

Министерство культуры и архивов Иркутской области
Государственное бюджетное учреждение культуры
«Иркутский областной Дом народного творчества»

БРЕНДОВЫЕ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫЕ ПРОЕКТЫ

Сборник

г. Иркутск

2015 г.

УДК 304.42

ББК 77.5

Б87

Брендовые культурно-досуговые проекты: сб./сост. Н.А. Комогорцева; Г.М. Кородюк, ред. Н.В. Останина.-Иркутск, 2015.- 58 с.

Составитель: Н.А. Комогорцева, Г.М. Кородюк

Редактор: Н.В. Останина

Ответственный за выпуск: Е.И. Дмитриева

Сборник включает в себя обзор брендовых культурно-досуговых проектов муниципальных образований Иркутской области, а также методические рекомендации по созданию проектов для продвижения культурно-досуговых брендов. Сборник адресован директорам и художественным руководителям культурно-досуговых учреждений Иркутской области.

СОДЕРЖАНИЕ

	Предисловие	4
1.	Брендовые культурно-досуговые проекты учреждений культуры Иркутской области:	11
1.1.	«Виктория»	11
1.2.	«Мастер. Стиль. Современность»	12
1.3.	«Усольский бульвар»	13
1.4.	«Петровская ассамблея»	14
1.5.	«Голос лета»	15
1.6.	«Пихтинские встречи»	17
1.7.	«Мы разные. Мы вместе»	19
1.8.	«Игрушка, рожденная сердцем»	21
1.9.	«Мой народ – моя гордость»	23
1.10.	«Театральная весна на БАМе»	24
1.11.	«Жизнь души, как вечность, бесконечна»	26
1.12.	«Душа нации»	28
1.13.	«Играй гармонь, звени частушка»	29
1.14.	«Живые ремесла»	31
1.15.	«Осинские звездочки»	33
1.16.	«Бурятская усадьба»	34
1.17.	«Воинское братство»	35
1.18.	«Играй, гармонь Усольская!»	37
1.19.	«Агентство отдыха и развлечений»	39
2.	Создание проектов для продвижения культурно-досуговых брендов, или как написать Грант	40
	Список литературы	56

Предисловие

*Вы никогда не угадаете.
поэтому предлагайте варианты сами.
Найдите оригинальную идею, добавьте эмоции —
и ваш бренд будет хитом, даже если вы
предлагаете скучный и банальный продукт.
Лесли ди Чернатони*

Отечественный рынок наполнен зарубежными брендами, чьи слоганы мы произносим, а логотипы зрительно знаем наизусть. Бренды существуют в разных отраслях: автомобильная промышленность: (BMW, Bentley); бытовая техника: (BOSCH, PHILIPS); компьютерная техника: (Apple, ACER); СМИ: («Вокруг света», «Восточно-Сибирская правда»).

Из маркетинга понятие «бренд» стало продвигаться и в сферу культуры: музеи – Эрмитаж, Ясная Поляна, Шушенское, брендом стал проект «Ночь в музее»; у библиотек – «Ночь в библиотеке», в Домах культуры впервые, в ноябре 2015 года, по инициативе министерства культуры Российской Федерации, пройдет «Ночь искусств». Брендами стали имена: Денис Мацуев, Валентин Распутин; проекты Иркутской области: «Сияние России» и «Звезды на Байкале». Географический бренд – это наш Байкал. Брендами Иркутского областного Дома народного творчества являются проекты: «Поющее Приангарье», «От чистого истока», «Сибирская рампа». В муниципальных образованиях – это «Золотой микрофон» (Нижнеудинск), «Рождественская звезда» (Братск), «Театральная весна на БАМе» (Магистральный), «Мы разные. Мы вместе» (Залари), «Театральная деревня» (Мишелевка), «Байкальское кружево» (Иркутск), «Воинское братство» (Белореченский).

В последние годы модное слово «бренд» прочно вошло в современный обиход. Его в речи используют и бизнесмены, и студенты, и руководители различных структурных подразделений, порой вкладывая в него совершенно разные понятия.

Так что же такое бренд?

Существуют разные версии происхождения термина, но широкое распространение он получил лишь на Диком Западе, тогда «brand» означал клеймо, выжигаемое для дальнейшей идентификации принадлежности скота. Более широкий смысл слово приобрело несколько позже.

«Бренд – это совокупность представлений, ассоциаций, образов, идей и

обещаний, которые складываются в умах людей». То есть явление, обладающее устойчивыми ассоциациями (имиджем) и имеющее широкую известность [11].

Часто бренд отождествляется с такими понятиями, как «товарный знак» или «торговая марка». Так ли это? Если провести аналогию с человеком, то торговая марка – это имя, отчество, фамилия человека, а бренд – это имя широко известного человека, на которого хотелось бы многим равняться. Марка становится брендом тогда, когда объективное восприятие товара заменяется субъективным. Мы даем собственную оценку качеству, надежности, безопасности, эргономичности, дизайну, названию и добавляем еще и свои эмоции: «Эрмитаж – это сокровищница мировых исторических ценностей», «Денис Мацуев – это суперпрофессионал», «Байкал – это жемчужина Сибири», плюс ко всему это все престижно и круто!

Конечно, эмоциональная составляющая – это все очень хорошо, но без качества нет бренда. Поэтому настоящий бренд – это осведомленность широкой аудитории об отличном качестве товара, его репутации, имиджа. В целом, это сумма свойств «продукта»: его имени, цены, истории, впечатлений, которые он производит на потребителей.

Как создается бренд?

На западе для раскрутки бренда работают целые команды и тратятся многие миллионы: нейминг (это создание звучного имени), брендбук (концепция бренда, атрибуты бренда (логотип, слоган, звуковые символы), целевая аудитория, позиционирование компании и другие данные, которыми руководствуется отдел маркетинга и руководители бизнеса для построения коммуникации с потребителями и развития компании в целом) и национальная идея, которая в настоящее время не только перспективна, но и в моде!

В проектах культурно-досуговой учреждений все должно строиться на национальных идеях. В основу надо брать объекты нематериального культурного наследия, локально бытующие в определенном районе Иркутской области. Нужно больше идей, которые позволяют связать потребителя товара/услуги с определенным стилем жизни, набором ценностей. А идей мало, но только не в культуре! Последние пять лет активно министерством культуры Российской Федерации продвигается новое направление, как культурный туризм. Много проектов придумано коллегами, проживающими в западной части нашей страны.

Брендинг (branding) – это собственно процесс создания и развития бренда, основной способ дифференциации продуктов, инструмент продвижения товаров на рынок и создания долгосрочной связи с потребителями на основе актуальных для потребителей ценностей, заложенных в бренд. Если сказать короче, то

брендинг – это комплекс последовательных мероприятий, направленных на создание целостного и востребованного потребителем имиджа продукта или услуги. Совсем коротко: брендинг – это управление брендом [8].

Бренди́рование — это одно из направлений рекламы, которое работает на улучшение имиджа компании, путем нанесения рекламной информации на различные поверхности (транспорт, витрины, оборудование) [10].

Брендинг территорий — стратегия повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон и государств с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов. Брендинг мест направлен на преодоление дефицита материальных и нематериальных ресурсов в регионе, в его основе лежит идея донесения до широкой общественности представления об уникальности территории [7].

С помощью брендинга можно достичь многого в продвижении культурно-досугового проекта. В частности, он позволяет:

- поддерживать запланированный объем услуг на конкретном рынке и реализовывать на нем долговременную программу по созданию и закреплению в сознании потребителей данной услуги;

- обеспечить увеличение прибыли в результате расширения видов услуг и знаний об их общих уникальных качествах, внедряемых с помощью коллективного образа;

- отразить в рекламных материалах и кампаниях культуру страны, региона, города, села, где проводится услуга, учесть запросы потребителей, для которых он предназначен, а также особенности территории, где он предлагается и продается;

- использовать три важных для обращения к рекламной аудитории фактора – исторические корни, реалии сегодняшнего дня и прогнозы на перспективу.

От чего зависит успех проекта?

В первую очередь, если авторы четко ответили себе на три вопроса:

- Кто является целевой аудиторией?

- Какое обещание (предложение) следует сделать этой аудитории?

- Какое доказательство необходимо ей привести, чтобы показать, что это предложение чего-то стоит.

Зачем нужен бренд?

Он нужен для привлечения дополнительной прибыли, для идентификации себя и своих услуг среди конкурентов. Он дает возможность распространять свое

влияние на смежные области.

Итак, что же такое брендовый праздник?

Любое мероприятие – это атмосфера, колорит и это действие. Брендовое мероприятие – это не просто мероприятие, это знания, полученные своим, и обязательно, подтвержденные чужим опытом (знакомых и СМИ). Оно, должно стать «общим достоянием», открытым и привлекательным для населения.

Брендовое мероприятие – это ваша визитная карточка, это яркое и зажигательное торжество. При создании таких мероприятий главный акцент делается на интересы, ценности, индивидуальные черты и преимущества. Воплотить все это возможно только при вашем желании того, чтобы у вас был необычный праздник, не такой как у всех, чтобы у вас был свой исключительный день, своя история.

Бренд – это символ доверия аудитории к качеству, подлинности культурного продукта.

Массовые мероприятия оказывают огромное эмоциональное влияние на целевую аудиторию, главным образом, благодаря тому, что дают возможность человеку «почувствовать» бренд в прямом смысле слова, получить реальный опыт от общения с маркой. Важно, что общение происходит в ненавязчивой форме. В результате у потребителя сохраняется ощущение самостоятельного выбора.

Очевидно, что преимущества «раскрученного» события велики: во-первых, оно охватывает массу народа и, во-вторых, оно повторяется через определенное количество времени [2].

В последнее время создание брендов касается многих регионов. Это связано с тем, что в ситуации глобальных процессов власти современных территорий активно занимаются поиском уникальной конкурентной ниши, которая бы способствовала притоку крупных инвестиций и туристических потоков. На наш взгляд, одним из условий, снижающих последствия глобализации для России, является формирование региональных брендов, в том числе культурных. С одной стороны, региональные бренды создаются на основе региональной идентичности и общности культурных, а иногда и этнических, и иных ценностей, многообразных ресурсов, а с другой стороны, процесс создания регионального бренда основывается на реализации долгосрочной политической и макроэкономической стратегии региона, комплекса информационных и рекламных мероприятий, которые продвигают территорию. Процесс создания брендов территорий набирает свою силу как в европейской части Российской Федерации, так и в отдалённых её восточных, северных территориях.

Региональные культурные бренды должны основываться на историко-культурных личностях, памятниках или на историко-культурных событиях, которые имеют отношение не только к культуре и истории данного региона, но и имеют огромный вес в историко-культурном наследии страны. Региональные культурные бренды, в отличие от брендов коммерческих, социальных, не могут быть придуманы имиджмейкерами и сделаны под заказ, так как они основываются на историко-культурном наследии. Основой развития региональных культурных брендов являются *краеведческие информационные ресурсы (КИР)*, которые заключают в себе огромный потенциал для развития территории и представляют собой: научные достижения, произведения художественного творчества, традиции, обычаи, обряды и др., способствуя производству новых культурных ресурсов, обеспечивая устойчивость и продвижение региона в мировом сообществе.

Значимую роль в формировании региональных культурных брендов принадлежит главным держателям КИР – местным культурно-досуговым учреждениям, библиотекам, архивам и музеям, которые обладают уникальными КИР и являются центрами сосредоточения знаний о регионе, главными региональными хранилищами культурно-исторического наследия, а также позволяют получить интересующие сведения о регионе, представить экономический, культурно-исторический, природный, туристический потенциал территории, внося огромный вклад в формирование региональных культурных брендов. [5].

Объекты нематериального культурного наследия в своем развитии и способны стать полноценными брендами территорий. В Российской Федерации создана концепция «Программы нематериального культурного наследия народов Российской Федерации на 2009-2015 годы». В соответствии с перечнем поручений Президента Российской Федерации по итогам заседания Госсовета РФ от 26.12.2006 г. и выполнением Программы мероприятий по реализации Концепции сохранения и развития нематериального культурного наследия народов Российской Федерации на 2009-2015 годы, утвержденной приказом Министерства культуры Российской Федерации за № 267 от 17 декабря 2008 года, осуществлены работы по разработке опытного (пилотного) варианта электронного Реестра объектов нематериального культурного наследия народов Российской Федерации. Электронный каталог представляет собой информационную систему, включающую в себя базу данных ОНН (аннотация, описание, исследование, документирование, реферат, примечания, цифровое отображение – графика, фото, видео и звук) и его можно посмотреть на сайте Государственного Российского Дома народного творчества:

<http://www.rusfolkknasledie.ru/ih.shtml?123894>. В списках ЮНЕСКО «Шедевры устного и нематериального культурного наследия человечества» включены якутский эпос «Олонхо» и «Семейские» Забайкалья. Эти объекты уже стали брендами территорий.

В настоящее время во всех субъектах Российской Федерации разрабатываются бренды территорий, так называемые культурные бренды, которые способны поднять инвестиционную и туристическую привлекательность городов и сёл. Работники культуры возрождают историю сёл своих районов, изучают великие дела своих предков, ищут изюминку в каждой деревне то, что могло бы стать отличительной особенностью, брендом, частью так называемой стратегии территории.

Так, например, в Губкинском городском округе Белгородской области изучили опыт предков почти двухвековой давности. Идею бренда подсказала выдающаяся личность и научная деятельность Ивана Пульмана, селекционера и метеоролога XVIII-XIX веков, основавшего первую на белгородской земле метеостанцию и Богородицкое опытное поле. Сама судьба велела его потомкам возродить на родной земле в селе Бобровы Дворы хлебную ярмарку. Проект «Хлебная ярмарка», который представила директор Боброводворского культурно-оздоровительного комплекса Лидия Фурсова – это отголосок прошлого губкинской земли, когда существовали зерновые ярмарки и мельницы, выращивались лучшие селекционные образцы зерновых культур. В рамках социально-культурного кластера губкинцы планируют создать туристический объект – хлебопекарню «Богородицкая житница».

