

ДОГОВІР № ЗІСР21-3325
про надання гранту

м. Київ

«30» липень 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та ТОВ "Лавіна Концерт" (далі – Грантоотримувач) в особі Директора Кійченка Олександра Олексійовича, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «Запис альбому «Звуки Чорнобиля» з українськими та міжнародними музикантами» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проєкт до 15 жовтня 2020 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.

2. Проєкт реалізується згідно з робочим планом реалізації Проєкту, визначеним у розділі XI проєктної заявки.

3. Для підтвердження реалізації Проєкту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проєкту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проєкту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.

4. Датою завершення реалізації Проєкту є день підписання Фондом акта про виконання Проєкту.

08 ЛИП 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 1 753 426 грн. 00 коп. (один мільйон сімсот п'ятдесят три тисячі чотириста двадцять шість гривень 00 копійок) без ПДВ.

2. Фонд надає суму гранту частинами (траншами) у розмірі та у строки, визначені графіком платежів згідно з додатком 5 до цього Договору.

3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проєкту.

4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування.

5. Перерахування коштів здійснюється в безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проєкту відповідно до умов цього Договору.

2. Грантоотримувач зобов'язується:

1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;

2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);

3) реалізувати Проєкт у строки, визначені у пункті 1 розділу II цього Договору;

4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проєкту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;

5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі

обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту;

6) зберігати бухгалтерську документацію по Проєкту протягом трьох років з моменту підписання акту про виконання Проєкту;

7) самостійно врегульовувати правовідносини з третіми особами, які пов'язані з виникненням (набуттям) прав на об'єкти авторського права і (або) суміжних прав, використанням таких об'єктів, розпорядженням майновими правами і охороною майнових прав на ці об'єкти, а також охороною особистих немайнових прав відповідно до вимог Закону України "Про авторське право і суміжні права";

8) відповідно до чинного законодавства України не допускати наявності у Проєкті (продукті Проєкту) пропаганди війни, насильства, жорстокості, фашизму і неофашизму, закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, приниження нації, неповаги до національних і релігійних святинь, а також наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, матеріалів порнографічного характеру.

3. Фонд має право:

1) ознайомлюватися з первинною документацією, пов'язаною з реалізацією Проєкту;

2) вимагати від Грантоотримувача будь-які документи, інформацію та пояснення щодо його дій, пов'язаних з виконанням цього Договору та реалізацією Проєкту;

3) використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію, отримані в процесі реалізації Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності;

4) здійснювати контроль та моніторинг реалізації Проєкту, у тому числі за місцезнаходженням Грантоотримувача та/або за місцем фактичної реалізації Проєкту.

4. Фонд зобов'язується:

- 1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;
- 2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, правильність, обґрунтованість та цільове використання гранту.

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

1. Сторони відповідають за своїми зобов'язаннями в межах, визначених чинним законодавством України.

2. Фонд не несе відповідальності за завдані Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені третім особам.

3. Фонд не несе відповідальності за невиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проєкту, належать Грантоотримувачу, якщо інше не визначено Грантоотримувачем або чинним законодавством.

2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.

3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проєкту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проєкту, мають містити інформацію про те, що Проєкт реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.

4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проєкту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проекту, форму якого наведено у додатку 2 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

придбання товарів, виконання робіт, надання послуг, що не пов'язані з реалізацією Проекту;

витрати по оплаті посередницьких послуг;

витрати по оплаті товарів, робіт і послуг, які були вже або будуть профінансовані за рахунок інших джерел до або після підписання цього Договору (подвійне фінансування);

витрати, пов'язані з реалізацією проектів, які мають на меті отримання прибутку;

витрати на утримання установ, організацій, в тому числі тих, що є учасниками проектів;

витрати на підготовку проектної заявки для подання на конкурсну програму Фонду;

витрати, в результаті курсових різниць;

витрати (замовлення товарів, робіт, послуг), які здійснюються між пов'язаними особами (відносини між якими можуть впливати на умови, або економічні результати їх діяльності чи діяльності осіб, яких вони представляють);

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

1. Грантоотримувач веде належний бухгалтерський облік та звітує перед Фондом в процесі реалізації Проекту в порядку, передбаченому цим Договором.

2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю необхідну фінансову документацію щодо Проекту.

