителя складываются отношения в коллективе?
- Обладает ли он чувством юмора?
- Аналитический ли у него склад ума?
- Насколько человек стрессоустойчив?
- Является ли этот человек лидером?

3) Успехи и достижения:

- Продумайте два-три своих достижения за то время, что вы занимаетесь проектной деятельностью.

4) Слабые стороны:

- На что грантозаявителю следует обратить внимание, чтобы развиваться дальше в своей карьере?
- Умеете ли вы извлекать уроки из своих прошлых ошибок?

5) Потенциал

- Как вы считаете, чего вы можете достичь?

Структура рекомендательного письма.

Письмо, как правило, не превышает в длину одной страницы (5-7 абзацев) и состоит из трех частей: вступления, основной части и заключения.

Вступление.

Начните с определения того, в каком качестве и в течение какого периода времени рекомендатель знает вас. Если рекомендатель - ваш начальник, укажите продолжительность вашей работы в компании, выполняемые вами обязанности и все значительные проекты, которые вы разрабатывали или осуществили. Можно добавить пару строк о самой компании и сфере ее деятельности.

Основная часть.

В основной части дается более подробная характеристика грантозаявителя с точки зрения его профессиональных качеств. Опишите ваше умение справляться с выполнением определенных задач и перечислите основные достижения. Какие достоинства и недостатки проявляются на работе? Какое впечатление вы производите при общении и взаимодействии с другими людьми?

Удобнее всего указать какое-нибудь качество и подтвердить его фактами, рассказав историю, как оно проявляется на практике. Например, можно отметить, что у

грантозаявителя аналитический склад ума и творческий подход к делу, и даже излагается, как удалось придумать способ для оптимизации той или иной задачи.

Для создания более четкой картины, дайте характеристику грантозаявителя с точки зрения его личностных качеств и поведения. Проявил ли он себя как ответственный, вежливый, приветливый человек или как ленивый, несговорчивый, неприветливый, язвительный?

Заключение.

Упомяните о дальнейших ваших планах, отметьте, почему вы считаете, что это правильно намеченный путь. Напишите, почему рекомендатель дает вам данное письмо.

В конце письма представьте контактные данные рекомендателя и предложите связаться с ним в случае, если адресат захочет получить дополнительные сведения.

ИТОГОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Итак, ваш социальный проект, казалось бы, уже полностью сформирован, документы готовы для подачи на конкурс, грант, инвестору. В тоже время, помните: иногда несколько хороших штрихов могут существенно улучшить всю картину. Поэтому, наш вам совет: обращайтесь пристальное внимание на детали! Вот некоторые из них:

- Сделайте качественную обложку для социального проекта.
- Напечатайте обложки-перекладки для каждого из разделов вашей заявки: так экспертам будет легче разобраться в многостраничном труде.
- Используйте папки-скоросшиватели и мультифоры, скрепляйте листы, это позволит избавиться от хаоса на рабочем столе экспертов.
- Просмотрите текст ещё раз на наличие орфографических, пунктуационных, стилистических ошибок, путаницы в листах, недочётов технического характера и пр.
- Сделайте опись всех документов, входящих в вашу заявку.
- Ещё раз внимательно прочтите положение, регламентирующее проведение конкурса социальных проектов. Проверьте корректность вёрстки конечного документа (размер шрифтов, абзацы и пр.). Убедитесь, что вы укладываетесь в сроки подачи документов.
- Пронумеруйте листы заявки (если иное не оговорено документами).
- Продублируйте вашу заявку, на всякий случай, в электронном виде (на диске).

ТИПОВАЯ ФОРМА СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Пункты	Краткие рекомендации по оформлению
Информационная карта социального проекта	Сделайте краткую аннотацию вашего социального проекта, временные рамки, цели/задачи, целевую аудиторию социального проекта, смету (объем 1.5-2 стр).
Название социального проекта	Постарайтесь, чтобы название было не только кратким, но и точно отображало сущность и содержательную часть социального проекта.
Актуальность социального проекта	Какие социально значимые проблемы могут быть решены при помощи данного социального проекта?
Временные рамки социального проекта	Очертите временные рамки, опишите основные этапы подготовки вашего социального проекта (подготовительный, этап реализации, этап рефлексии).
Цели и задачи социального проекта	Чётко определите, в чём заключается конечная цель от реализации вашего социального проекта, поставьте несколько задач, которые помогают достичь цели проекта.
Организаторы социального проекта	Перечислите всех организаторов (физических лиц и организации), которые задействованы в разработке и реализации социального проекта.
Целевая группа социального проекта	На кого / какую группу лиц, организации направлены проектные мероприятия?
Краткое содержание социального проекта	Кратко опишите суть вашего социального проекта, перечислите основные проектные мероприятия.
Инновационность социального проекта	Чем ваш проект отличается от других, схожей тематики, что нового вы привносите, разработав данный проект?
Механизм реализации социального проекта	Обозначьте алгоритм действий, при помощи которых будет достигнута конечная цель вашего социального проекта.
Схема управления социальным проектом	Каким образом будут выполняться основные функции (исполнительная, руководства социальным проектом, контрольная, креативная)? Какие организации и физические лица будут отвечать за данные функции?
Оценка эффективности социального проекта	Какие количественные и качественные показатели будут положены за основу при оценке эффективности социального проекта?

