



Фандрайзинг для медиа и НКО

Джойс Куаови

Что мы будем обсуждать

1. Где искать гранты для медиа и НКО
2. Основные правила при подготовке грантовых заявок
3. Основные правила при подготовке бюджетов
4. Вы получили грант... что дальше?
5. Почему отчёт — это не формальность?

Где искать гранты для медиа и НКО



1. Открытые грантовые конкурсы:

- [US Russia Foundation \(USRF\)](#)
- [European Endowment for Democracy \(EED\)](#)
- [National Endowment for Democracy \(NED\)](#)
- [OAK Foundation](#)
- [Baltic Center for Media Excellence](#)
- **Помощь журналистам и правозащитникам at risk**, в том числе срочная:



2. **Закрытые коллы** (IREX, ERIM)

3. **Участвуйте в конференциях** и других мероприятиях

4. **Наймите фандрайзера** или консультанта

С чего начать подготовку грантовой заявки

С оценки и гипотез!

- ❖ **Контекст:** что происходит вовне, есть ли запрос на то, что вы делаете?
- ❖ **Внутренний аудит:** внутри, есть ли у вас силы/ресурсы что-то предлагать?
Если есть, то какие? А каких нет? (общими мазками)
- ❖ **Гипотезы:** что будет, если...
- ❖ **Риски**

Например, SWOT-анализ



Что важно показать в заявке

Важно построить цепочку (“теория изменений”):

- **Цель / Goal** — чего вы хотите добиться / что изменить в долгосрочной перспективе?
- **Задачи / Objectives** — какие ключевые шаги на пути к этой цели?
(важны сроки)
- **Активности / Activities** — что нужно сделать конкретно: 1, 2, 3...
- **Результаты / Results** — что получится из ваших действий? **цифры!**
(важно заранее определить, как вы будете отслеживать результаты и что будет считаться успехом)
- **И снова результаты / Outcome** — к каким изменениям приведут ваши действия? **факты!**

Пример для закрепления: НКО, тема: экология (1)

Цель — повысить уровень осведомленности россиян об экологических проблемах в стране и способах преодоления этих проблемам.

Задачи:

1. Проводить исследования, посвященные состоянию экологии в России.
2. Проводить просветительские мероприятия по экологии.

Активности:

1. Исследование 1, исследование 2
2. Мероприятие 1, мероприятие 2

Пример для закрепления: НКО, тема: экология (2)

Результаты:

1. Не менее 2 исследования состояния экологии проведено и опубликовано на сайте проекта.
2. Не менее 1000 человек прочитали исследования.
3. Не менее 3 просветительских мероприятий (семинаров) проведено.
4. Не менее 40 человек приняли участие в просветительских мероприятиях.

“Итог”: Люди, которым не безразличны экологические проблемы в стране узнали больше о текущей ситуации и способах их преодолеть.

Пример: просветительское медиа (1)

Цель — Войти в топ-3 просветительских медиа по популярности.

Задачи:

1. Увеличить аудиторные охваты медиа с X до Y
2. Увеличить МедиаИндекс ПостНауки с X до Y (читай: цитируемость)
3. Увеличить количество ссылок в соцсетях с X до Y

Активности:

1. Выпускать материалы на площадках проекта
2. Рассылать пресс-релизы о материалах проекта
3. Размещать 10 рекламные/партнерские посты у блогеров и в пабликах

Пример: просветительское медиа (2)

Результаты:

1. Не менее 1000 материалов опубликовано на площадках проекта
2. Не менее 100 пресс-релизов о материалах проекта отправлено в СМИ
3. Не менее 10 рекламных/партнерских постов размещено у блогеров и в пабликах

“Итог”: ПостНаука заняла второе место в топ-3 просветительских медиа по популярности

Пример: медиа о правах человека (1)

Цель — повысить осведомленность россиян о многочисленных нарушениях прав человека в России и способах улучшить ситуацию.

Задачи:

1. Рассказывать о текущих проблемах широкой аудитории.
2. Привлекать внимание общественных деятелей и/или государства и т.п....

Активности:

1. Выпуск расследований о нарушениях прав человека
2. Выпуск интервью с экспертами в сфере прав человека и др....

Пример: медиа о правах человека (2)

Результаты:

1. Не менее 10 расследований опубликовано на сайте издания
2. Не менее 100 постов опубликовано в соцсетях издания
3. Не менее 1000 человек — охват публикаций и т.п.

“Итог”: Целевая аудитория издания получила актуальную информацию о многочисленных нарушениях прав человека в России и способах улучшить ситуацию.

Что важно учесть в бюджете

- **Кто вам нужен для осуществления активностей?** Непосредственные исполнители
- **Шире:** кто еще нужен? Кто будет заниматься финансами? Кто будет продвигать ваши материалы в СМИ/соцсетях? Кто...?
- **Еще шире:** где вы сидите, есть ли офис? на чем вы работаете, есть ли техника? нужны ли вам командировки?
- **И немного скучного, но важного:** банковские комиссии, подписки на что-то и проч.