ІХ. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

1. У разі істотних порушень умов цього Договору, визначених Законом України «Про Український культурний фонд», його може бути розірвано за заявою Фонду в односторонньому порядку.

2. Рішення Фонду про розірвання цього Договору приймається за наявності факту істотного порушення його умов.

3. У разі дострокового розірвання цього Договору внаслідок використання будь-якої частини гранту не за призначенням або з порушенням чинного законодавства Грантоотримувач зобов'язаний протягом 20 календарних днів з дня отримання повідомлення про розірвання цього Договору в односторонньому порядку повернути у повному обсязі перераховані Фондом кошти.

Х. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

1. У разі виникнення форс-мажорних обставин Сторони звільняються від своїх зобов'язань за цим Договором. Форс-мажорними обставинами визнаються усі обставини, визначені Законом України «Про торгово-промислові палати в Україні».

2. У разі настання таких обставин кожна зі Сторін має повідомити іншу у письмовій формі протягом 5 календарних днів.

ХІ. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

1. Тлумачення умов цього Договору здійснюється відповідно до норм чинного законодавства України.

2. Усі спори або розбіжності, що впливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або

його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

ХІІ. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2020 року.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

2. У разі зміни уповноваженої особи Сторони невідкладно повідомляють одна одну.

3. Обмін інформацією відбувається між Сторонами будь-якими можливими та прийнятними засобами зв'язку.

4. Електронне повідомлення вважається отриманим Стороною-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що воно не було відправлено. У цьому разі Сторона, яка направляє повідомлення, має негайно відправити його ще раз за будь-якими іншими відомими та попередньо визначеними адресами, зазначеними у пункті 6 цього розділу.

5. Кореспонденція, що направляється Сторонами з використанням послуг поштового зв'язку, вважається отриманою Стороною в установленому законодавством порядку.

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.cult@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Кійченко Олександр Олексійович,

директор ТОВ "Лавіна Концерт",

7. Грантоотримувач вживає всіх необхідних заходів для запобігання випадкам, коли неупереджене та справедливе здійснення цього Договору конфліктує з особистими інтересами (інтересами членів родини), інтересами економічного характеру чи будь-якими іншими подібними інтересами (далі – Конфлікт інтересів).

8. Про будь-який випадок, що містить або може призвести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантоотримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

9. Фонд та Грантоотримувач зобов'язуються дотримуватись конфіденційності щодо інформації та змістових матеріалів Проєкту, які стали відомі під час виконання цього Договору.

10. У разі якщо правила і процедури для Грантоотримувачів вимагають проведення публічних закупівель, такі правила і процедури мають відповідати національним або міжнародним стандартам та принципам прозорості, пропорційності, ефективного фінансового управління, рівного ставлення і відсутності дискримінації.

11. Грантоотримувач погоджується, що будь-які персональні дані, зазначені у цьому Договорі, обробляються Фондом відповідно до Закону України «Про захист персональних даних».

12. Договір складено українською мовою у двох примірниках (по одному для кожної зі Сторін), що мають однакову юридичну силу.

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

Невід'ємними частинами цього Договору є додатки до нього, а саме:
додаток 1 – проєктна заявка;

**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Додаток 1

до Договору про надання гранту № ЗІСР21-3325

від «30» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 2. Музика

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: ЗІСР21-3325

Назва проекту: Запис альбому «Звуки Чорнобиля» з українськими та міжнародними музикантами

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Інноваційний культурний продукт

Лот

ЛОТ 2. Музика

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

аудіальне мистецтво

Ключові слова за напрямми (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)

музика

популярна музика

Назва проекту

Запис альбому «Звуки Чорнобиля» з українськими та міжнародними музикантами

Назва проекту англійською мовою

Виктор Кіселев О.О.



Recording of the album "Sounds of Chernobyl" with Ukrainian and International Musicians

Коротка інформація про проект, яка включає мету та результати (до 100 слів)

Соціальний музичний проект, в результаті якого буде створено альбом сучасною українською музики з 10 музичних треків: 8 нових композицій — від українських (6) та міжнародних (2) музикантів, та ще 2, які були створені раніше. Для створення пісень будуть організовані індивідуальні арт-резиденції для українських музикантів, з зануренням у тематику Чорнобиля, та надано унікальну бібліотеку «Звуки Чорнобиля», що записана у Зоні Відчуження. На шість новостворених пісень молоді та відомі режисери та продакшни України створять відеокліпи, що будуть промотувати отриманий культурний продукт серед широкої української аудиторії, об'єднуючи сучасних українців навколо спільних культурних цінностей та нових сенсів на темі переосмислення інформаційної трагедії Чорнобиля в минулому української нації, та популяризувати український культурний продукт за кордоном.