В Республике Хакасия в списке брендовых мероприятий – IV Международный культурно-туристский форум «Историко-культурное наследие как ресурс социокультурного развития». В деловую программу форума вошли новые секции и конференции: по культуре питания, театральная секция, в центре внимания которой будет социальный аспект в театральной деятельности, международная школа фотохудожников, популяризирующих богатейшее культурное наследие России и международный выставочный проект «Евразия: пространство времени и жизни», уникальная фотовыставка снимков, сделанных выдающимся хакасским деятелем Степаном Дмитриевичем Майнагашевым. Форум проводится под эгидой ЮНЕСКО, при поддержке Министерства культуры Российской Федерации.

В Новосибирской области сложилась система «брендовых» фестивалей народного творчества Сибири, включающая Всероссийский конкурс классического танца «Душой исполненный полёт», Всероссийский фестиваль любительских театров кукол Сибири и Дальнего Востока «Петрушкины забавы»,

Всероссийский фестиваль любительских цирковых коллективов «Арена», Сибирский фестиваль-конкурс хореографического искусства «Калейдоскоп ритмов» и др.

Праздник «Енисейская уха» – одно из брендовых мероприятий Красноярского края в поселке Усть-Кемь Енисейского района. Уникальное летнее событие уже отметило свой пятилетний юбилей и в этом году традиционно станет местом встречи и отдыха для гостей со всего региона. «Енисейская уха» – это не только конкурсная программа, но и игровые площадки, концерты, спортивные соревнования, мастер-классы по изготовлению поделок и ярмарка изделий декоративно-прикладного творчества.

В Челябинске признан одним из брендов Южного Урала международный фестиваль национальных культур «Синегорье», который проходил в седьмой раз и длился четыре дня, каждый из которых имел свою «изюминку». На сцене театра оперы и балета в рамках фестивальной программы перед зрителями выступал Омский русский народный хор, известный хор имени Пятницкого, артисты Государственного театра танца Калмыкии «ОйратЫ» в своих полных национальным колоритом выступлениях. А в театре драмы имени Наума Орлова состоялся гала-концерт фестиваля, на котором участвовал ансамбль танца «Урал». В рамках фестиваля «Синегорье» прошли концерты не только в столице Южного Урала, но и в Миассе, Каслях, Озерске, Кыштыме, Сатке.

В Иркутской области признанным считается проведение в конце сентября Дней русской духовности и культуры «Сияние России». В течение 21 года в эти дни в каждом учреждении проходят встречи с писателями, композиторами, проходят концерты, лекции, различные выставки, показы кинофильмов, утвержденные программой министерства культуры и архивов Иркутской области.

В целом, региональный культурный брендинг – это новая деловая философия, заключающаяся в создании и поддержании притягательности и престижа территории, а также привлекательности сосредоточенных на ней историко-культурных ресурсов и возможностей их реализации. Это направление деловой жизни быстро развивается и набирает обороты в нашей стране, и по всему миру.

Успешный культурный брендинг обеспечит региону привлечение на свои территории инвестиций, туристических потоков, а также привлечение квалифицированной рабочей силы.

1. Брендные культурно-досуговые проекты учреждений культуры Иркутской области

«Виктория»

Наименование проекта: фестиваль клубники «Виктория»

Дата проведения: 20-30 июля каждого года.

Место проведения: город Байкальск и прилегающие к нему территории: п. Солзан, п. Утулик. Садоводства: Бабха, Виктория, Горный, Строитель.

Организаторы мероприятия: Администрация байкальского городского поселения, МКУ ДК «Юбилейный».

Формат основного мероприятия – фестиваль.

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: фестивали кузнечного дела, деревянного зодчества, красок; выставка «История клубничного фестиваля»; работа музейной палатки; ярмарка декоративно-прикладного искусства, произведений живописи, кулинарных изделий, варенья и джемов, ягод разных сортов; детская игровая программа; концертно-развлекательная программа; шоу мыльных пузырей; день рождения Виктора и Виктории; концерт «Клубничное ассорти»; конкурс красоты «Мисс Виктория»; поздравление свадебных пар в день бракосочетания; фейерверк.

Цель: предоставление возможностей для самореализации населения, раскрытие творческого потенциала и активного общения жителей города и гостей фестиваля.

Задачи: активизация деятельности творческих организаций, выявление и поддержка талантливых людей города и района, создание условий для реализации их творческого потенциала; пропаганда здорового образа жизни; внедрение инновационных технологий организации культурно-массовых мероприятий; объединение усилий органов власти, общественных организаций и других заинтересованных лиц для поддержки современного, культурного досуга населения.

Участники: Иркутская обл., Слюдянский район, Байкальское городское поселение.

Публикации в СМИ:

1. <http://baikalfinans.com/lichnyie-dengi/v-baykalske-24-26-iyulya-proydet-sedmoy-festival-klubniki-viktoriya-22072015-14848260.html>
2. <http://www.ogirk.ru/news/2014-06-24/43555.html>
3. <http://vesti.irk.ru/news/society/166343/>
4. <http://pro-baikal.ru/2015/07/20/baikal-fest-2015/#5>

«Мастер. Стиль. Современность»

Наименование проекта: профессиональные и любительские конкурсы парикмахерского мастерства «Мастер. Стиль. Современность».

Время и место проведения:

1-й конкурс «Длинная коса-девичья краса», март 2012г.;

2-й конкурс «Великолепный век», апрель 2013г.;

3-й конкурс «Империя красоты», апрель 2014г.

Организатор: муниципальное бюджетное культурно – досуговое учреждение «Дворец культуры». Автор проекта – заместитель директора по творческой работе Драбик Нина Валентиновна.

Формат проведения проекта – молодежная шоу-программа.

Реализуется в два тура. I тур – мастерам предлагается за определенный промежуток времени создать несколько причесок. II тур – мастера салонов красоты представляют коллекции причесок. Формат презентации – дефиле с использованием современных технологий (мультимедия, свет, звук и т.п.). Для создания коллекций участники конкурса привлекают модельеров, дизайнеров, визажистов, специалистов по нео-дизайну и т.п. Средняя численность представляемых мастерами коллекций от 14 до 17. Каждая коллекция – это индивидуальная, яркая, красочная шоу-программа, в которой одновременно принимают участие до 200 человек.

Формат дополнительных мероприятий: Городской конкурс среди школьников «Длинная коса-девичья краса», мастер-класс парикмахерского искусства. Основными целями проведения городского конкурса среди школьников «Длинная коса – девичья краса» являются: объединение и сплочение учащихся через участие в совместном творческом мероприятии; выявление интересов и способностей учащихся школ к профессиональной деятельности в области индустрии моды и красоты; создание условий для практической пробы сил учащихся в деятельности, приближенной к профессиональной. Задачами конкурса являются: популяризация совместного творчества; профессиональная ориентация подростков и молодёжи; пропаганда здорового образа жизни и полноценного досуга среди населения; создание условий для творческой реализации педагогов и учащихся; выявление талантливых моделей для участия в шоу-программах МБКДУ «Дворец культуры».

Цель: создание условий для обмена опытом работы, повышение престижа мастеров парикмахерского искусства, профессионального мастерства парикмахеров, творческой активности и художественно-эстетического уровня выполнения работ.

Задачи: обучение специалистов новым направлениям техники выполнения работ; продвижение новых технологий и повышение качества услуг; популяризация профессии; повышение культуры и качества обслуживания населения.

Участники: мастера салонов красоты и парикмахерских г. Усолье-Сибирское, учащиеся и педагоги средних образовательных учебных учреждений г. Усолье-Сибирское.

Публикации в СМИ:

1. <http://www.dk-usolie.ru /dlinnaya-kosa-2014-polozhenie.html>
2. <http://usolie.info/news/kultura/-dlinnaya-kosa-devichya-krasa-v-usole-proshel-konkurs-yunykh-masterov-prichesok.html>
3. <http://usolesibirskoe.bezformata.ru/listnews/dlinnaya-kosa-devichya-krasa/2676945/>

«Усольский бульвар»

Наименование проекта: вечера танцев для людей среднего, старшего, пожилого возраста под открытым небом «Усольский бульвар».

Дата и место проведения: еженедельно по пятницам с начала июня до середины сентября на уличной площадке Дома культуры «Мир».

Организатор мероприятия: Муниципальное бюджетное учреждение культуры «Дом культуры «Мир».

Формат основного мероприятия: Вечера танцев для людей среднего, старшего, пожилого возраста под открытым небом.

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: выставки, мастер-классы, концертные, игровые программы, конкурсы и т.д. «Усольский бульвар» - это не только танцы. Каждый вечер имеет свою тематику, несет не только развлекательную, но и познавательную и воспитательную функции. В 2009 году каждый танцевальный вечер был посвящен изучению бального, историко-бытового и народного танца. В 2010-2015 годах тематика и программы танцевальных вечеров более разнообразны: тематические программы, посвященные народным и календарным праздникам, Дню города. Каждую пятницу на «Усольский бульвар» приглашаются творческие коллективы или известные личности. Кроме танцев происходит знакомство с интересными людьми города. Расширился ассортимент услуг: желающие могут поиграть в настольные игры (шахматы, шашки, домино), работает буфет.

При планировании работы танцевальных вечеров организаторы учитывают различные возрастные группы населения. Так как вечера проходят бесплатно на открытой площадке, приходят на «Усольский бульвар» и молодёжь, и дети. Это

положительная тенденция: глядя на то, как проводят досуг люди старшего поколения, юные усольчане учатся у них культуре поведения. Слушая танцевальную музыку прошлых лет, развивают музыкальный вкус, узнают игры, в которые играли их родители и бабушки с дедушками и т.д. При желании дети могут получить игровой реквизит и поиграть в бадминтон или мяч, попрыгать через скакалку и проч.

Цель: организация содержательного досуга всех возрастных групп, семейного отдыха в летний период, оказание услуг населению в плане культурно-досуговой деятельности.

Задачи: Освоение новых форм работы, новых площадок в других микрорайонах города для привлечения большего числа посетителей. Сотрудничество с различными учреждениями культуры, общественными организациями, СМИ для наиболее качественной и разнообразной работы.

Участники: население г. Усолье-Сибирское.

Сценарии для каждого мероприятия создаются каждый раз различные, в зависимости от тематики программы. Музыкальное сопровождение подразделяется на непосредственно танцевальные блоки и на театрализованную часть. Оформление сцены изготавливается для наиболее крупных мероприятий, такие как День города, открытие и закрытие сезона и др. На протяжении всего летнего периода предполагается стационарное оформление.

Публикации в СМИ:

1. <http://dkmir-usolie.ru/>
2. <http://www.2r.ru/rea/2015/event/view/62607> Усольский бульвар
3. http://www.people.su/youtube_video-usolskijj-bulvar-snova-otkryt
4. <http://usolie.info/news/photo/98684/?print=Y>
5. <http://bazazakonov.ru/doc/?ID=2570975>

«Петровская ассамблея»

Наименование проекта: светский вечер «Петровская ассамблея».

Дата проведения: 31 января 2015 года.

Место проведения: город Усть-Илимск, МБУК «ДК им. И.И. Наймушина».

Организатор: Муниципальное бюджетное учреждение культуры «ДК им. И.И. Наймушина».

Формат основного мероприятия: вечер отдыха. Основной формат проекта направлен на возрождение и сохранение традиций культурного наследия, на популяризацию славянской культуры и правильное понимание истории России и роли личности в истории.

Сценарий и костюмы являются авторскими (автор сценария - культурорганизатор МБУК «ДК им. И.И. Наймушина» И.В. Дементьева, автор костюмов – зав. костюмерной МБУК «ДК им. И.И. Наймушина, И.А. Ан). В марте 2015 года Дворец культуры с этим мероприятием принял участие в Международном интернет-конкурсе для детей, молодежи и взрослых «ТАЛАНТИКО» и получил Диплом 1-ой степени в номинации «Костюм» (за костюмы «Екатерина», «Шут», «Княжна») и Диплом 3-ей степени за авторский сценарий.

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: танцевальный мастер-класс (Вальс, Полонез); видео-инсталляция «Петровская ассамблея» (Ассамблеи 17 века, Архитектура 17-18 веков, Портрет и памятник Петра I, Петергоф, История русского народного костюма, Танцы 18 века, Музыка 18 века, мода 17-18 веков); игровая программа для взрослых (игры и развлечения Петровской эпохи) – «Жмурки», «Мушка», «Кубок Орла» (описание игр в сценарии).

Цель: воссоздание или «оживление» истории русского народа через театрализацию на сценической площадке.

Задачи: знакомство жителей города Усть-Илимска с культурно-историческими событиями и значимыми людьми, жизнь которых может служить примером для подражания; формирование позитивных устремлений у детей, подростков и их родителей; организация современного и культурного досуга населения.

Участники: население города Усть-Илимска.

Творческие коллективы и отдельные исполнители Дворца культуры выставили яркие и красивые номера: народный театр балета «Солнечные блики», театр танца И. Жмуровой, народный ансамбль «Русская песня», вокальный ансамбль «Усть-Илимские казаки», солисты Ю. Ярцева, Г. Абросимов, В. Прозоровская.

Публикации в СМИ:

1. <http://дк-наймушина.рф/page/3/5.html>.
2. http://www.ust-ilimsk.ru /index.php?option=com_content&view=article&id=15265:-q-q

«Голос лета»

Наименование проекта: конкурс детского и юношеского вокального мастерства «Голос лета»

Дата проведения 8 июля 2014года, 8 июля 2015года

Место проведения – Иркутская область, Братский район, село Калтук, улица Погодаева, 12 б.

Организатор мероприятия – МКУК “Калтукский КДЦ Братского района”, отдел по делам молодежи.

Формат основного мероприятия – конкурс вокального мастерства.

Формат дополнительных мероприятий: мастер-класс студента 4 курса академии имени Гнесиных Жукова Б.Б., мастер-классы хормейстера КДЦ Красновой Л.Л., цикл мероприятий для лагеря дневного пребывания “Родничок”, сольный концерт Жукова Б.Б. “Я люблю тебя, Россия.

Цель проекта - социальная адаптация детей и подростков, находящихся в трудной жизненной ситуации, развитие их творческих способностей.

Задачи: поиск, развитие и поддержка молодых талантливых исполнителей; повышение исполнительского мастерства юных певцов, укрепление взаимопонимания и дружеских связей между детьми и молодежью, организация обмена опыта музыкальных руководителей.