Несколько слов о бюджете

В идеале стоит иметь несколько вариантов бюджета:

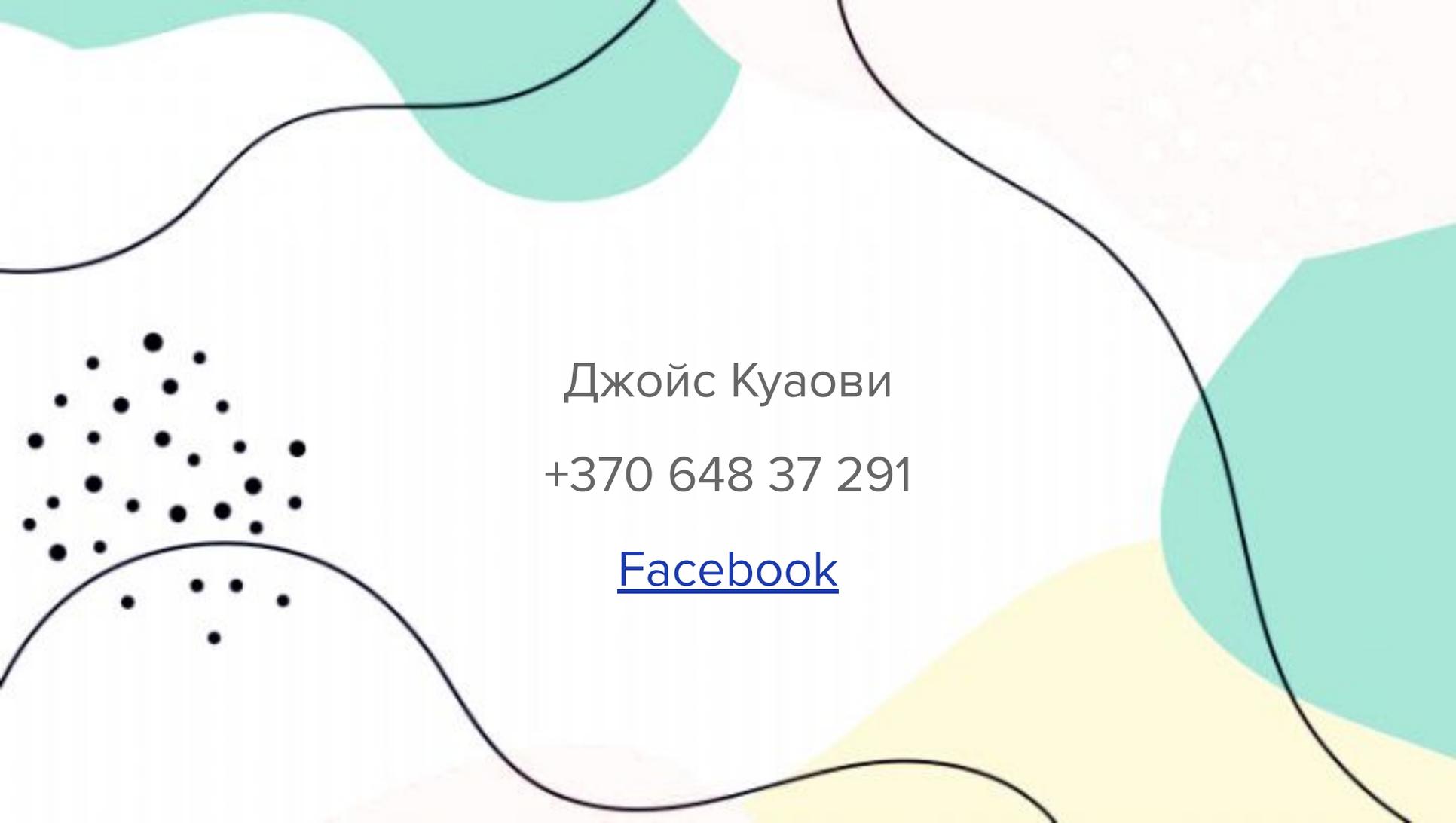
- 1. по срокам:** на год, полгода и три месяца
- 2. по масштабу:**
 - минимальный (необходимый для выживания)
 - оптимистичный (база для выживания + кое-что на рост и развитие)
 - бюджет мечты
- 3. на русском и английском**

Вы получили грант... что дальше?

- ❖ Всегда сверяйтесь со своей теорией изменений, мониторинг и оценка спасут мир
- ❖ Программный менеджер — не просто строка в бюджете: он должен следить за тем, как идет проект
- ❖ Всегда согласовывайте изменения с донором
- ❖ Дружите с вашими донорами
- ❖ Нецелевое расходование — зло!
- ❖ Своевременный учет расходов — счастье для всех
- ❖ Вовремя сданный отчет — заявка на успех

Почему отчёт — это не формальность?

- Грант — это двусторонняя история: соблюдайте договоренности, чтобы получать транши и шанс на новый грант
- У доноров есть свои доноры: не подводите их, делитесь историями успеха
- Грантовый мир тоже тесный: если испортить свою репутацию с одним донором, об этом могут узнать многие



Джойс Куаови

+370 648 37 291

[Facebook](#)