Коротка інформація про проект англійською мовою, яка включає мету та результати (до 100 слів)

A social musical project that consist of an album of modern Ukrainian music with 10 tracks: 8 new compositions created by the Ukrainian (6) and international (2) musicians and 2 more that were created earlier. The songs will be create by musicians in individual art residences with an immersion in the Chernobyl theme, and with a unique library "Sounds of Chernobyl", which is recorded in the exclusion zone. For six new songs, young and famous directors and video productions of Ukraine will create video clips that will promote the received cultural product among a wide Ukrainian audience, uniting modern Ukrainians around common cultural values and new meanings on the topic of rethinking the information tragedy of Chernobyl in the past of the Ukrainian nation, and popularizing the Ukrainian cultural product abroad.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
1753426.00

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
1753426.00

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту, якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0).

Директор Ківченко О.В.



0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім УКФ)

Джерело співфінансування та сума

0.

Географія реалізації проекту: населений пункт, область (якщо поза межами України — зазначте країну)

Населений пункт

Київ, Чорнобиль, вся Україна

Початок проекту

2020-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях

4

Партнери проекту

Індивідуальний проект

Ваш основний продукт

Аудіозапис

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Кійченко Олександр Олександрович

Телефон

Електронна пошта

Директор Кійченко О.О.



Функції в проекті

Координатор

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Товариство з Обмеженою Відповідальністю «ЛАВІНА КОНЦЕРТ»

Повна назва організації-заявника англійською мовою

Limited Liability Company "LAVINA CONCERT"

Організаційно-правова форма

Товариство з обмеженою відповідальністю

Код ЄДРПОУ

34000820

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)

https://drive.google.com/drive/folders/1WbbwASMYuPVY4rH0sE_WZFAgiQ7byDu3?usp=sharing

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ ЛОУ

90.02 Діяльність із підтримання театральних і концертних заходів, 59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, 62.02 Консультування з питань інформатизації, 73.11 Рекламні агентства, 73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації

Дата реєстрації організації

2006-01-25

Юридична адреса організації

бульв. Вацлава Гавела, 4, м. Київ, Україна, 03067

Поштова адреса організації

бульв. Вацлава Гавела, 4, м. Київ, Україна, 03067

Фактична адреса організації

бульв. Вацлава Гавела, 4, м. Київ, Україна, 03067



Директор Квіщенко О.О.

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації

https://uk.wikipedia.org/wiki/Lavina_music <https://www.facebook.com/lavinamusicholding/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Кійченко Олександр Олексійович

Телефон

Електронна пошта

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи має керівник організації судимість/притягнення до адміністративної відповідальності за вчинення правопорушення/злочину у сфері корупційних зловживань, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації
Едуард Клім 60%, Кійченко Олександр 40%

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до відповідальності у сфері корупційних зловживань? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи є відкриті судові провадження стосовно вашої організації на момент подання заявки?
Ні

Директор Кійченко О.О.



Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

Офіс на бульв. Вацлава Гавела, 4, м. Київ, офісне устаткування, меблі, ноутбуки, об'єкти авторського права (пісні, альбоми)

Дохід за звітний період

38200.00

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Так, у 2019 у ролі заявника

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Так, у 2019 у ролі заявника

Додайте активні посилання на успішно реалізовані проекти за підтримки УКФ, якщо такі були