В клубных формированиях дома культуры в летний период занимаются 120 детей. Но главной задачей стала организация занятости детей из малообеспеченных, неблагополучных семей и детей-инвалидов. Именно эта категория детей часто чувствует себя незащищенными, обделенными. Основной идеей проекта стала возможность любому ребенку поучаствовать в конкурсе, независимо от уровня подготовки. Было дано объявление, все желающие могли подать заявку на участие в конкурсе. Каждый исполнитель мог представить только одну песню, композицию. Дети выбирали сами. Работники КДЦ помогали всем детям подготовить фонограммы. Регулярно в течение месяца проводились репетиции, а так же хормейстер культурно-досугового центра - Краснова Л.Л. и студент Российской академии музыки имени Гнесиных - Жуков Б.Б. давали мастер-классы. Итогом стал конкурс “Голос лета”, который проводится ежегодно 8 июля, в День семьи, любви и верности.

В 2014 году этот конкурс прошел впервые. В нем приняло участие 26 детей и подростков. Участвовали не только дети из села Калтук, но и ребята, которые проводили каникулы в нашем селе. Это дети из города Иркутска, Усть-Кута, Усть-Илимска, Братска. Согласно положению все выступающие были разделены по номинациям и возрастным категориям. Порядок выступлений устанавливался путем жеребьевки. Чтобы мероприятие стало настоящим праздником, для сценария была выбрана театрализованная форма. В 2014 году ведущими были весёлые дикари - Чунг и Чанг, а в 2015 году - Зебра и Мартышка. Роли ведущих исполняли культорганизатор - Белоусова О.К. и библиотекарь Шибанова Е.В. Такая форма помогает конкурсантам преодолеть волнение перед первым

выходом на сцену. А для основной массы участников это был именно первый выход. Пришлось немало поработать с семьями. Особое внимание уделялось семьям, находящимся в трудной жизненной ситуации. Ведь участник должен эстетично выглядеть, уверенно держаться на сцене и чувствовать поддержку своей семьи. И эта работа дала хорошие результаты. Поддержать юных участников пришли все их близкие и родные. Зрительный зал был полон. Конкурс получил большой отклик наших односельчан. В 2014 году членами жюри были хормейстер дома культуры - Краснова Л.Л., музыкальный руководитель МДОУ «Светлячок» - Бутакова Л.Г., музыкальный педагог «МКОУ Калтукская СОШ» - Жукова Н.Г. и Жуков Б.Б. - студент Академии музыки имени Гнесиных, выпускник Калтукской средней школы и наш односельчанин. Грамоты и подарки получили все участники независимо от места. По нашим правилам участник, получивший Гран-при, не имеет права участвовать в конкурсе на следующий год. Но ему предоставляется честь открыть конкурс в новом году и занять место в жюри. В 2014 году Гран-при получила Белоусова Алена (Калтук). В 2015 году она стала одним из членов жюри. Приз зрительских симпатий присуждается путем голосования зрителей. В 2015 году интерес к конкурсу возрос, и нам пришлось внести изменения в положение. Теперь участник мог выступить только в одной номинации – либо сольное пение, либо в вокальной группе. Реализация этого проекта стала возможной благодаря участию дома культуры в программе «100 модельных домов культуры Приангарью» на 2012-2014 годы. Это позволяет детям более профессионально заниматься вокалом с использованием профессиональной аппаратуры и приглашать специалистов высокого уровня.

Для того чтобы сделать наш проект более значимым мы планируем сделать: изготовить логотип мероприятия; изготовить баннеры с логотипом и фотографии исполнителей; планируем в 2016 году сделать мероприятие районным (с.Большеокинский, с. Куватка, с. Ключи Булак, с. Леоново, С.Кумейка); планируется публикация в СМИ газета «Знамя», «Братский район»; организовать гастрольную деятельность лучших исполнителей в районе; заказать выпуск рекламной продукции с логотипом конкурса (календари, футболки, кружки); пригласить телекомпанию г. Братска для освещения мероприятия; изготовить видеозапись на диски для участников конкурса.

«Пихтинские встречи»

Наименование проекта: праздник «Пихтинские встречи».

История возникновения, идея. Возрождение и сохранение народных традиций – историческая основа и неотъемлемый компонент жизни людей,

населяющих участков Пихтинский Заларинского района Иркутской области. Здесь проживают выходцы из Восточной Пруссии, именующие себя бужскими голендрами. Они поселились в начале XX века в годы Столыпинской реформы. Сегодня населенные пункты являют собой удивительный феномен сохранения западно-европейской культуры. Удаленное от райцентра, от других сел и деревень, население сохранило самобытную архитектуру домов и хозяйственных построек, язык, лютеранское вероисповедание, обряды, традиции, национальную кухню, быт. История и культура пихтинского народа – неисчерпаемый источник духовного развития. Национальная культура, которую привезли из Европы их предки и сохранили в Сибири, должна быть передана молодому поколению пихтинцев. Задача взрослых – помочь подрастающему поколению освоить традиции и обычаи пихтинских голендр.

В 2008 году состоялось большое празднование 100-летия заселения сел Пихтинск, Средний Пихтинск и Дагник. В этот день Пихтинск собрал более 2000 гостей не только из России, но и из Германии, Польши, Литвы, Голландии и др. стран, где живут потомки голендр. На деньги, собранные общественностью (более 300 тысяч рублей) поставили памятники первопроходцам и погибшим в годы Великой Отечественной войны и репрессированным. С тех пор решено было проводить этот праздник ежегодно в начале июля. Праздник каждый год посещает делегация из Германии.

Особенно богаты и разнообразны традиции кухни голендр, которые сохранились и передаются из поколения в поколение. Самым известным блюдом среди переселенцев из Буга, которое было на столе почти каждый день – вареники. Поэтому вот уже 2 года в программу праздника входит фестиваль вареников.

Дата проведения: первая суббота июля.

Место проведения: Заларинский район, участок Пихтинский, Бабцин кут.

Организаторы проекта: Комитет по культуре администрации муниципального образования «Заларинский район», муниципальное образование «Хор-Тагнинское», МБУК «Средне-Пихтинский Дом Досуга».

Формат основного мероприятия: праздник.

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: театрализованная концертная программа, театрализованная детская программа, фестиваль вареников, спортивные соревнования, выставка декоративно-прикладного искусства, выставка-ярмарка национальной кухни, сувенирной продукции.

Цель проекта: возрождение и сохранение национальных традиций и культуры пихтинского народа.

Задачи: изучение обычаев, обрядов и традиций предков, духовное и нравственное воспитание детей и молодежи участка Пихтинск; привлечение внимания общественности, туристов к народным традициям и культуре.

Участники: национально-культурные объединения чувашей, вепсов, татар, голендров, белорусов, украинцев, русских, гости из России, Германии, Польши, Литвы, Голландии.

Публикации в СМИ:

1. Уварова О. М. Пихтинские встречи {Электронный ресурс}: {сайт}. - {М.}, 2014.- URL: <http://www.Pribaikal.ru>, www.zalari.ru (9 июля 2014г.)

2. Юринская Н.А. {Электронный ресурс}: {сайт}. - {М.}, 2015.- URL: <http://www.Pribaikal.ru>, www.zalari.ru (8 июля 2015г.)

3. Водопьян Е. В Пихтинске встреча// Сельская новь.-2010.-16 июля. - с.3

4. Людвиг Е. В Пихтинске встреча// Сельская новь.-2015.-31 июля. - с.2

«Мы разные. Мы вместе»

Наименование проекта: областной этнофестиваль «Мы разные. Мы вместе».

История возникновения, идея. В поселке Залари создан национальный семейный центр «Содружество», который сохраняет и развивает национальные семейные ценности и традиции. В активе центра – главы муниципальных образований, клубные работники, волонтеры из числа активных граждан. Целенаправленно работают 12 клубных объединений и творческих национальных коллективов. Они знакомят население с национальными и культурными обычаями и традициями разных народов, развивают национальное художественное творчество, укрепляют материально-техническую базу национальных коллективов, развивают дружественные отношения между диаспорами. Мероприятия проекта: проведение вечеров национальных культур в местах компактного проживания национальностей, подготовка видеофильмов («Пихтинские голендры, «Чуваши Сибири», «Кто вы, вепсы?»), районная выставка декоративно-прикладного творчества «Корни нашей души». Заключительным мероприятием стал районный фестиваль «Дружба народов – единство России». В 2009 году проект был поддержан Министерством культуры и архивов Иркутской области, Областным центром народного творчества и досуга и с тех пор ежегодно проходит областной этнофестиваль «Мы разные. Мы вместе».

Время проведения: июнь – июль.

Место проведения: п.Залари.

Организаторы мероприятия: Министерство культуры и архивов Иркутской области, ГБУК «Иркутский областной Дом народного творчества», МКУ Комитет по культуре администрации муниципального образования «Заларинский район».

Формат основного мероприятия: фестиваль.

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: выставка «Национальная кукла», выставка декоративно-прикладного искусства, районная выставка-ярмарка достижений муниципальных образований района «Одна земля, одна страна, одна семья», дефиле «Национальный костюм», шествие участников областного праздника по улицам поселка.

Участники фестиваля-конкурса исполняют 2 разнохарактерных номера общей продолжительностью не более 10 минут. Номинации: вокальный ансамбль, фольклорный ансамбль, хореографический ансамбль, мастер ДПИ, мастер по созданию национальной куклы, национальный костюм творческого коллектива, принимающего участие в фестивале. Критерии оценки: артистизм, уровень исполнительского мастерства, сценическая культура участников, качество музыкального материала, использование костюмов, реквизита и соответствие их выбранному материалу.

Участники выставки ДПИ и кукол представляют отдельные или коллекционные работы (1 - 25 работ). Критерии оценки по декоративно-прикладному искусству: сохранение и развитие народных традиций, художественный уровень, уникальность исполнения и мастерство авторской разработки, сибирская колористика. Критерии оценки по созданию национальной куклы: авторство, гармоничность и выразительность образа; художественная ценность; соответствие традициям национального костюма; сложность работы.

Критерии оценки по национальному костюму: соответствие традициям национального костюма; соответствие образа заявленного костюма; целостность художественного образа; соответствие материалов стилевому решению.

Цель проекта: формирование и поддержка среды межнационального культурного общения в Иркутской области.

Задачи: изучение и сохранение традиций национальных культур, пропаганда национально-культурных ценностей, активное внедрение инновационных этно-социокультурных форм работы.

Участники: национальные вокальные, фольклорные, хореографические коллективы, мастера декоративно-прикладного искусства, мастера, создающие национальные куклы, осуществляющие свою деятельность на базе культурно-

досуговых учреждений и учреждений дополнительного образования в сфере культуры Иркутской области, а также творческие коллективы других ведомств.

Творчество национальных культур представили делегации из области:

Заларинский район: национально-культурные объединения чувашей, вепсов, татар, голендров, белорусов, украинцев, узбеков и русских;

Куйтунский район: детский хореографический коллектив «ЧАБОРОК», белорусский фольклорный ансамбль «Сунички»;

Аларский район: украинский культурный центр, межпоселенческая бурятская национально-культурная автономия, татарский культурный центр, ансамбль русской песни «Родник»;

город Саянск: ансамбль «Каравай»;

город Иркутск: Иркутское армянское культурное общество, Иркутская киргизская национальная диаспора;

Усольский район: Народный ансамбль русских инструментов «Славяне»; Народный танцевальный коллектив «Жарки»;

Качугский район: русские вокальные коллективы;

Зиминский район: детская фольклорная группа «Мрия», чувашский и украинский национальные коллективы;

Нукутский район: бурятские национальные коллективы («Баяр», Адууша», «Байгал» и др.;

Балаганский район: вокальные и фольклорные коллективы;

город Усолье – Сибирское: татарский национальный центр, Народный хореографический ансамбль «Радость».

Публикации в СМИ:

1.Сапожкова Т. Областной этнофестиваль {Электронный ресурс}:{сайт}.- {М.}, 2012.- URL: <http://www.Pribaikal.ru> (29 июля 2012г.)

2.Кожевникова Е.В., Ленкова Н.И. Областной этнофестиваль «Мы разные. Мы вместе»{Электронный ресурс}:{сайт}.-{М.}, 2014.- URL: <http://www.Pribaikal.ru>, www.zalari.ru (25 июня 2014г.)

3.Уварова О.М., Юринская Н.А. «Мы разные. Мы вместе» {Электронный ресурс}:{сайт}.-{М.}, 2015.- URL: <http://www.zalari.ru> (2 июля 2015г.)

4.Петрова Э. Мы разные. Мы вместе// Сельская новь.-2012.-20 июля.-№20.-с.4.

5. Петрова Э. Три праздника// Сельская новь.-2015.-17 июля.-№20.-с.5.

«Игрушка, рожденная сердцем»

Наименование проекта: Региональный фестиваль мастеров и любителей декоративно-прикладного творчества «Игрушка, рожденная сердцем».

История проекта. В 2013 году активизировалась работа в направлении декоративно-прикладного творчества, это был год творческого подъема: во всех территориях района проведено анкетирование, организованы встречи с народными умельцами. Тандем в лице методической службы и мастеров способствовал тщательной и кропотливой работе в поиске талантливых людей, занимающихся каким-либо ремеслом. Сейчас в Едином реестре более 200 мастеров. Год отмечен рождением творческого союза мастеров «Зимавея», затем - успешный дебют: выставка умельцев Зиминского района в выставочном зале «Ремесленное подворье» в г.Иркутске, там же персональная выставка мастера Песеговой А.Ю., участие во Всероссийском фестивале-конкурсе «Традиция» (г.Красноярск), где была представлена чувашская игрушка Центра чувашской культуры с. Новолетники, ряд этнографических экспедиций по району, встречи со старожилами, а затем анализ проведенной работы, который показал утерю огромного пласта народной культуры. Намечена программа его возрождения, где большое влияние уделено ремеслам.

Идея. Вот эти небольшие успехи и подтолкнули нас, и даже «заразили», будущим мероприятием. В век гаджетов и технических новинок виртуального мира стала забываться милая с детства игрушка, передаваемая от бабушек, несущая добрую энергетику. Игрушка несет особый смысл - это и оберег будущего наших детей и сохранение корней своих, традиций поколений, поиск смысла жизни на земле. Своеобразным призывом к этому стала идея проведения фестиваля мастеров и любителей декоративно-прикладного творчества «Игрушка, рождённая сердцем», целью которого является сохранение многовековых традиций изготовления игрушки в Сибирском регионе.