Оценка рисков	Перечислите, какие риски возможны при реализации данного социального проекта, насколько возможно их наступление (по 5-балльной шкале). Что будет предприниматься для того, чтобы минимизировать данные риски?
Перспектива развития социального проекта	Отметьте, что после реализации вашего социального проекта будет создана устойчивая инфраструктура, инновационный продукт/услуга, которая будет востребована целевой аудиторией и будет существовать в долгосрочном периоде. Иногда бывает важным отметить и то, что опыт реализации вашего социального проекта может быть использован в других муниципальных образованиях, регионах и т.д.
План-график социального проекта (вместе с медиа-планом социального проекта)	Перечислите основные проектные мероприятия, сроки реализации и ответственных за них лиц/организации
Смета	Постарайтесь чётко обозначить все пункты расходов, укажите общую стоимость проекта. Если в проекте предусматривается софинансирование из нескольких источников, обязательно отметьте это.
Приложения	Вложите приложения (дополнительные материалы о проектных мероприятиях, резюме участников проекта, материалы СМИ о вас, ваши грамоты, дипломы, статьи и пр., статистическую информацию, данные социологических исследований, письма поддержки).

ГЛОССАРИЙ

Информационный повод - событие, которое может заинтересовать публику: читателей, зрителей или слушателей.

При определенных условиях информационный повод позволяет создать информационное сообщение (новость).

Пять характеристик события, способного породить новость:

- 1- при прочих равных предпочтительнее событие, касающееся элитных слоев общества;
- 2- в событии должен быть главный (положительный) герой, позволяющий публике идентифицировать себя с ним;
- 3- при прочих равных предпочтительнее наиболее негативное событие;
- 4- событие должно однозначно пониматься публикой;
- 5- событие должно быть максимально согласованным с самыми упоминаемыми темами новостей.

Презентация социального проекта – визуализированное представление проекта, с указанием его целей, задач, целевой аудитории, краткого описания проектной идеи.

Реклама представляет собой «неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования» (Филип Котлер).

Рекламная кампания — использование одного или нескольких средств рекламы на определенной территории в течение определенного времени для достижения конкретно сформулированной цели.

Социальные инновации — процесс обновления сфер жизни человека в реорганизации социума (педагогика, система управления, благотворительность, обслуживание, организация процесса).

Социальная проблема - это несоответствие между существующим и необходимым (желаемым) состоянием в массовом поведении и действиях людей, уровне удовлетворения их потребностей, затрудняющее жизнь социальных групп, общностей и общества в целом и требующее коллективных усилий по его преодолению.

Социальное проектирование - форма социального управления; научно обоснованное конструирование системы параметров будущего социального объекта или качественно нового состояния существующего объекта.

Целевая аудитория (группа) - группа лиц, на которую направлены рекламное сообщение и рекламные мероприятия. Основная и наиболее важная для рекламодателя категория получателей рекламного обращения. Подавляющее большинство целевой группы - потенциальные покупатели рекламируемого товара.

Event мероприятие (от англ. event – «событие») - запланированное рекламное мероприятие, способное стать новостью:

- презентация, церемония открытия, закладка первого камня;
- фестиваль, ярмарка, выставка, дегустация;

- встреча, круглый стол, конференция, симпозиум;
- годовщина, юбилей;
- день открытых дверей, экскурсия

PR - искусство создавать благоприятный климат, благоприятное отношение к фирме-продавцу (производителю товара) не только потенциальных клиентов, но и широких масс публики, причем на самых разных уровнях, вплоть до правительственного (чиновники внешнеторговых ведомств, таможенных служб и т. п.)

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Борзов С. «Как провести красивую и успешную презентацию». <http://www.erpnews.ru/doc2888.html>
2. Бой Дж. Лучшее пособие от ведущих мировых компаний по проектному менеджменту. М. АСТ; Астрель. 2007. 140 с.
3. Волков В.Г., Добренъков В.И. и др. Социология молодёжи. Учебное пособие. Под. ред. проф. Ю.Г. Волкова. Ростов н/Д. Феникс. 2001. 576 с.
4. Дьюи Дж. Демократия и образование. Пер. с англ. М. Педагогика-Пресс. 2001. 384 с.
5. Карпенко О.М., Ламанов И.А. Молодёжь в современном политическом процессе в России. М. Издательство СГУ. 2006. 560 с.
6. Колесникова И.А., Горчакова-Сибирская. Педагогическое проектирование. М. АСАДЕМА. 2005. 288 с.
7. Луков В. Социальное проектирование. М. 2003. 240 с.
8. Мэйхен М. Пособие по составлению заявок на гранты. Б.и. 77 с.
9. Никсон Д. Кризис проекта: анализ ошибок и варианты выхода с минимальными потерями. М. Эксмо. 2009. 256 с.
10. Перегудов Ф.И., Тарасенко Ф.П. Основы системного анализа. Издательство научно-технической литературы. Томск. 2001. 396 с.
11. Политическая социология. Учебник для ВУЗов. Глава 12. Молодёжные движения как форма гражданской инициативы. Под ред. Ж.Т. Тощенко. М. ЮНИТИ-ДАНА. 2002. 495 с.
12. Социальное проектирование. Формирование социального проектирования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://society.polbu.ru/engineering_philosophy/ch38_38_i.html (свободный).
13. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. Пер. с англ. Под. ред. Г.Е. Алпатова. Спб. Издательский Дом «Нева»; М. ОЛМА-ПРЕСС. 2003. 368 с.
14. Ясвин В.А. Образовательная среда: от моделирования к проектированию. М. СМЫСЛ. 2001. 365 с.