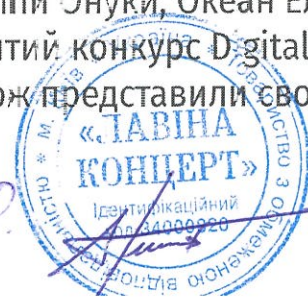
Проект: "Участь українських медіа-митців у визначній події Burning Man, США". Посилання: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/09/26/ukrayintsi-vidkryly-portal-v-chornobyl-na-burning-man-ta-pokazaly-media-art-foto-vidoc/> <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2719377-festivali-prezentacii-i-vistavki-za-kordonom-projdu-t-zahodi-dla-popularizacii-ukraini.html> http://mincult.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=245501366 <https://www.kult.km.ua/news/view/463-Zaproshuyemo-vzyati-uchast-u-konkursi-na-predstavleniya-svoeyi-roboti-na-festivali-«Burning-Man»> <https://mkotg.gov.ua/news/1564688081/> Webкамера телеканалу М1 завітала на презентацію нашого проекту: www.facebook.com/watch/?v=2817735168240740 Як виглядав український медіа-арт на Burning Man: <https://www.facebook.com/watch/?v=640618116465524> <https://www.the-village.com.ua/village/culture/culture-news/286997-ukrayinska-spilnota-burning-man-shukae-100-media-mittsiv-dlya-stvorenniya-instalyatsiyi> <https://www.the-village.com.ua/village/culture/culture-news/288657-dezeen-vklyuchiv-ukrayinsku-instalyatsiyu-na-burning-man-do-spisku-naykraschih-robot> https://bit.ua/2019/08/bit-ua_na_burning_man/ <http://musicweek.ua/oleksandr-kiychenko-about-the-role-of-burning-man-in-ukrainian-culture/> <http://www.americaohousekyiv.org/events/2019/6/14/-burning-man> <https://www.radiosvoboda.org/a/30014197.html> <https://bzh.life/ua/plany/ukraintsev-prizyvayut-pomoch-sozdavat-art-obekt-kotoryi-predstavlyat-na-burning-man> <https://www.the-village.com.ua/village/culture/culture-news/286997-ukrayinska-spilnota-burning-man-shukae-100-media-mittsiv-dlya-stvorenniya-instalyatsiyi> <https://kyiv-online.net/articles/ukrajinskyj-media-art-na-burning-man-2019-coluchajtes-dc-proektu/> <https://mitec.ua/ukrajinskij-media-art-na-burning-man-v-ssha/> <https://supportyourart.com/news/burning-man-open->

Директор Кіагешко О.О.



call- <https://www.kissfm.ua/news/6007-ukrayinskyy-media-art-na-burning-man-2019-doluchaytes-do-proektu/> <https://theworldnews.net/ua-news/ukrayina-prezentuie-media-tekhno-art-proekt-na-festivali-burning-man-u-ssha> <http://musicweek.ua/burning-man-2019-calling/> [http://culturemeter.od.ua/odesskih-hudozhnikov-zovut-uchastvovat-v-burning-man](http://culturemeter.od.ua/odesskih-hudozhnikov-zovut-uchastvovat-v-burning-man-71642/) <https://odessa-news.stream/kultura/odesskikh-khudozhnikov-zovut-uchastvovat-v-burning-man> <http://www.america-housekyiv.org/events/2019/6/14/-burning-man-> <http://uaculture.org/catalog/ukrayinskyj-media-art-na-burning-man-2019-doluchajtes-do-proektu/> <https://ain.ua/2019/07/17/predstav-svoj-art-na-burning-man/> <https://pravdatut.ua/news/ukrayina-prezentuye-media-tenno-art-proekt-na-festivali-burning-man> <https://vctr.media/100-artistov-burning-man-24166/> <https://www.0552.ua/news/2432201/hersonskih-hudozhnikov-priglasaut-prinat-ucastie-v-burning-man> <https://www.culturepartnership.eu/article/burning-man> <https://kyiv-online.net/articles/ukrayinskyj-media-art-na-burning-man-2019-doluchajtes-do-proektu/> <https://qwerty.gdn/2019/06/22/украина-представляет-медиа-техно-арт/> <https://cases.media/news/obyavlen-konkurs-na-ukrainskii-media-art-dlya-burning-man> <https://designtalk.club/konkurs-media-artu-na-burning-man-vid-ukrayiny-prodovzhenno/> https://mmr.ua/show/ukrayinskyiy_konkurs_media-artu_na_burning_man_prodovzhenno <https://www.dezeen.com/2019/08/28/burning-man-installations-pavilions-sculptures-instagram-highlights/> <https://trendland.com/the-10-best-installations-of-burning-man-2019/> <https://www.interiordesign.net/articles/16904-top-15-burning-man-installations-on-social-media/> Інтерв'ю: <https://burningman.bit.ua/2019/09/digital-culture/> <https://vogue.ua/article/culture/art/chto-ukraina-pokazala-na-burning-man-rasskazyvayut-hudozhniki.html> <https://www.the-village.com.ua/village/culture/art/287599-digital-culture-navischo-na-burning-man-30-metrova-piramida-z-ukrayinskim-media-artom> Радіо НВ <https://youtu.be/799TX0L2hAk> Радіо KissFM: <https://www.facebook.com/DigitalCultureUA/videos/1604165806383009/> Радіо Промінь <https://www.facebook.com/prominfm/videos/402041890657465/> Радіо Культура 29/09 о 9:30 Радіо НВ: <https://www.facebook.com/radioNV.ua/videos/1388338184658646/> Сюжети на М1: <https://youtu.be/zLPjf8Vf-gug> Сюжет на UATV: <https://youtu.be/QBOebAKLVI4> <http://musicweek.ua/oleksandr-kiychenko-about-the-role-of-burning-man-in-ukrainian-culture/> <http://musicweek.ua/yuriy-miron-about-burning-man/> <http://musicweek.ua/interview-with-anastasia-luntalino/> <http://musicweek.ua/oleksiy-romanovskiy-about-media-art-royksopp-and-burning-man/> Медіа-митці проекту ARTEFACT показали українській контент з кращими роботами сучасних медіа-артистів, серед яких були навіть кліпи Онуки, Океан Ельзи, Стасік, подані компанією Radioactive Film на відкритий конкурс Digital Culture. Багато українських митців та компаній також представили свої