Место проведения: Зиминский район; пос. Ц.Хазан, Культурно-досуговый центр.

Исполнитель проекта: Муниципальное казенное учреждение культуры «Районный организационно- методический центр».

Формат проекта: фестиваль

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: выставка игрушки «Мы родом из территории творчества»; конкурс изготовления народной игрушки в формате творческого соревнования в режиме реального времени в течении 3-х часов; мастер-классы по изготовлению игрушки «Джутовая филигрань», «Славянская кукла», «Игрушка из природного материала» и другие; шоу-представление игрушек.

Цель проекта: сохранение многовековых традиций изготовления народной игрушки в Сибирском регионе.

Задачи:

1. организация творческого соревнования среди мастеров и любителей декоративно-прикладного творчества в технике изготовления игрушки;
2. выявление и поддержка молодых талантливых мастеров, создающих произведения декоративно-прикладного творчества;
3. выявление новых художественных методик в области игрушечной культуры;
4. стимулирование интереса современных мастеров и любителей к изучению, сохранению и развитию народных традиций в изготовлении игрушки;
5. расширение культурных связей, укрепление творческих контактов между мастерами, творческими коллективами региона.

Участники проекта. Целевая аудитория участников меняется с каждым годом в сторону увеличения: с 5 территорий (2013 г.) до 13 территорий (2014 г.) Если в 2013г. территории представляли отдельных мастеров, то в 2014г. на фестиваль приехали представители худ. школ, школ ремесел, творческих объединений. Не станет исключением и 2015 год: гостями праздника будут мастера из Красноярского края и Бурятии.

Бюджет проекта составил 22 тысячи рублей.

Публикации в СМИ:

1. <http://zima-info.ru/article/55952>
2. <http://cher.irkobl.ru/society/culture/dom-tvorchestva/novosti/Игрушка-%20статья.doc>
3. <http://irkutsk.bezformata.ru/listnews/igrushka-rozhdennaya-serdtem-proshel/15213373>
4. http://www.gazetrakt.ru/2014/48_2014/3_Portret.php
5. http://www.pribaikal.ru/ziminskij_article/article/19427.html
6. <http://irksportmol.ru/news/municipality/66875-njmfiquhwiugyfuyqwgfiqwr.html>
7. <http://www.ogirk.ru/news/2014-11-12/48234.html>
8. <http://zem-tulun.ru/index.php/home/6-novosti1/542-n89>
9. <http://www.minobr.irkobl.ru/sites/society/news/newsterr/40238>
10. http://www.zalari.ru/new.php?razdelnews=news&id_news=142
11. http://tulunculture.ucoz.ru/index/igrushka_rozhdennaja_serdcem/0-101
12. <http://www.gazetahot.ru/novosti/sport/34229-zalarinskiy-rayon-igrushka-rozhdennaya-serdcem.html>

«Мой народ – моя гордость»

Наименование проекта: районный фестиваль национальных культур «Мой народ – моя гордость»

История и идея проекта.

Со сцены нашего Дома культуры и сельских клубов звучат песни только на русском языке и танцуют только русские народные танцы, и мы пришли к выводу, что это неправильно, ведь в нашем Жигаловском районе проживают люди разных национальностей: украинцы, латыши, чувашаи, немцы, армяне, чеченцы, беларусы, татары и др. В 2011г. состоялся I районный конкурс национальных культур «Мой народ-моя гордость» (11 участников). Участники и зрители остались довольны. Сейчас фестиваль - один из любимых праздников. Мы слушаем песни на разных языках, дегустируем национальные блюда и изучаем национальную одежду разных народов. И не важно, какого цвета у тебя кожа и какой разрез глаз – важнее, какая душа!

Место проведения: МКУК Межпоселенческий Дом культуры п. Жигалово

Исполнитель проекта: Межпоселенческий Дом культуры п. Жигалово, ведущий методист по организации культурно-досуговой деятельности и народному творчеству Межпоселенческого Дома культуры п. Жигалово Е.Н. Скрипкина.

Формат проекта: фестиваль.

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: выставка национальных блюд; выставка работ декоративно-прикладного искусства.

Цель проекта: содействие укреплению межнациональных культурных связей народов, проживающих на территории Жигаловского района.

Задачи:

- патриотическое воспитание молодого поколения на основе духовного наследия, ценностей и традиций национальной культуры;
- развитие творческого потенциала участников, направленного на формирование любви к родному краю, гордости за его духовное, культурное наследие;
- выявление и поддержка одаренной молодежи в области художественного творчества.

Участники проекта: люди разных национальностей Жигаловского района

Публикации в СМИ:

Районная газета «Ленская новь» 12.12. 2014 г (Smi – nov28@rambler.ru)

Иркутский областной Дом народного творчества (<http://www.ocnt.isu.ru>)

«Театральная весна на БАМе»

Наименование проекта: Областной фестиваль любительских театров «Театральная весна на БАМе»

История проекта. На западном участке БАМа на ст.Звёздная в 1974 году был создан театр в рабочей спецовке - так называли группу-бригаду, где бригадиром и актёром был знаменитый Александр Бондарь, а рабочим и режиссёром - Анатолий Бойков. Оба непререкаемые авторитеты, каждый в своей области.

В 1975 году премьерный показ по пьесе Арбузова «Город на заре» потряс жителей Звёздного. Уже в 1978 году любительский театр «Молодая гвардия» носил звание «Народный».

На БАМе театры выросли как грибы после дождя. В Магистральном и по сей день живёт и здравствует народный любительский театр «Современник».

Идею проведения бамовского театрального фестиваля Анатолий Бойков вынашивал несколько лет. И он состоялся в 1982 году. В 1984 году жизнь замечательного человека, талантливого режиссёра оборвала неизлечимая болезнь.

В 1996 году попытался возродить фестиваль заведующий отделом культуры Казачинско-Ленского района Василий Петрович Тур. И только в 2000 году фестиваль «Театральная весна на БАМе» получил новую жизнь. Он проводился с 2000 по 2004 годы ежегодно, затем один раз в два года: 2006 г., 2008 г., 2012 г., 2014 г.

Идея. Продолжить замечательные театральные традиции первых строителей БАМа, воссоздать яркие страницы, связанные с движением любительских театров в период стройки века, повысить художественный уровень любительского театрального движения.

Место проведения: п.Магистральный Казачинско-Ленского района.

Исполнитель проекта: Министерство культуры и архивов Иркутской области, Иркутский областной Дом народного творчества, администрация Казачинско-Ленского муниципального района.

Формат проекта: фестиваль

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: мастер-классы, концерты творческих коллективов, театральное шествие, митинг.

Цель проекта: воссоздание яркой страницы, связанной с движением любительских театров в период строительства БАМа

Задачи:

- аккумуляция в регионе процессов духовного возрождения с учетом замечательных традиций БАМовского прошлого;
- повышение художественного уровня любительского театрального творчества.

Участники проекта. Казачинско-Ленский муниципальный район (народный театр «Современник», народный театр «Импульс», детский

образцовый «Театр и К°», домашний театр «Приют комедиантов», театральная студия «Мы»); Усть-Кутское муниципальное образование (агитбригада «Мы из прошлого»); Чунское муниципальное образование (молодёжный театр «Культ Ура! Ура!»), театр «Диво», театр «Песочные часы»); г.Железногорск (театр «Зеркало»); п.Новая Игирма (театр «Наш дом»).

Публикации в СМИ:

1. <http://www.vsp.ru/culture/2014/07/15/544778>
2. <http://www.ogirk.ru/news/2014-06-06/42942.html>
3. <http://irkobl.ru/sites/culture/news/news/13940/>

«Жизнь души, как вечность, бесконечна»

Наименование проекта: организация клубов для старшего поколения «Жизнь души, как вечность, бесконечна».

История проекта. По итогам конкурса социально-значимых проектов «НАШИ РОДИТЕЛИ» с 2007 года в пяти учреждениях культуры Черемховского района работают 5 клубов выходного дня для пожилых людей. Уже тогда проект имел много положительных откликов со стороны общественности. В 2012 году почти в каждом учреждении культуры начали работу клубные формирования для данной категории населения района.

Идея. Культурная жизнь района живет всевозможными праздниками, событиями и мероприятиями для различных категорий населения. Пожилые же люди остаются без должного внимания со стороны общества. Привлечение внимания общества и создание благоприятных условий для творчества представителей именно этой возрастной категории стало идеей проекта «Жизнь души, как вечность, бесконечна». Проект направлен на решение проблемы организации досуга пожилых людей, интеграцию пожилых людей в социально-культурную жизнь общества, включение их в практическую деятельность в области искусств и художественных ремесел, во всё, что поможет пожилому человеку чувствовать себя полезным.

Место проведения: Иркутская область, Черемховский район.

Исполнитель проекта: отдел по культуре и библиотечному обслуживанию администрации Черемховского районного муниципального образования, МКУК «Межпоселенческий культурный центр администрации Черемховского районного муниципального образования», Благотворительный Фонд местного сообщества «Черемховский район», работники культурно-досуговых центров поселений Черемховского муниципального района.

Формат проекта: занятия клубов по интересам: каждая 1 неделя месяца – занятия прикладным творчеством; каждая 2-я неделя – занятия спортом; каждая

3-я неделя – занятия самодеятельностью; каждая 4-я неделя – игры, танцы, тематические беседы, лекции. Право на посещение КЛУБА имеют все граждане пенсионного возраста. Все услуги социально культурной направленности оказываются гражданам пожилого возраста бесплатно.

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: «Мир не обойдется без меня» – мероприятия самодеятельного творчества; «Здоровые оптимисты» – мероприятия спортивной тематики; «Успешная жизнь – активная жизнь» – встречи с ветеранами Великой Отечественной войны и труда, другими интересными людьми, участие в общественных акциях; «В кругу друзей» – общение вокруг самовара; «Мир в твоих ладонях» – выставочная деятельность.

Цель проекта: привлечение населения пенсионного возраста к культурной жизни общества через создание КЛУБОВ полезного досуга.

Задачи

- Создание необходимых условий для духовного общения, отдыха, удовлетворение досуговых потребностей и интересов, вовлечения в культурно-досуговую деятельность, социальную активность пожилых людей.
- Расширение клубной деятельности по различным направлениям работы учреждений культуры Черемховского района через выявление творческих способностей. Творческая самореализация и развитие творческой активности пожилых людей по месту жительства.

Художественное и техническое оснащение. На территориях решены все организационные и технические вопросы с открытием клубов полезного досуга. Помещения для занятий побелены, покрашены, приобретены комплекты переносной звукоусилительной аппаратуры, ткань с фурнитурой для пошива сценических костюмов, мультимедийные проекторы, ноутбуки.

Участники проекта. Команда привлеченных специалистов составляет 25 человек. Команда партнеров проекта 30 человек. Исполнителям проекта предоставлены необходимые рекомендации, сборники сценариев, разработки форм клубной работы с пожилыми людьми. Сформированные клубы имеют актив и свои планы работы, общая численность которых составляет более двухсот человек.

Бюджет проекта составил 720 тысяч рублей.

Публикации в СМИ:

1. <http://cher.irkobl.ru/society/culture/novosti/detail.php?ID=18296>
2. <http://cher.irkobl.ru/society/culture/novosti/detail.php?ID=23792>
3. <http://cher.irkobl.ru/society/culture/novosti/detail.php?ID=21779>
4. <http://cher.irkobl.ru/society/culture/novosti/detail.php?ID=21644>

5. <http://cher.irkobl.ru/society/culture/novosti/detail.php?ID=13302>
6. http://cafrussia.ru/page/zhizn_dushi_kak_vechnost_beskonechna_irkutskaya_oblast_cheremhovskii_raion

«Душа нации»

Наименование проекта: фестиваль народного творчества творческих коллективов старшего поколения «Душа нации».

История возникновения. Почти в каждом учреждении культуры Черемховского района занимаются творчеством люди пожилого возраста. В целях создания условий для популяризации творчества пожилых людей, обмена творческим опытом и возникла идея проведения районного мероприятия.

Дата проведения: 17.07.2015г.

Место проведения: Иркутская область, Черемховский район, село Бельск, улица Иванова, дом-усадьба П. Ф. Трескина 1887 года постройки, ныне музей дома народного творчества.

Организатор мероприятия: Фонд Поддержки и Развития Филантропии КАФ, отдел по культуре и библиотечному обслуживанию администрации Черемховского районного муниципального образования; МКУК «Межпоселенческий культурный центр администрации Черемховского районного муниципального образования», Благотворительный Фонд местного сообщества «Черемховский район».

Формат мероприятия: фестиваль.

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: экскурсия по музею, концерт творческих коллективов, выставка декоративно-прикладного творчества, выставка национальных блюд

Цели: сохранение и развитие традиций национальной культуры, уникальных русских традиций; повышение социальной роли и художественного уровня традиционного, любительского творчества пожилых людей.

Задачи: поддержка традиционных и современных форм исполнительства, укрепление культурного сотрудничества на основе общности национальных традиций.

Участники: 360 чел. от муниципальных образований Черемховского районного муниципального образования.

Публикации в СМИ

1. <http://ok.ru/kultura.ru/topics>
2. <http://cher.irkobl.ru/society/culture/novosti/detail.php?ID=13302>
3. <http://ok.ru/kultura.ru/album/53186392359028>
4. <http://cher.irkobl.ru/society/culture/novosti/detail.php?ID=21779>

5. <http://ok.ru/kultura.ru/album/53609264775284>

«Играй гармонь, звени частушка»

Наименование проекта: открытый районный фестиваль «Играй гармонь, звени частушка».

История возникновения, идея. В 2010 году, в результате анализа сложившейся в отрасли культуры ситуации, в связи с реализацией Федерального закона от 6 октября 2003 года №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и передачей части полномочий в сфере культуры на уровень сельских поселений, остро встала проблема сохранения единого социокультурного пространства района. Управлением по культуре, молодежной политике и спорту была разработана и реализована муниципальная целевая программа «Сохранение и развитие традиционной народной культуры в Тулунском муниципальном районе».

Был выработан цикл мероприятий, охватывающих основные направления и жанры народного творчества, способствующих привлечению всех жителей Тулунского района к занятиям народным творчеством. В данный цикл вошли 5 проектов, в том числе фестиваль «Играй гармонь, звени частушка».

Организатор: МКУК «Межпоселенческий дворец культуры «Прометей» МО «Тулунский район».

