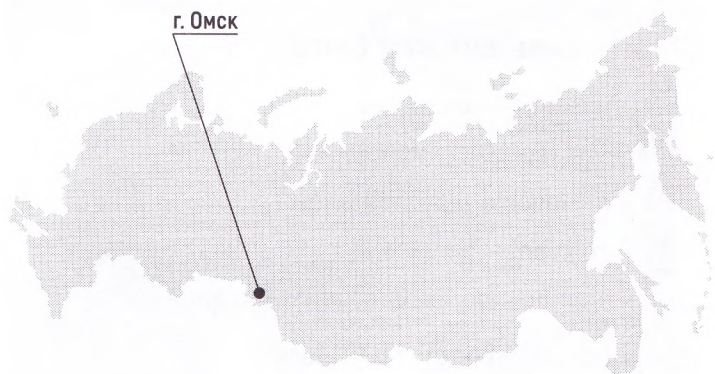




**Надежда КУЗНЕЦОВА,**  
заместитель директора  
Омских муниципальных библиотек



# Грантовые истории,

## или Как придумать вдохновляющий проект и получить средства на его реализацию

*Люди с проектным мышлением высоко ценятся в любой сфере, прежде всего потому, что всегда стремятся найти конструктивное решение, а не впадают в уныние при малейшем препятствии. Работу свою они начинают с определения проблемного поля, выявления «боли» целевой группы – и только потом намечают шаги, позволяющие нивелировать существующие трудности. Руководствуясь подобным сценарием, можно добиться успеха во многих областях, в том числе и в грантовой деятельности.*

### ГДЕ ВЗЯТЬ ИДЕЮ?

Это один из самых задаваемых вопросов. Чтобы придумать нечто оригинальное, нужно постоянно находиться в поиске. Здесь, как в спорте, важны постоянные тренировки. Креативность – не талант и не врождённые уникальные способности. Это навык, который необходимо в себе развивать. Роботы

и нейросети могут заменять повседневные рутинные функции и процессы, но креативное мышление помогает людям оставаться конкурентоспособными, создавать новые технологии и системы, интересные инструменты, оригинальные продукты и сервисы.

Существует много техник, которые стимулируют творческое мышление. Соответствующую информацию легко найти в интернете.



### SMART-цель должна быть:

- S** – specific – конкретной;  
**M** – measurable – измеримой;  
**A** – achievable – достижимой;  
**R** – relevant – значимой;  
**T** – time bound – ограниченной во времени.

#### Пример формулировки SMART-цели

*Вовлечение детей в количестве не менее 350 человек в возрасте от 5 до 8 лет в процесс изучения естественных наук и явлений природы через интерактивные занятия, опыты и эксперименты в период с 1 июня по 30 ноября.*

#### Пример формулировки цели без SMART-критериев

*Продвижение лучших образцов современной и классической художественной литературы среди жителей города Омска.*

### ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ

Часто потенциальные грантополучатели спрашивают: следует ли формулировать цель в заявке по принципу SMART? Однозначного ответа не существует. Да, в некоторых конкурсах организаторы рекомендуют использовать данную методику. Но утверждать, что эксперты не оценят ваш замысел, где нет такого подхода, тоже неверно.

Цель проекта – это ответ на вопрос: «Что мы хотим изменить? / Чего хотим достичь?» Но если она звучит, например, так: «Создать развивающий клуб для детей», – ваша заявка не будет

поддержана. Потому что данная формулировка определяет не цель, а задачу.

Вот ещё один популярный среди грантополучателей вопрос: «Сколько целей должно быть в проекте?» В краткосрочных – а именно такие чаще всего реализуются в библиотеках – лучше выбирать одну цель.

### ОН ТАКОЙ ОДИН?

Важным свойством любого грантового проекта является его уникальность. Однако в социальном контексте это понятие относительное. Трудно придумать в нашем деле нечто оригинальное, ранее не существовавшее. Нет, идея может быть даже заимствованной, но в ней должны присутствовать особенности, которые вы предложили, новые решения и подходы. Например, Соляных пещер в Омске очень много, а вот галокамера в библиотеке, где можно не только пройти сеанс немедикаментозного оздоровления, но и послушать аудиокниги, – одна.

Соляная пещера в Библиотечном центре «Дом семьи» была создана в 2019 г. в помещении бывшего книгохранилища на средства Фонда президентских грантов. В период пандемии у людей с инвалидностью и пожилых горожан появилась возможность укрепить свой иммунитет, бесплатно пройдя 10 сеансов. В день галокамеру посещало 45 человек. Одновременно на каждом сеансе присутствовало пятеро (с соблюдением всех профилактических мер). За время реализации проекта более 750 омичей оздоровились в библиотечной соляной пещере. Сегодня галокамера продолжает на безвозмездной основе принимать посетителей. Многие из них, кстати, стали постоянными читателями библиотеки.

### ШОРТ-ЛИСТ РЕКОМЕНДАЦИЙ

Могут поделиться набором методик, которые помогают мне находить идеи для библиотечных проектов.