Директор Кідакшо О. О.



роботи, які були показані на величезній піраміді посеред пустелі на Burning Man: з яких VJ Yarkus, Євген Лапченко, Слава Балбек, Юрій Мірон, Астіан Рей, Валерій Коршунов, Олександра Степаненко, VJ Alx. Слава Крижановський, Назар Михалко, дизайнер banda.agency, проект PlastikWood, RockStar - та про всіх просто не скажеш, але всі вони є в каталозі проекту. Також наші митці VJ Yarkus та VJ Alx створювали внутрішню проекцію на головному танцполі Піраміди кожної ночі, де виступали такі артисти, як Jan Blomqvist, Blond: ish, Vesouin, а в день проходили лекції від крутих спікерів, наприклад Jason Silva і Brittany Kiser. Медіа арт – одне з самих новітніх та трендових напрямків сучасного мистецтва, тому представлення України саме в цьому напрямку мистецтва у міжнародній події, позиціонує країну – як сучасну, трендову, технологічну, а в середині країни викликає інтерес до власного сучасного інноваційного продукту. Більше 16 днів в пустелі українська команда в складі міжнародного кемпу PlayAlchemist працювала над створенням цього проекту. Завдання цього року була не тільки побудувати табір і піраміду, але і вперше повністю обшити її спеціальними трикутними панелями з усіх боків, вперше побудувати навпроти маленьку піраміду, обшити її, вперше в історії Burning Man зробити таку масштабну проекцію, яку будуть бачити люди з іншого боку Плаї, і зробити проекцію всередині піраміди. Забезпечити роботу дуже крутого обладнання в умовах пустелі, а також створити контент, який буде показуватися зовні і всередині. Наша команда брала участь у всіх етапах реалізації проекту. Ми розробляли власний контент, 7 програм в головній тематиці Burning Man - метаморфози і зробили опен-колл, щоб зібрати роботи українських сучасних медіахудожників і презентувати сучасну Україну в артї. Ми провели кілька зустрічей і багато роз'яснювальної роботи з митцями в America House, в результаті на опен-колл відгукнулося багато різних артистів, подали понад 100 робіт. До фінальної вибірки потрапило понад 70. Всі ці роботи були оброблені нашими художниками і показані в рамках виступу з мапінг-перформансом на піраміді зовні і всередині. Імена всіх художників вже є в каталозі. Ми пройшли весь шлях створення цього великого медіа-арт об'єкту: від конкурсу табору українських митців, створення унікального контенту, побудови піраміди, обшивки спеціальними піраміди спеціальними панелями, технічного етапу проєкторів, до виступів з лайф-перформансами з українською програмою на зовнішній проекції та на головному танцполі піраміди, до розборки піраміди і усього кемпу, щоб не залишити від себе і сліду. Наприкінці проекту ми відкрили портал у Чорнобиль, бо саме з нього почався цей проект. Це стало можливо завдяки AR технологіям і спеціально розробленого додатку. Після успішного медіа-арт проекту в Прип'яті у 2018 році, який був підтриманий УКФ, медіа-митців запросили на Burning Man. Тому ідея відкрити портал в Чорнобиль та

Директор Кіселева О.О.