Цель фестиваля: популяризация искусства пения, пропаганда песенного достояния народов, проживающих в Тулунском районе, воспитание приверженности духовным и культурным ценностям своего народа, формирование единого многонационального, культурного пространства на территории Тулунского муниципального района.

Задачи фестиваля: знакомство с живыми народными традициями; развитие старинных и современных форм исполнительства на народных инструментах; выявление новых одаренных и профессионально перспективных исполнителей и коллективов; раскрытие и поддержка молодых талантов; развитие различных жанров народного творчества и его лучших достижений; возможность общения и обмена опытом участников фестиваля и их объединение в рамках фестивального движения.

Формат проекта. В мае 2011 года мы впервые провели фестиваль. Хоровые коллективы, вокальные ансамбли сельских учреждений культуры получили возможность дружеского общения, обмена опытом, творческого роста и самовыражения. Перед проведением фестиваля хормейстеры дворца культуры «Прометей» ведут большую подготовительную работу – организуют выездные и стационарные мастер-классы для творческих коллективов сельских учреждений

культуры, проводят прослушивания, помогают в выборе репертуара, что способствует заметному творческому росту участников мероприятия.

Открывается мероприятие на площади перед дворцом культуры праздничным шествием – парадом коллективов. «Хороводы дружбы», стихийно возникающие частушечные «битвы», переплясы, флеш-мобы, – так происходит «взаимозарядка» позитивом, хорошим настроением. К 12 часам коллективы и зрители проходят в зрительный зал.

Начинается конкурс. Казалось бы, что может быть проще, чем формат конкурсной программы? Объявил участников и итоги – и все. Но в этой простоте и скрывается огромная сложность – ежегодно нужно предлагать зрителям что-то новое, свежий взгляд на мероприятие так называемого «народного плана». Чем удивляли мы за 5 прошедших лет? Хореографическими зарисовками, самоходной русской печкой, вывозящей на сцену Емелю – балалаечника, ансамблем шумовых инструментов, задорными ведущими. В антракте ведущие проводят конкурсы частушек среди зрителей, выступают коллективы. Второе отделение фестиваля целиком отводится под выступление вокальных ансамблей – традиционно самой большой группе участников всех вокальных конкурсов.

Участники: 19 вокальных ансамблей, 7 солистов-вокалистов, 17 частушечников, 14 инструменталистов, 5 хоровых коллективов. В целом – более 200 участников! Возраст наших участников от 5 до 85 лет. В самом названии фестиваля звучит очень знаковое слово – «открытый». Не только представители всех сельских поселений района проявили свои таланты на сцене «Прометей», мы принимали гостей из города Тулуна, Куйтунского, Нижнеудинского, Усть-Илимского районов, городов Саянска и Зимы.

Победители награждаются в следующих номинациях: Гран-при фестиваля; «Люблю гармошку русскую» - гармонисты, исполнители на народных инструментах; частушечники в номинации «Звонкая частушка»; солисты в номинации «Звонкий голос Присяня»; хоровые коллективы в номинации «Русская песня»; в отдельную номинацию вынесены ансамбли, трио, дуэты.

Одним из решающих факторов, обеспечивающих долгую и славную жизнь любого конкурсного мероприятия, является твердая уверенность его участников в профессионализме, доброжелательности, непредвзятости и честности жюри. Постоянные члены жюри фестиваля – педагоги Детской школы искусств села Шерагул, Детской музыкальной школы города Тулуна, профессиональные хормейстеры и музыканты, специалисты Иркутского областного Дома народного творчества. Члены жюри проводят мастер-классы для руководителей вокальных коллективов сельских учреждений культуры района.

Фестиваль «Играй гармонь, звени частушка» за 5 лет своего существования стал значительным событием в культурной жизни нашего муниципального образования и города Тулуна, всегда вызывает большой общественный резонанс и пользуется вниманием и поддержкой представителей общественности и руководства района. Гостей и участников фестиваля всегда приветствует мэр района М. И. Гильдебрант, стало доброй традицией, что именно он вручает Гран-при фестиваля и подарки победителям.

Публикации в СМИ:

1. <http://www.tulun-tv.com/#!-110614/c1djg>
2. http://irkobl.ru/sites/culture/news/news_cult_mun_obr/14084/
3. <http://obratske.ru/tnews/novosti-kultury/126-ypravlenie-kylytry-tylynskogo-raiona-byket-iz-myzyki-i-pesen>
4. <http://russian-garmon.ru/garmnews/8979-v-tulune-irkutskaja-oblast-proshel-prazdnik-russkoj-garmoni-i-chastushki>
5. <http://baikal-info.ru/archives/8246>

«Живые ремесла»

Наименование мероприятия: Открытый районный фестиваль мастеров и подмастерьев декоративно-прикладного искусства «Живые ремесла»

Место проведения: МКУК «Межпоселенческий Дворец культуры «Прометей».

Организатор мероприятия: Управление по культуре, молодежной политике и спорту администрации Тулунского муниципального района, МКУК «Межпоселенческий организационно-методический центр» Тулунского муниципального района, МКУК «Межпоселенческий Дворец культуры «Прометей».

Формат основного мероприятия: фестиваль

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: выставка работ мастеров и подмастерий народного искусства; творческое эссе «Мое профессиональное кредо» в свободной форме (стихотворение, проза, рассказ, и т.д.), раскрывающий творческий потенциал мастера (регламент 3 минуты); альбом мастера, представляющий его творческую деятельность (данные мастера, с чего началась творческая деятельность, кто передал мастерство, сколько лет им занимается и т.д., фото работ); мастер-классы по видам народных ремесел.

Цель: изучение, сохранение и развитие народного творчества, активное воспитание и формирование эстетических вкусов населения и подрастающего поколения.

Задачи:

- выявление новых творческих коллективов;
- новых видов народных ремесел и мест их бытования;
- выявление и поддержка коллективов народных ремесел и талантливых мастеров, создающих произведения декоративно – прикладного искусства;
- дополнение банка данных о мастерах и коллективах народных ремесел;
- обмен опытом среди мастеров народных ремесел через проведение выставки – фестиваля, мастер – классов по отдельным видам народных ремесел,
- установление творческих контактов;
- повышение исполнительского уровня работ мастеров народных ремесел;
- популяризация народного искусства.

Участники: Творческие коллективы народных ремесел, независимо от ведомственной принадлежности, мастера народных ремесел, преподаватели школ ремесел, школ искусств, детских художественных школ, подмастерье. Творческие коллективы других территорий Иркутской области принимают участие в фестивале в качестве гостей: Азейское сельское поселение, Алгатуйское сельское поселение, Афанасьевское сельское поселение, Аршанское сельское поселение, Будаговское сельское поселение, Бурхунское сельское поселение, Гадалейское сельское поселение, Гуранское сельское поселение, Евдокимовское сельское поселение, Едогонское сельское поселение, Владимирское сельское поселение, Ишидейское сельское поселение, Икейское сельское поселение, Кирейское сельское поселение, Котикское сельское поселение, Мугунское сельское поселение, Нижнебурбукское сельское поселение, Октябрьское сельское поселение, Писаревское сельское поселение, Перфиловское сельское поселение, Сибирякское сельское поселение, Умыганское сельское поселение, Усть – Кульское сельское поселение, Шерагульское сельское поселение, Зиминский муниципальный район, Нижнеудинский муниципальный район, Куйтунский муниципальный район.

Публикации в СМИ:

1.«Фестиваль «Живые ремесла – 2013» / Е.Сафонова // Земля Тулунская – 2013 – 23 декабря №49 – с.9

2.о районном фестивале - конкурсе мастеров декоративно – прикладного искусства «Живые ремёсла»;

3.«Добрых рук живое мастерство» / Е.Сафонова // Земля Тулунская – 2014 – 27 ноября №47 – с.11

4.о районном фестивале - конкурсе мастеров декоративно – прикладного искусства «Живые ремёсла».

Статьи на интернет сайте ИОДНТ :

1.«Добрых рук живое мастерство» - о районном фестивале - конкурсе мастеров декоративно – прикладного искусства «Живые ремёсла».

Сайт Управления по культуре, молодёжной политике и спорту администрации Тулунского муниципального района :

1.«Фестиваль «Живые ремесла – 2013» - о районном фестивале - конкурсе мастеров декоративно – прикладного искусства «Живые ремёсла»;

2.«Добрых рук живое мастерство» о районном фестивале - конкурсе мастеров декоративно – прикладного искусства «Живые ремёсла».

«Осинские звездочки»

Наименование мероприятия: Районный конкурс эстрадных песен и танцев «Осинские звездочки»

История возникновения, идея: Шестнадцать лет назад в районе бытовала такая форма работы как проведение творческих отчетов предприятий, колхозов, совхозов. Большое внимание уделялось творчеству взрослого населения, охват детского творчества был незначительным. Именно тогда начальник районного объединения учреждений культуры Григорий Владимирович Хандархаев предложил идею создания и проведения районного конкурса юных талантов из всех поселений района, который был назван «Осинские звездочки». Главная цель и идея конкурса проста и актуальна – отыскать среди детей в маленьких селах тех, кто обладает искорками таланта, вселить в них уверенность, дать путевку на сцену к зрителям. Идея оправдала себя, сейчас многие победители конкурса - люди творческой профессии. Это Ильина Екатерина Дмитриевна, прекрасный организатор и талантливый режиссер, заместитель начальника МКУ «Управление культуры»; Хуригалова Василиса Леонтьевна, руководитель народного хореографического коллектива «Сагаан Дали», вокалистка, обладатель множества грамот и наград; превосходные хореографы Косенко Ольга Александровна, руководитель образцового ансамбля «Радость», Гимазова Надежда Викторовна, преподаватель МБУДО «Осинская школа искусств», Готолова Анжела Константиновна, художественный руководитель МБУК «КДЦ МО « Бурят-Янгуты», Каримов Ринат, Надежда Тараева и многие другие, чьи личные успехи и успехи их воспитанников уже дали хорошие результаты.

Цель проекта: развитие детского творчества, выявление юных дарований и одаренной молодежи Осинского района.

Дата и место проведения: один раз в два года, муниципальное образование «Осинский район», с. Оса, МБУК «Осинский МпДК», муниципальные КДУ.

Организатор: МБУК «Осинский межпоселенческий дом культуры», МКУ «Управление культуры»

Формат проекта: конкурс

Участники мероприятия: участники клубных формирований, художественной самодеятельности, учащиеся Осинской школы искусств

«Бурятская усадьба»

Наименование мероприятия: этно-тур «Бурятская усадьба».

Дата и место проведения: 31 мая 2014 г., село Олой Эхирит-Булагатского района.

Организатор: ОГБУК «Усть-Ордынский Национальный центр народного творчества» («УНЦНТ»).

Участники мероприятия: народный фольклорный коллектив «Арюун булаг» («Чистый ключ») МКУ «Культурно-информационный центр МО «Олойское», ОГБУК «УНЦНТ», Агентство по туризму Иркутской области, туристическая группа (17 чел.) из КНР.

Проект этно-тур «Бурятская усадьба» разработан **в целях** поддержки самодеятельной, творческой инициативы и социально-культурной активности населения, популяризации культурного наследия и инвестиционной привлекательности территории округа.

Формат проекта – экскурсия. Демонстрация юрты – традиционного жилища кочевников. Экскурсия по подворью.

Формат дополнительных мероприятий в рамках основного: катание на лошадях, выставка-продажа изделий мастеров народных ремесел и сувениров. Каждый народ, чтя свои традиции и обычаи, дорожит и национальной кухней. Встречая гостя, каждый считает честью угостить именно блюдами национальной кухни. Бурятская национальная кухня состоит из мясных и молочных продуктов. В туре – национальная кухня сопровождается просмотром изготовления национального молочного напитка и блюд, дегустацией. Обязательно участие в церемонии подношения почетным гостям именных блюд по канонам бурятского гостеприимства.

По окончании основного мероприятия – примерка национального костюма, фотографирование и общий круговой танец – Ехор.

Публикации в СМИ:

1. газета «Панорама округа» №21 от 05.05. 2014 г.

2. газета «Усть-Ордын унэн» №21 от 04.06.2014 г.

3. газета «Эхирит-Булагатский вестник» №21 от 06.06.2014 г.

«Воинское братство»

Наименование мероприятия: конкурс исполнителей патриотической песни «Воинское братство».

История проекта: В 2003 году было принято решение собрать на одной сцене всех поющих военных. Командиры войсковых частей поддержали инициативу и дали одобрение, так как все сошлись на одном мнении, что солдаты и офицеры, считающие защиту Отечества высшим долгом и великой честью, должны проявить свой талант и увлечённость не только за пультами боевых машин и спецтехники, но и на концертной сцене. Тем более, что песни о войне, о Родине, об армии из их уст будут звучать намного убедительней.

Ежегодно, на протяжении 13 лет проходит этот конкурс среди военнослужащих и допризывной молодёжи на территории Усольского района в преддверии знаменательного праздника День Победы. Вокальный конкурс для военнослужащих войсковых частей, дислоцирующихся на территории Усольского района, является уникальным музыкальным проектом, аналогов которому трудно отыскать. География участников постоянно расширяется. На одной сцене встречаются певцы из городов всей России.

Вот уже тринадцать лет «Воинское братство» крепнет, становится шире круг исполнителей, появляется новый музыкальный материал, повышается качество и уровень вокального мастерства. Конкурс превращается в большой праздник, от начала до конца пропитанный чувством патриотизма. Из года в год в проведении конкурса появляются новые интересные режиссёрские задумки, заставляющие сердца зрителей сжиматься от слёз за горе, пережитое людьми во время войны, за подаренный нам счастливый мир и за нашу гордость - Российскую Армию.

Дата, место проведения: апрель 2015 г. Муниципальное учреждение культуры «Районный дом культуры» р.п.Белореченский,109.

Организаторы мероприятия: министерство культуры и архивов Иркутской области, ГБУК «Иркутский областной Дом народного творчества» совместно с Отделом культуры и молодёжной политики администрации

муниципального района Усольского районного муниципального образования, Муниципальное учреждение культуры «Районный дом культуры».

Формат мероприятия: конкурс исполнителей патриотической песни

Дополнительные мероприятия: выставка художественных работ «Живи и помни!», прошедших конкурсный отбор среди учащихся художественных отделений детских школ искусств Усольского района. Все участники мероприятия принимают участие во Всероссийской Акции «Георгиевская ленточка», посвящённой празднованию Дня Победы в Великой Отечественной войне.