- ✦ **Уметь вдохновляться.** Посещайте новые места, не только театры и музеи, но и бизнес-центры, креативные общественные пространства, гуляйте по улицам, изучайте архитектуру, общайтесь с людьми. Источником вдохновения может стать всё, что вас окружает.
- ✦ **Формировать насмотренность.** Она помогает интегрировать знания в практику. Чтобы придумать что-то своё, важно знать опыт других.
- ✦ **Мотивировать себя.** Конечно, основная цель автора проекта – войти в число победителей, получить грант и реализовать задуманное, сделав счастливее людей, которые станут благополучателями. Но ещё хорошо бы и для себя лично найти позитивные моменты.
- ✦ **Наслаждаться процессом.** Как показывает практика, если делаешь что-то без удовольствия, то ничего хорошего не получится.
- ✦ **Быть настойчивым.** Грантовые конкурсы, как, собственно, и все остальные, вещь необъективная, огромную роль здесь играет человеческий фактор. Поэтому, если ваш проект не поддержали, но вы уверены в его важности и нужности, подайте заявку в другие фонды. Пробуйте, пока удача не улыбнётся вам!



Передвижная библиотека – достаточно распространённое явление в нашей сфере. Но несколько штрихов позволили «упаковать» соответствующую практику в проект «Литературный экспресс» и получить поддержку двух организаций: Фонда президентских грантов и компании «Газпром нефть».

В результате были сформированы две уникальные коллекции, состоящие из необычных изданий: звуковых, ароматных, с «ночными» страницами и «живыми» иллюстрациями, с дополненной реальностью, с тактильными вкладками и интерактивными сканерами, имитирующими рентгеновские лучи и позволяющими увидеть, к примеру, скелеты динозавров. Эти собрания путешествовали по городу, чтобы познакомить юных омичей и их родителей с качественной литературой и передовыми технологиями полиграфической индустрии. «Мы недооценивали книги!» – признавались подростки, когда рассматривали образцы из «Литературного экспресса».

### НЕЙМИНГ

В грантовом проекте важно всё, в том числе название. Хорошее и удачное – запомнится экспертам, а в случае победы подружит организаторов с целевой аудиторией. В маркетинге процесс разработки наименования продукта или бренда называется неймингом и подразумевает целый комплекс правил, которым следуют крупные компании. В нашем случае основными считаю следующие моменты.



▲ Коммерческих предложений посетить соляную пещеру немало, но бесплатно попасть на сеанс, да ещё с прослушиванием аудиокниг, можно только в БЦ «Дом семьи»

Название должно:

- ▶ содержать не более 30 знаков. Это примерно три-четыре слова, но ещё лучше ограничиться одним или двумя;
- ▶ быть ярким, легко запоминающимся, без труда произносимым. Обращайте внимание на звуки. Если в слове много звонких согласных – оно ассоциируется с энергией, позитивом, движением (к примеру, «Литературный трамвай», «Буквоград»). Если преобладают глухие – возникают ассоциации с чем-то неспешным, обволакивающим, томным («Компетентная мама»). Хорошо, если в на-



◀ Передвижной библиотекой сегодня практически никого удивить, однако специалистам ОМБ это удалось. Они сформировали две коллекции с необычными книгами и отправили «Литературный экспресс» путешествовать по городу. В результате многие ребята познакомились с изданиями, сделанными при помощи самых передовых технологий

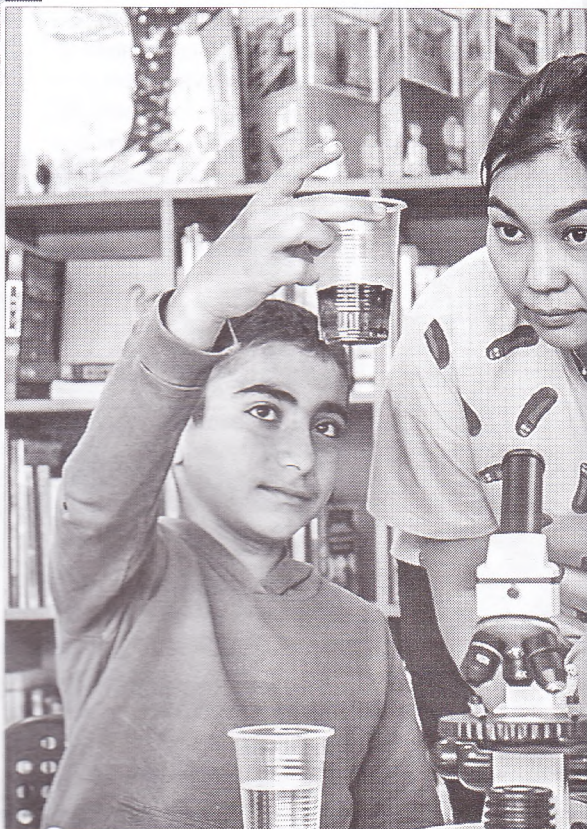


звании есть рифма. Такие варианты лучше запоминаются, легче уходят «в народ». Например: «Онлайн-решения для старшего поколения». Когда-то придуманное нами совместно с омским писателем Александром Скрягиным наименование для грантового проекта 2013 г. прижилось и в дальнейшем неоднократно встречалось мне в афишах разных библиотечных мероприятий;