Цель проекта: создать условия для выявления талантливых исполнителей среди военнослужащих Иркутской области.

Задачи: популяризация песенного творчества патриотического содержания, пропаганда лучших образцов патриотической песни; воспитание у молодёжи чувства любви к родной земле, уважения к её защитникам; выявление талантливых исполнителей среди военнослужащих; содействие творческому росту и повышению уровня исполнительского мастерства конкурсантов.

Основная идея проекта: укрепить взаимодействие между учреждениями культуры и военнослужащими путём организации совместных мероприятий по патриотическому воспитанию.

Проект имеет долгосрочный характер, рассчитан на ежегодное проведение мероприятия. В рамках данного проекта отдел внестационарного обслуживания населения муниципального учреждения культуры «Районный дом культуры» п.Белореченский на протяжении трёх лет реализует мероприятие – «Гастроли победителей», – организацию выездных праздничных концертов победителей Областного конкурса патриотической песни «Воинское братство в отдалённые территории Усольского района. Предполагаемый охват населения – 1000 человек.

Участники мероприятия – военнослужащие войсковых частей, дислоцирующихся на территории Усольского района, отдельные исполнители из числа военнослужащих срочной службы, военнослужащих-профессионалов, военных пенсионеров, учащихся кадетских школ и корпусов, проживающих или служащих на территории Иркутской области.

Ежегодно проект открывает новые таланты среди военнослужащих. Одним из примеров успешной реализации проекта стало образование вокального коллектива «Форсаж» в/ч из п.Средний, который за свои успехи на международных, всероссийских, областных конкурсах уже в 2013 году получил высокое звание Народный коллектив. Вокальный проект стал отправной точкой и для других исполнителей – военнослужащих со всей России, которые

продолжают своё творчество после службы. Как пример, можно назвать имена и фамилии участников: Сергей Иванов, Александр Шафеев, - эти молодые люди, приехавшие служить из Ленинградской области и Алтайского края, приняли участие в нашем конкурсе, оставили о себе самые яркие впечатления, затем приняли участие ещё во многих мероприятиях района и области, в итоге - остались жить в Иркутской области. Александр Шафеев остался служить в своей части, чтобы учить петь молодых солдат, а Сергей Иванов приглашён работать в Иркутский музыкальный театр имени Загурского.

По мнению самих выступающих, конкурс даёт им возможность выразить уважение и благодарность ветеранам войны и труженикам тыла. Передать молодёжи, присутствующей в зале, чувство гордости за свою Родину, которое испытывают сами исполнители. А самое главное, конкурс становится для них действительно праздником, которого они ежегодно с нетерпением ждут, готовятся к нему, и, конечно же, хотят, чтобы он и дальше жил и развивался, потому что святые, незыблемые понятия, заключённые в словосочетании «Воинское братство», - вечны!

- Как показало время, наш проект, задуманный 13 лет назад и достигший за это время высокого профессионального уровня, стал не просто традиционным праздником Усольского района, посвящённым Дню Победы, но и актуальным мероприятием, призванным воспитывать нашу молодёжь в духе патриотизма. Все, кто стал участником нашего конкурса и гостем в зрительном зале, смогли убедиться в том, что память о тех, кто отдал свои жизни ради наших, жива и ещё будет жить долго!

Публикации в СМИ:

<http://www.2r.ru/rea/2015/event/view/62328>

<http://rdkbelor.ru/anons/voinskoe-bratstvo.htm>

<http://irkobl.ru/sites/culture/news/news/>

<http://www.usolie.tv>

<http://mkrf.ru/press-tsentri/novosti/region/detail.php?id=641003&print=Y>

«Играй, гармонь Усольская!»

Наименование проекта: фольклорный праздник «Играй, гармонь Усольская!»

Дата, место проведения: июнь, с. Сосновка Усольского района

Организаторы мероприятия: отдел культуры и молодёжной политики администрации муниципального района Усольского районного муниципального образования, администрация Сосновского муниципального образования,

муниципальное учреждение культуры «Районный Дом культуры» п. Белореченский.

Формат мероприятия: фольклорный праздник.

Дополнительные мероприятия. Перед началом основного мероприятия на каждой улице муниципального образования территории, на которой организован праздник, лучшие вокальные коллективы Усольского района организуют свои концертные программы перед местными жителями.

Одновременно, на праздничных площадках проходят действия: народные забавы, конкурс частушечников, выставка-ярмарка мастеров прикладного искусства.

Концепция проведения мероприятия. Усольский район славится своими талантливыми, яркими творческими коллективами и гармонистами, а также своим вниманием к народным праздникам и традициям. В наших краях у инструмента с русской душой сотни поклонников, а любовь к гармошке передаётся из поколения в поколение. На протяжении 30 лет фольклорный праздник «Играй, гармонь Усольская!» – один из самых любимых народных праздников жителей нашего района. Ежегодно, в третью субботу июня, он проходит в разных живописных уголках нашего района, на который собираются все творческие коллективы муниципальных образований Усольского района, а также гости – гармонисты-любители, частушечники из Ангарского, Черемховского, Заларинского районов.

Основной **целью** праздника является пропаганда и развитие народного музыкального исполнительства, повышение уровня художественного и исполнительского мастерства музыкантов-гармонистов.

На праздник съезжаются творческие коллективы, а также самородки, умеющие играть на гармонии. Более трёхсот артистов приезжают одновременно на красиво украшенных автобусах. Праздник начинается с выступлений коллективов на творческих площадках посёлка. Затем все коллективы участвуют в шествии от площадок по посёлку. В течение дня работают тематические поляны: «Конкурс Частушечников», «Молодецкие забавы», для детей «Народные игры и забавы», ярмарка-продажа изделий мастеров-прикладников не только Усольского района, но и гостей из близлежащих районов. Среди гармонистов проводится самый главный конкурс, которым и заканчивается праздник. Масштаб праздника с каждым годом растёт. В 2014 году во время праздника проводились съёмки телепередачи «Играй, гармонь любимая!» Первого канала (г. Москва).

Отрадно, что на площадках праздника можно увидеть много молодёжи, которые принимают участие в фестивале. Детей интересуют не только

традиционные игры и забавы, но и игра на народном инструменте. Совсем ещё юный гармонист из п.Тельма Артём Уразовский, принимающий участие в конкурсе гармонистов, приглашён Анастасией Заволокиной для работы в свой коллектив.

Ежегодно этот праздник собирает около 1000 зрителей и несёт в себе дух патриотизма и любви к русской культуре, гармонии.

Участники мероприятия: 300 артистов разных возрастов – солисты-гармонисты, гармонисты, выступающие в ансамблях с частушечниками, плясунами, исполнителями на других народных инструментах (струнных, шумовых, ударных), а также играющие мастера – изготовители различных видов гармоник.

Публикации в СМИ:

<http://usolie.info/news/kultura/igray-garmon-usolskaya.html>

http://irkobl.ru/sites/tour/news/detail.php?ELEMENT_ID=164519

«Агентство отдыха и развлечений»

Наименование проекта: передвижная творческая группа «Агентство отдыха и развлечений».

История проекта. На территории муниципального образования «Усть-Илимский район» в период летних каникул практически в каждом поселении работают лагеря дневного пребывания детей, в которых дети могут свободно общаться, удовлетворять свои интересы, развивать способности, поправлять свое здоровье. Но наряду с организованным отдыхом, в поселениях остаются дети, по ряду причин предоставленные сами себе в течение всего каникулярного времени. Как правило, это дети из малообеспеченных, социально-неблагополучных семей, так называемых семей «группы риска». Таких детей в нашем районе достаточно много – 299 человек из 142 семей. Дети и подростки в таких семьях испытывают дефицит общения и нуждаются в местах отдыха в большей степени, чем их сверстники из благополучных семей, имеющие возможность выезда на отдых за пределы своего поселка, области.

В течение четырех лет специалисты муниципального учреждения «Межпоселенческий центр культуры» в летний период работают на территории муниципального образования «Усть-Илимский район», организовывая досуг детей и подростков, предоставленных самим себе. Мобильная творческая группа, состоящая из трех человек, выезжая в поселения района, проводит досуговые мероприятия для детей разных возрастов, которые позволяют им раскрыть и реализовать свои творческие способности, тем самым делая их отдых содержательным и полезным.

Автор проекта – Кирилук М.Н., заведующая отделом по социально-культурной деятельности МУ «Межпоселенческий центр культуры» муниципального образования «Усть-Илимский район».

Цель: организация летнего отдыха детей и подростков, находящихся в трудной жизненной ситуации на территории муниципального образования «Усть-Илимский район»

Задачи: создать условия для творческой активности и взаимодействия всех участников проекта; способствовать развитию творческого потенциала детей и подростков; предоставить равные возможности как организованным, так и неорганизованным детям и подросткам проявить свои возможности в различных творческих видах деятельности.

Формат проекта. Проект реализуется мобильной творческой группой, которая в летнее время выезжает в поселения муниципального образования «Усть-Илимский район» для работы с детьми и подростками в соответствии с графиком выездов. Творческая группа выезжает по району на автомобиле МУ «Межпоселенческий центр культуры». Запланированы выезды в каждое поселение района, всего 28 выездов (июнь – август). Группа проводит для детей развлекательные программы с элементами театрализации, разработанные с учетом возрастных особенностей аудитории. В конце проведения каждого мероприятия проводится опрос, который покажет эффективность работы специалистов. По итогам работы специалистами МУ «Межпоселенческий центр культуры» будет создан фильм об организации летнего отдыха «Агентство отдыха и развлечений»

Участники: 600 детей и подростков района.

2. Создание проектов для продвижения культурно-досуговых брендов, или как написать грант

Перед многими организациями остро стоит проблема дополнительного финансирования. Одним из его источников являются гранты разнообразных благотворительных организаций, отечественных и зарубежных фондов.

2.1. Общие понятия

Грант – средства, безвозмездно передаваемые дарителем (фондом, корпорацией, правительственными учреждениями или частным лицом) некоммерческой организации или частному лицу для выполнения конкретной работы. В отличие от займа грант не нужно возвращать.

Заявка – письменное обращение с просьбой о выделении гранта. Как коммерческая фирма составляет бизнес-план с целью убедить вкладчиков поместить деньги в дело, так заявка на грант необходима для того, чтобы

убедить грантодателя (дарителя) вложить деньги в Ваш проект. Однако, в отличие от бизнес-плана, заявка пишется, чтобы получить средство на некоммерческий проект, то есть на дело, которое заведомо не принесет прибыли.

Доноры (грантодатели, спонсоры) – частные лица или организации, рассматривающие заявки на грант и предоставляющие гранты.

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

Как правило, в благотворительные и государственные фонды обращаются за поддержкой организации, выполняющие проекты, которые не принесут прибыль ее членам (исполнителям проекта, владельцам фирмы, учредителям организации и т.д.).

2.1.1. Поиск и выбор источников финансирования

В роли доноров могут выступать государственные учреждения разных стран, международные организации, частные благотворительные фонды, коммерческие структуры, религиозные, научные и другие общественные некоммерческие организации, а также частные лица.

Государственные доноры – госучреждения, получающие средства из бюджета своего государства.

Для культурно-досуговых учреждений таким донором является Министерство культуры Российской Федерации с федеральной целевой программой «Культура России (2012 – 2018 годы)».

«Получающие» доноры – общественные организации, получающие средства от государственных доноров и распределяющие их по организациям-заявителям. Например, Международный благотворительный фонд имени Д.С. Лихачева, Фонд «Новая Евразия» и другие.

Частные доноры – это фонды, частные некоммерческие организации, получающие средства от частных граждан (пожертвования), либо корпорации (коммерческие фонды), а также частные лица.

Независимые фонды – как правило, организуются частным лицом, семьей или несколькими лицами (фонд МакАртуров, фонд Рокфеллеров, фонд Билла и Милинды Гейтс), а затем существуют на дивиденды с вложенного капитала.

Ассоциированные фонды – финансируются из средств компании (коммерческой организации), с которой они ассоциированы.

Примерами могут быть Xerox Foundation, Apple, Hewlett-Packard и другие.

Фонды прямого действия – фонды, использующие свои ресурсы для поддержки собственных исследований или непосредственного предоставления услуг. Эти фонды специально создаются для поддержки каких-либо проектов.

Местные фонды – создаются жителями конкретного района, города, села для удовлетворения местных потребностей.

Важно различать фонды и частные организации-посредники. Первые имеют средства и выдают их в виде грантов. Вторые не имеют собственных средств, а лишь оказывают содействие в распределении чужих денег (информируют общественность, помогают в оформлении заявок, оценивают и отбирают заявки, контролируют расход средств и предоставляют донору отчет). Более подробную информацию о фондах вы можете получить в их представительствах, а также по интернету, каждый фонд имеет свой сайт.

Благотворительные фонды – не единственный источник финансирования, доступный для некоммерческих организаций. Чтобы покрыть различные виды расходов, как административные нужды, целевые проекты, долгосрочные программы, конкретные мероприятия, – учреждение культуры может использовать разные источники средств.

Попечительский совет – в число попечителей могут входить как главы районов или сельских поселений, депутаты, так и частные лица – предприниматели, деятели культуры, науки, образования. Попечительский совет – эффективный орган в деле улучшения материальной базы учреждения.

Сбор пожертвований от частных лиц и организаций. Сбор может быть целевым, направленным на конкретное мероприятие, кампанию или на нужды организации.

Получение *государственного финансирования* в рамках конкретной программы.

Учредительство – ряд организаций или физических лиц делают единовременный взнос, и собранные деньги используются на уставную деятельность некоммерческой организации, учрежденной при учреждении культуры.

Организация *платных благотворительных мероприятий* (обедов, вечеров, выставок, просмотров кинофильмов, благотворительных аукционов и т.д.).

Если Вы решили, что обеспечить финансирование выполняемой или задуманной Вами работы наиболее целесообразно с помощью благотворительного гранта, не спешите написать заявку и послать ее в первый попавшийся фонд. Вы сформулировали цели, методы и ожидаемые результаты Вашего проекта, теперь внимательно изучите потенциальные источники финансирования.