- ▶ отражать суть идеи. Я часто использую в названиях проектов определения, родственные понятиям «книга» и «библиотека»: «Мировая книга», «Книжный сад», «Литературный экспресс», «Большой литературный сторителлинг» и т. п. Или, например, «Микроскоп на колёсиках» – сразу понятно, что речь пойдёт об изучении естественных наук, а уменьшительно-ласкательная форма позволяет предположить, что целевой аудиторией являются дети;



Идея проекта «Микроскоп на колёсиках» заключалась в том, чтобы заинтересовать учащихся начальных классов естественными науками. И, глядя на лица детей, увлечённых экспериментами, не приходится сомневаться, что цель достигнута



- ▶ вызывать положительные ассоциации. Негативный подтекст может спровоцировать сомнение у экспертов, заботящихся о репутации грантодающей организации.

А ещё важно, чтобы слова в названии были визуально привлекательными. Ведь если проект успешный и долгосрочный, для него разрабатывают логотип, производят рекламу, изготавливают вывески, баннеры и т. д. И надо, чтобы всё это радовало взгляд, а не вызывало отторжение.

## **БЮДЖЕТ**

В случае победы финансовые операции осуществляются в строгом соответствии с представленным бюджетом. При его составлении важно помнить, что не все расходы могут быть покрыты за счёт средств гранта. Рекомендую внимательно читать Положения о конкурсах, где чётко обозначены имеющиеся ограничения.

Нельзя забывать о софинансировании проекта. Собственный вклад или партнёрская помощь не всегда выражаются в денежном эквиваленте. Это могут быть аренда помещений, использование собственной компьютерной и фототехники,





▲ «Большой литературный сторителлинг» сотрудники ОМБ начинали с размещения бумажных стикеров с QR-кодами в городских парках и скверах. А затем перешли на электронный формат

личного транспорта и т. д. Необходимо примерно оценить соответствующие затраты и включить их в бюджет. Туда же можно закладывать заработную плату членов команды (но не более 30–35 процентов от запрашиваемой суммы), о чём библиотекари часто забывают.

## РИСКИ

Ещё один важный момент в грантовой деятельности. Если в рамках проекта у вас запланированы поездки в другие регионы, проведение мероприятий под открытым небом – попробуйте уже на начальном этапе спрогнозировать возможные форс-мажорные обстоятельства и придумать несколько альтернативных решений и вариантов, которыми можно будет воспользоваться, если ситуация станет развиваться по негативному сценарию.

В моей практике неожиданной проблемой и угрозой для проекта однажды стали... дворники. Реализуя «Большой литературный сторителлинг», мы с командой проводили акции по расклеиванию бумажных стикеров с QR-кодами в городских парках и скверах. И хотя в России часто ругают коммунальщиков, благодаря своему начинанию мы выяснили, что муниципальные службы по благоустройству и уборке работают очень хорошо. Не успевали мы расклеить стикеры, как через пару часов они уже пропадали, хотя размещение информации было согласовано с администрацией города. Решение пришлось искать быстро. Альтернативой стала разработка электронной рекламы и её демонстрация на цифровых экранах на обновлённых остановках общественного транспорта.

## ПРОДВИЖЕНИЕ

Практика показывает, что у большинства библиотечных проектов слабая информационная поддержка. И не потому, что наши новости неактуальные или неинтересные, а потому, что мы сами не сообщаем о событиях в медийном пространстве своей территории.

Многие из нас уже приучились публиковать релизы и посты о текущих и предстоящих событиях в своих группах соцсетей и на сайтах. Но этого недостаточно. Важно транслировать новости на онлайн-площадках, а также на ресурсах, близких по тематике, которыми может пользоваться потенциальная аудитория библиотечного проекта. Прежде всего необходимо наладить контакт с пресс-центром официального портала вашего города, являющимся основным источником для местных журналистов.

Информацию для публикации на чужих онлайн-площадках лучше подавать в четверг или пятницу, так как в понедельник обычно присутствует некий инфоголод и существует большая вероятность, что новость разместят (пара дней необходима контент-менеджерам для обработки релизов и включения их в медиаплан). По своему опыту могу судить, что материалы из библиотек публикуют охотно: наши тексты, как правило, грамотные, а содержание их в большинстве случаев носит позитивный характер.

И напоследок хочется напомнить, что самое главное во всех грантовых историях – люди. Поэтому, стараясь сделать своих благополучателей счастливее, не забывайте спрашивать у них, в чём они нуждаются и чем им может помочь библиотека. Возможно, что-то вдохновит вас на новый проект. 