2.1.2. Принципы написания заявок

Заявка может быть изложена всего лишь на одной странице (если таковы требования фонда) или занимать много страниц. Она может быть написана в виде письма или более формального документа. В любом случае, инструкции, изложенные в данном пособии, могут послужить примером для оформления

Вашего проекта, если интересующий Вас фонд не выслал никаких пояснений на этот счет (так часто бывает в случае частных фондов). Но если фонд просит Вас следовать установленному их формату – следуйте ему.

Заявка в государственный фонд, как правило, длиннее, чем направляемая в частный. В своих рекомендациях к составлению заявок фонды указывают желательное число страниц и последовательность изложения. Довольно часто государственные учреждения в своих указаниях подробно описывают критерии оценки каждого раздела проекта. Заполняя заявку, следует серьезно относиться к требованиям фонда, иначе впечатление неизбежно будет неблагоприятным. Вашу заявку могут отклонить просто на основании того, что Вы нарушили правила ее оформления.

Заявки в госучреждения, например, по Федеральной целевой программе «Культура», могут содержать особые бланки, например, бланк титульного листа с указанием названия проекта, фамилий исполнителей, запрашиваемой общей суммы, числа людей, вовлеченных в проект, и т.д.

2.2. Работа над проектом

2.2.1. Содержание заявки

Традиционная заявка состоит из следующих взаимосвязанных частей (если иное не оговорено в условиях предложения): титульный лист, краткая аннотация, введение, постановка проблемы, цели и задачи, методы, оценка и отчетность, дальнейшее финансирование, бюджет.

Титульный лист должен запоминаться.

Краткая аннотация содержит ясное и краткое описание сути заявки. Занимает полстраницы, максимум страницу. Включает по одному-два предложения, отвечающих на вопросы: кто будет выполнять проект; почему и кому нужен этот проект; что получится в результате; как проект будет выполняться; сколько потребуется денег?

Введение содержит сведения об организации-заявителе. Объясняет, кто подает заявку, кто будет выполнять проект и почему заявители/исполнители наилучшим образом выполняют задачи проекта. Вызывает доверие к заявителю.

Описание проблемы разъясняет, почему возникла необходимость в выполнении проекта и как поставленная проблема соотносится с целями и задачами организации-заявителя.

Цели и задачи дают представление, каковы же будут итоги выполнения проекта. Цель – это во имя чего предпринимается проект. Задачи – конкретный эффект, достигнуть которого требуется в ходе выполнения проекта. Из раздела должно быть ясно, что получится в результате выполнения проекта, какие изменения произойдут в существующей ситуации.

Методы. Указываются мероприятия, которые необходимо провести для достижения намеченных результатов и для решения поставленных задач. Приводится схема организации работы по проекту и календарный план. Из раздела должно быть ясно, что будет сделано, кто будет осуществлять действия, как они будут осуществляться, когда и в какой последовательности, какие ресурсы будут привлечены.

Оценка и отчетность. Из этого раздела должно быть ясно, как Вы предполагаете определить в конце, достиг ли проект цели, и как Вы будете контролировать процесс выполнения проекта. В какой форме Вы отчитаетесь о проделанной работе и затраченных средствах.

Дальнейшее финансирование. Раздел объясняет, каким образом, за счет каких ресурсов заявитель надеется сохранить и расширить достижения данного проекта; убеждает грантодателя в том, что после израсходования средств гранта найдутся ресурсы для поддержания данной инициативы. Раздел необходим, если предусматривается продолжение работ по проекту по окончании срока действия гранта.

Бюджет. Пояснения к бюджету. Раздел содержит список всех ресурсов, необходимых для проведения планируемых мероприятий; отвечает на вопросы:

- сколько денег требуется от грантодателя;
- из каких источников будут получены все остальные требующиеся для выполнения проекта ресурсы, и на что они будут потрачены;
- кроме этого, некоторые грантодающие организации просят указать основные целевые группы, на которые направлен проект, географию проекта, календарный план реализации проекта.

2.2.2. Титульный лист

Титульный лист служит визитной карточкой Вашего проекта. Он должен на одной странице содержать всю необходимую для донора информацию. Часто фонды сами задают форму титульного листа. В этом случае, Вы просто должны аккуратно заполнить бланк. Эта форма может содержать, например, следующие пункты:

Название проекта. Оно должно быть броским и кратким. Оно может быть достаточно общим, например, Областной фестиваль хореографического искусства «Поющее Приангарье».

Организация-исполнитель – название организации, выполняющей проект, ее адрес, телефон и номер расчетного счета (если он есть). В этом же разделе отдельной строкой указывается организация-заявитель, если это не одна и та же

организация, и/или поддерживающая организация. Поддерживающая организация – правительственное учреждение или известная межправительственная, или неправительственная организация, которая содействует выполнению проекта, ее полное наименование и адрес. Разумеется, указывать названия организаций в проекте Вы имеете право только по предварительной договоренности и с согласия их руководителей.

Руководитель проекта. Указываются фамилия, имя, отчество, звание, должность, адрес, телефон, номер факса, адрес электронной почты и т.д. Именно с этим человеком будет связываться Ваш донор, если потребуется дополнительная информация. Руководитель отвечает за выполнение проекта и несет ответственность перед донором за эффективность использования средств. Предполагается, что проект составлен руководителем. Если это не так, то следует отдельной строкой указать автора, либо авторов, проекта. Руководитель должен быть один.

География. Указывается район, где будет проходить работа по проекту: село, город, область, страна и т.д.

Срок выполнения проекта. Обычно исчисляется в месяцах, но не более чем на один-два года. Фонды, как правило, не финансируют долгосрочные проекты. Если проект не может быть выполнен за 2-3 года, заявки на последующие стадии пишутся отдельно и подаются позже.

Стоимость проекта. Здесь указывается требуемый объем финансирования на весь срок или на первый год выполнения проекта в валюте, заявленной фондом. Кроме того, нужно указать полную стоимость проекта (включая Ваш собственный вклад и средства, полученные из других источников).

2.2.3. Аннотация заявки

Аннотация – краткое, не более 1 страницы, изложение проекта, повторяющее все части полной заявки. Это одна из важнейших частей заявки. Большинство рецензентов вначале читают лишь аннотацию, и если она нравится, переходят к чтению полной заявки. Поэтому аннотация должна быть предельно ясной, сжатой, конкретной и выразительной.

Если заявка небольшая (3-5 страниц), то резюме в один абзац прямо на титульном листе, вероятно, будет достаточно. В случае более объемной заявки аннотацию полезно поместить на первой странице, сразу за титульным листом. Из нее должно быть понятно, кто Вы, каков масштаб Вашего проекта и его стоимость. Не забудьте указать цели и задачи проекта, методы, которые Вы предполагаете использовать, сроки выполнения. Пусть из каждого из последующих разделов заявки в аннотацию попадет по одному-три

предложения. Некоторые рецензенты будут читать только аннотацию. Пишите резюме или аннотацию в последнюю очередь, когда все последующие разделы уже написаны. Это позволит охарактеризовать в аннотации Ваш проект с максимальной четкостью.

Критерии оценки аннотации. Аннотация дает ясное и краткое описание заявки. Рекомендуемый объем: 1 абзац (3-10 строк – короткая заявка) – 1 страница (длинная заявка). Включает, по крайней мере, одно предложение о заявителе и о его прежних достижениях; одно предложение по постановке проблемы (почему нужен проект); одно предложение о целях и задачах проекта (что получится в результате); одно предложение о методах и ресурсах (как будет выполняться проект). Указывает полную стоимость проекта, собственный вклад заявителя и запрашиваемую сумму. Пишется кратко, не более 200-300 слов (1 стр.).

2.2.4. Введение

В этой части заявки Вы рассказываете про вашу организацию. Как правило, гранты выдаются, исходя из репутации организации-заявителя, а не только из оценки качества самого проекта. Фонды предпочитают иметь дело с известными им и надежными партнерами. В первую очередь, фонды стремятся оказать поддержку тем организациям или лицам, с кем они уже имели дело в прошлом. Во «Введении» Ваша задача доказать, что Вы действительно в состоянии с пользой потратить средства и справиться с проектом. Вы должны завоевать доверие донора.

Поскольку у разных доноров разные требования, то и выбирать доноров надо по их возможной заинтересованности в проектах, сходных с Вашими. Используйте введение для обоснования связи между своими интересами и интересами донора.

Что Вы можете сообщить о себе во «Введении»?

- цели и задачи Вашей организации;
- сколько лет она существует;
- финансовые ресурсы;
- уникальность организации (что-нибудь такое, в чем Вы были первыми в стране, в регионе, в вашей области интересов);
- значительные достижения;
- оценку результатов прежних проектов, подобных предлагаемому;
- прецеденты финансовой поддержки, получаемой Вами из источников, помимо фонда, в который Вы обращаетесь, с приложением писем поддержки.

Последний пункт особенно важен. Если Вы раньше уже получали грант от какой-либо организации и аккуратно отчитались в конце срока выполнения проекта, то это вызовет доверие потенциального донора. Очень часто фонды выделяют сначала небольшой пробный грант, а затем, если все в порядке, оказывают более серьезную поддержку.

Не забудьте заранее составить четкое описание своей организации.

Поместив его в приложении к заявке, Вы сэкономите место во Введении и быстрее перейдете к следующему разделу. Здесь важно избегать употребления специальных терминов. Рекомендуемый объем введения 0,5-2 стр.

Критерии оценки «Введения»:

- Содержит сведения об организации-заявителе и об уровне компетентности автора проекта и квалификации (надежности) персонала.
- Из введения понятно, кто написал заявку, и кто будет выполнять проект.
- Описывает род деятельности, цели и задачи организации-заявителя.
- Поясняет, почему именно Ваша организация должна работать по проекту.
- Описывает, чьим нуждам и как служит Ваша организация.
- Сообщает о наличии достижений и подтверждает это с помощью статистических данных, писем поддержки и других документов.
- Подтверждает репутацию Вашей организации.
- Свидетельствует о наличии уровня компетентности, достаточного для выполнения задач (исследований, обучения и др.).
- Логически подводит к разделу «Постановка проблемы».
- Раздел написан кратко и не содержит профессиональных терминов.

2.2.5. Постановка проблемы или обоснование потребностей

Из «Введения» донор должен был уяснить себе сферу Ваших интересов: над чем именно Вы работаете. Теперь Вы должны точно изложить конкретную проблему, которую Вы собираетесь решить с помощью Вашего проекта.

В этом разделе описывается ситуация, побудившая Вас приступить к разработке проекта. Вы должны объяснить, зачем нужен Ваш проект.

Описываемая проблема должна отражать объективную ситуацию, т.е. проблемы вне Вашей организации – из жизни Ваших пользователей, местных жителей. Формулировка проблем не должна отражать внутренние потребности Вашей организации, за исключением случаев, когда Вы ищете средства для

повышения эффективности собственной организации. В частности, отсутствие у Вас денег – это не проблема. Это очевидно из самого факта обращения за финансовой помощью. Важно ответить на вопрос, для решения какой проблемы Вам нужны деньги. На что Вы направите полученные средства?

Не считайте, что все хорошо осведомлены о серьезности Вашей проблемы. Старайтесь писать в расчете на человека, впервые в жизни слышащего о такой проблеме. Никогда не употребляйте никаких терминов, не разъяснив попутно их значения. Например, понятие «фестиваль», может быть совершенно незнакомо Вашему донору. В этом случае лучше пояснить, что речь идет о празднике, собирающем в одном месте большое количество людей, которых объединяют общие интересы, увлечения, достижения, идеи и стремления.

Возможно, что Ваш донор хорошо осведомлен о важности проектов Вашего типа, тем не менее, потребуются дополнительные доказательства Вашей компетентности в данном вопросе. Включите в проект соответствующие статистические данные, процитируйте выступления представителей органов власти (особенно местных) и выступления известных артистов вашего региона, докажите, что Вы действительно собираетесь решить конкретную задачу. Таблицы и схемы лучше оставить для приложения. Твердо знайте, что означают приводимые Вами цифры. Не увлекайтесь цитатами: двух источников в этом разделе в большинстве случаев будет достаточно.

Сознательно исключайте все специальные термины, понятные лишь специалистам. Избегайте наукообразных оборотов. Ваша задача заинтриговать читателя, а не повысить его образовательный уровень.

В разделе «Постановка проблемы» Вы должны:

- логически связать задачи, выполняемые Вашей организацией с проблемами, которые Вы собираетесь решить;
- четко определить весь круг проблем, над которым Вы собираетесь работать;
- убедить в том, что Ваша задача в принципе выполнима, то есть ее можно решить в реальный срок с имеющимися ресурсами, потратив определенную сумму;
- подтвердить насущность проблемы с помощью дополнительных материалов – статистических данных, групповых заявлений, частных писем от Ваших пользователей и профессионалов, работающих в Вашей области, и др.

Широко распространена ошибка: многие заявители не понимают разницы между самой проблемой и путями ее решения. Если Вы почувствуете, что хочется написать о нехватке каких-то средств в «постановке проблемы», Вы,

скорее всего, имеете в виду именно нехватку средств, которая должна излагаться в разделе «Методы».

Рекомендуемый объем: в большинстве случаев 1-3 стр.

Критерии оценки раздела «Постановка проблемы»:

- Описать, почему возникла необходимость в выполнении проекта.
- Указать, какие обстоятельства побудили авторов написать проект.
- Заострить, насколько проблема выглядит важной и значимой для донора (представляется неординарный случай).
- Связать с целями и задачами организации-заявителя.
- Поддержать статистикой, ссылками на авторитеты в данной области и ключевые литературные источники (1-5), советами экспертов.
- Сформулировать с точки зрения тех, чьим нуждам служит заявитель, а не самого заявителя.
- Ограничить содержание минимум научными и иными специальными терминами, интересными для чтения, и краткость (насколько возможно).

2.2.6. Цели и задачи проекта

Цели – это наиболее общие утверждения, например, пропаганда, поддержка и развитие хореографического искусства и выявление талантливых исполнителей, коллективов.

Утверждения подобного рода сложно оценить количественно. Их главное назначение – показать тип проблемы, с которой имеет дело проект. Тем самым, цели отличаются от задач.

Цели могут быть краткосрочными и долгосрочными. Обычно, достижение долгосрочной цели будет зависеть от достижения ряда краткосрочных целей. При двух и более краткосрочных целей Вы должны четко указать, как они увязаны друг с другом, и с долгосрочными целями.

Задачи – конкретные и поддающиеся измерению, возможные изменения ситуации, которую Вы описывали в разделе «Постановка проблемы». Эти изменения (улучшения) произойдут в результате осуществления Вашего проекта. Если каждый раз при написании задач проекта Вы будете рассматривать их в этом ключе, то легко поймете, как они должны выглядеть. Задачи должны быть максимально конкретизированы. В них должны содержаться количественные данные о степени полезности проекта. Такие количественные данные называются показателями. Показатели - инструмент, позволяющий точнее определить и разъяснить цели и задачи проекта и измерить

его эффект. Когда мы говорим в проекте об «усилении», «улучшении» и «увеличении» чего-либо, то неясно, какой конкретно результат позволит считать задачи выполненными, а проект осуществленным. Для того, чтобы не быть голословным, и нужны показатели. Утверждать, что эффект нельзя измерить, что Вы не можете подобрать нужных показателей, равносильно признанию, что проект не даст заметного эффекта.

Критерии оценки раздела «Цели и задачи»:

- Описываются предполагаемые итоги выполнения проекта, поддающиеся оценке.
- Цель – общий итог.
- Задачи – конкретные частные результаты, и они заметно отличаются друг от друга.

Из раздела ясно, что получится в результате выполнения проекта, какие произойдут изменения в существующей ситуации. Насколько цели и задачи логически вытекают из постановки проблемы. По каждой проблеме, сформулированной в предыдущем разделе, имеется, по крайней мере, одна четкая задача.

2.2.7. Методы

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

Существуют два главных вопроса, которые должны быть разъяснены в этом разделе:

- Какова Ваша стратегия в достижении желаемых результатов?
- Почему Вы выбрали именно ее из всех других возможных?

Ответ на последний вопрос потребует знания аналогичных Вашему проектам:

- Кто еще работал по проблеме в Вашем районе или где-либо еще?
- Какие методы применялись ранее и применяются сейчас, и с какими результатами?

Другими словами, Вы должны обосновать выбор методов. Рассмотрение альтернатив – важный аспект Вашей методологии. Демонстрируя знакомство с аналогичными работами, и объясняя выбор используемых средств, Вы приобретаете больше доверия в глазах донора. Важно, чтобы Вы показали себя компетентными во всех разделах заявки. Ваш подход к решению проблемы должен выглядеть для рецензента привлекательным.

Критерии оценки раздела «Методы»:

- Когда и в какой последовательности идет осуществление, какие ресурсы будут привлечены.
- Указывается разумно ограниченный набор мероприятий, которые могут быть выполнены в срок и в пределах общей стоимости проекта.
- Ясно описываются мероприятия в рамках проекта. Понятна и убедительна предлагаемая последовательность выполнения мероприятий.
- Состав разработчиков и обязанности исполнителей программы: кому служит данный проект, принципы подбора этих людей, групп, объектов.
- Естественность логической цепочки: проблема – цель – задача – метод.

2.2.8. Оценка и отчетность

Включение в заявку способов оценки Вашего проекта необходимо по двум причинам. Во-первых, чтобы оценить степень эффективности работы в целом и понять, насколько удалось достичь поставленных целей. Подобное действие называется оценкой результатов.

Во-вторых, может возникнуть необходимость получить сведения о ходе проекта, осуществлении различных его этапов, чтобы можно было откорректировать проект непосредственно в ходе выполнения. Такая оценка называется оценкой хода работы или мониторингом. Все это даст Вам возможность по завершении проекта отчитаться перед донором о проделанной работе и затраченных средствах.

По окончании Вашего проекта, в процессе оценки результатов, Вы должны будете определить:

- насколько достигнуты цели проекта;
- насколько по окончании проекта изменилась ситуация, описанная в разделе «Постановка проблемы»;
- не имел ли Ваш проект какого-либо важного положительного или отрицательного эффекта, не учтенного ранее;
- хорошо ли были подобраны средства (методы);
- какие факторы способствовали успеху проекта и какие мешали достижению цели.

При написании заявки следует указать, кто и каким образом даст ответ на вышеперечисленные вопросы. Будет ли проект оцениваться только Вами или предполагается проведение проверок, инспекций, экспертиз со стороны

вышестоящих или сторонних организаций? Как о Вашей оценке узнает донор? Укажите критерии, которые Вы предполагаете использовать для оценки.

Задачи, поддающиеся измерению, готовят почву для эффективной оценки. Если, при написании этого раздела, Вам сложно определить, какие критерии лучше использовать в оценке проекта, заново просмотрите цели и задачи. Вероятно, они недостаточно конкретны.

Один из способов достичь более объективной, а зачастую и более профессиональной оценки – попросить какую-нибудь постороннюю организацию сделать оценку за Вас. Иногда, возможно, чтобы такая организация сама предложила план оценки, подходящий для представления донору как часть Вашей заявки. Это не только обеспечит более объективную оценку, но и повысит доверие к Вам.

Мониторинг – это непрерывный контроль за ходом выполнения проекта. В процессе мониторинга руководитель проекта собирает информацию о соблюдении графика работы, поступлении ресурсов и других предпосылках (т.е. о внешних по отношению к проекту условиях), проверяет, имеет ли место предполагавшийся эффект. По этим данным в любой момент Вы должны знать, выполняется ли проект в соответствии с планом.

Важно выстроить план мониторинга уже в заявке и начать оценку проекта с самого старта. Начать мониторинг, когда работа близка к завершению, трудно, так как к этому моменту ряд ценных данных о ходе проекта может быть упущен.

2.2.9. Бюджет

Бюджет, или смета расходов, самая главная часть заявки. Не всегда требуется подробно описывать существующую проблему, не все доноры интересуются применяемыми Вами методами, однако бюджет просматривают все.

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

Бюджет обычно состоит из трех разделов: оплата труда, основные прямые расходы, непрямые расходы. Планируя бюджет, полезно заглянуть в разделы «Цели и задачи» и «Методы» для выработки подходящего плана. Необходимо учесть все, на что Вы будете тратить деньги (ресурсы), а также основные факторы, влияющие на размеры расходов.

Примерный перечень статей расходов и требующихся ресурсов:

- *Люди:* штатные работники + эксперты + консультанты + контракты с другими организациями.

- *Оплата труда*: зарплата + стоимость контрактных услуг + налоги + учесть уровень инфляции.
- *Помещение*: оплата аренды (покупки) + коммунальные платежи.
- *Командировочные и транспортные расходы*: цена билетов на самолет, поезд и т.д. + суточные + цена жилья в гостиницах + учесть уровень инфляции.
- *Оборудование*: цены + цена расходуемых материалов + учесть уровень инфляции.
- *Отчет*: оплата редактирования + оплата перевода + оплата печати.
- *Рассылка и связь*: почтовые расходы + расходы на факс, телефон, электронную почту.

2.2.10. Основные прямые расходы

Помещение и коммунальные услуги. В этой части второго раздела Вы указываете стоимость всех используемых помещений, эксплуатационных расходов (вода, отопление, электричество) и т.д., включая арендуемые Вами и переданные Вам в постоянное пользование, примерно в такой форме:

Аренда помещения под офис – 100 м.² на 12 месяцев – 100 000 руб.

Стоимость вышеприведенных затрат должна соответствовать средней для Вашего района. Включите этот раздел также в стоимость страховки, ремонта и т.п., а также плату за телефон (укажите число телефонных аппаратов, номеров, стоимость установки номера/аппарата, ежемесячную плату за один аппарат/номер).

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

Аренда и покупка оборудования. В данный раздел входят все затраты по приобретению или аренде оборудования, которое Вы предполагаете использовать в работе по проекту. Это оборудование офиса, мебель, компьютеры, ксерокс, факс, и т.д. Старайтесь запрашивать оборудование в разумных пределах. Всеми возможными способами пытайтесь записать в бюджет как можно больше оборудования, полученного из собственных источников (колонка «Имеющееся»). Это продемонстрирует донору Ваши потенциальные возможности самофинансирования. Внимательно читайте объявления фондов насчет того, что они рассматривают в качестве

«оборудования». Например, часто оборудованием называют предметы, стоящие более 5 000 рублей и (или) предназначенные для эксплуатации более одного года. Возможно также, что фонд не рекомендует покупку оборудования, а поощряет его аренду. Этот раздел должен также включать все дополнительные расходы по доставке оборудования, установке, страхованию.

Расходные материалы. Обычно к ним относятся канцелярские принадлежности, т.е. бумага, CD, DVD, ручки, скрепки, папки и пр. Если у Вас есть какие-то специальные запросы – укажите их. Например, сюда можно включить стоимость учебных пособий, расходы на подписку, публикацию результатов и почтовые расходы, если они не вынесены в отдельный раздел.

Командировочные и транспортные расходы. Включите сюда все расходы, связанные с поездками. Подробно опишите каждый пункт, не пишите сразу больших сумм без соответствующих разъяснений, чтобы не вызвать у донора недоуменных вопросов. Включите сюда расходы на проезд исполнителей проекта наземным транспортом, суточные (из расчета на каждый день), проезд к месту работы, перевозку грузов, аренду автомобилей (если Вы не включили это в раздел «Оборудование») и др. Уточните, какие суточные расходы характерны для конкретного места.

Прочие расходы. Сюда включите все, что не вошло в предыдущие категории. Например, расходы на оплату конференций, совещаний и рабочих семинаров, печать материалов и объявлений, стоимость телефонных разговоров и связь и т.д.

2.2.11. Непрямые расходы

Непрямые расходы – это затраты, которые трудно связать с какой-то конкретной деятельностью или проектом, но тем не менее необходимые для нормального функционирования организации и успешного выполнения ее задач. Любой проект, выполняемый в организации, стоит ей определенных денег. Стоимость износа, амортизации капитального оборудования, оплата труда административных работников, общие коммунальные расходы (телефон, электричество, лифт, антенна и др.) могут быть квалифицированы как непрямые. Иногда неудобно располагать подобные расходы в частях 1 и 2, поэтому Вы можете поместить их все вместе в конце бюджета в разделе 3. Как правило, конкретные организации определяют свой уровень накладных расходов как процент от общего фонда оплаты труда или от всех прямых расходов.

Критерии оценки бюджета:

- Четкое разграничение средств, получаемых от донора и из других источников.
- Соответствие описательной части заявки.

- Выставление суммы, достаточной для обеспечения всех работ, указанных в описательной части заявки.
- Включение всех статей, финансируемых донором.
- Включение всех статей, финансируемых из других источников (в том числе из собственных ресурсов заявителя).
- Включение всех видов работ на добровольной безвозмездной основе.
- Отделение расходов на пособия и налоги от заработной платы.
- Включение оплаты консультантам и другим работникам по контракту.
- Отделение оплаты труда от прочих прямых расходов.
- Включение всех не прямых расходов, если нужно.
- Учет текущего уровня инфляции.

Приложения

Сюда можно включить любую информацию, которая могла бы дополнительно охарактеризовать вас и вашу организацию. Например, публикации в прессе, копии документов, подтверждающие вашу готовность к осуществлению проекта, рекомендации и письма поддержки.

Полезные советы:

1. Уделите огромное внимание названию проекта. Оно должно быть одновременно и емким (до семи слов) и понятным (выражать основную идею заявки).
2. Раздел заявки «Аннотация» должен быть четко выверен и не содержать ничего лишнего.
3. Цели, задачи, календарный план и бюджет должны быть увязаны между собой.
4. «Ожидаемые результаты» обычно пишутся в совершенном времени так, будто проект уже реализован и результаты достигнуты.
5. Бюджет заявки должен быть обоснован и выверен до мелочей. Учтите и возможную инфляцию, и расходы на форс-мажор. Обратите внимание на то, какие строки бюджета разрешены к оплате. Будьте готовы предоставить сведения об имеющихся в вашем распоряжении ресурсах: материальных (денежные средства, инфраструктура, аппаратура) и нематериальных (человеческие ресурсы, известность) [3].

Список источников:

1. Благотворительные фонды: поиск внебюджетных средств для библиотек. Справочно-методическое пособие РНБ. [Электронный ресурс].- Режим доступа: www.nlr.ru/prof/social_funds.-17.08.2015
2. Брендинг малых и средних городов России : опыт, проблемы, перспективы : материалы Всерос. науч.-практ. очно-заоч. конф. [отв. ред. А. М. Бритвин]. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012. – с. 5
3. Как написать грант [Электронный ресурс]- Режим доступа: www.kakprosto.ru/kak-25042-kak-napisat-grant.-24.09.2015
4. Касенова, Г. Как рождаются проекты [Электронный ресурс]/ Г. Касенова.- Режим доступа: www.bibliograf.ru/issues/2009/9/135/0/1064.-13.10.2015
5. Левочкина, Н.А. Региональные культурные бренды как тренд развития территорий [Электронный ресурс]/ Н.А. Левочкина.-Режим доступа: www.rusnauka.com/30_NNM_2012/Economics/13_119277.doc.htm.- 06.10.2015
6. Мелик-Карамова Н. Как получить грант.[Электронный ресурс]/Н. Мелик-Уарамова.- Режим доступа: harbor.ru/bl/startup0701.htm 30.-04.09.2015
7. Национальный брендинг и брендинг территорий [Электронный ресурс].- Режим доступа: www.marketing.spb.ru/lib-special/regions/nation_branding.htm.- 14.10.2015
8. Низайкин, А. Брендинг: понятие, цель, процесс[Электронный ресурс]/ А. Низайкин.- Режим доступа: www.nazaykin.ru/_br_branding.htm.- 27.10.2015
9. Хананашвили Н. Гранты для НКО: сравнение региональных Положений о конкурсах.[Электронный ресурс]/ Н. Хананашвили.- Режим доступа: www.socpolitika.ru/rus/ngo/activity/document393.shtml.-20.10.2015
10. Что такое брендинг [Электронный ресурс].-Режим доступа: www.sovets.net/1932-brend-branding-brendirovanie-cto-eto-takoe.html.- 12.10.2015
11. Шеметова, О. Бренд – что это и зачем он нужен? [Электронный ресурс]/О.Шеметова.-Режим доступа: www.km.ru/stil/2013/01/25/biznes-i-predprinimatelstvo-v-mire/702383-brend-cto-eto-i-zachem-nuzhen.-27.10.2015.)

ДЛЯ ЗАМЕТОК