активувати наступний Артефакт на Burning Man не покидала. Адже Burning Man, як і Чорнобиль, почався 33 роки тому, і сьогодні в Чорнобилі в буянні природи заборонено жити, а на Бернін Мен посеред пустелі - свято життя та культури. Додаток ARTEFACT знаходив обраних на Burning Man, мав особливий меседж та відкривав портал у Чорнобиль. Ми дякуємо Українському Культурному Фонду за таку можливість, що на самому трендовому арт-заході світу Burning Man стало можливим представити одразу стільки робіт українських митців.

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ? Якщо так, назвіть цей проект та додайте активні посилання на інформацію з відкритих джерел на цей проект

Так. Цей проект є самостійним, але буде використовувати напрацювання проекту ARTEFACT, що був реалізований за підтримки УКФ 2018 року, а саме бібліотеку семплів «Звуки Чорнобиля» на основі якої вже зробили пісні міжнародні артисти, в тому числі номінант на Греммі, Крістоф Етьє з гурту Teleormusik. Та, в рамках проекту ARTEFACT: CHERNOBYL 33, що також був підтриманий УКФ, найвідомий бійбоксер світу та хедлайнер ATLAS WEEKEND 2019 - Dub FX.

Бібліотека Звуки Чорнобилю була записана у 2018-му році - <https://www.youtube.com/watch?v=pVCb1Z96e5A>

Запис пройшла при підтримки Державного Агентства з управління Зоною Відчуження та Міністерства екології та природних ресурсів.

<http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/zvuki-chornobilya-z-yavlyatsya-u-vilnomu-dostupi.html>

<https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2572122-artefact-zapise-zvuki-cornobila.html>

Треки митців стали саундтреком до документальної стрічки «Артефакт Чорнобилю»

https://24tv.ua/nominant_na_gremmi_ta_vidomiy_bitbokser_pishut_saundtrek_filmu_artefakt_chornobilya_n1228212

Про проект - ARTEFACT 2018:

Восени 2018-го за підтримки Українського Культурного Фонду було реалізовано арт-проект АРЕТФАКТ.

У рамках проекту було послідовно реалізовано низку заходів. Створення скульптури, написання саундтрека до неї, створення бібліотеки звуків «Звуки Чорнобиля», лекторії із молоддю та працівниками креативних

Директор Квідченко О.О.



індустрій, інтерактивні комунікації на музичних фестивалях України, презентація у Чорнобилі та Києві.

Мета цього культурно-соціального арт-проекту — привернути увагу громадськості до проблеми усвідомленого споживання і поширення інформації та навчити фільтрувати інформацію.

Проект надавав методику та техніки для аналізу інформації.

Символізм скульптури містить відсилання до фантастичної повісті братів Стругацьких «Пікнік на узбіччі» і до її екранізації Тарковського — фільму-притчі «Сталкер».

Проект був підтриманий Українським Культурним Фондом, Міністерством Культури України, Міністерством Інформ Політики України, Міністерством екології та природних ресурсів України, державним агентством з управління зоною відчуження.

АРТЕФАКТ - це відповідь мистецтва на безперервну проблему діджиталізації та загальної перевантаженості інформаційного простору, домінування фальшивих новин і низького рівня медіаграмотності населення.

У епоху пост-правди нам потрібна інформаційна революція, заклик до свідомого споживання і поширення інформації, дотримання медіа-дієти та суворі правила аналізу засобів масової інформації.

22 листопада у Чорнобильській зоні відчуження українськими та міжнародними митцями було презентовано проект медіа-мистецтва, що поєднує в собі цифрову скульптуру, активізм, музику, медіа-мистецтво, світлове мистецтво та штучний інтелект Інтернету, за допомогою яких скульптура спілкувалася з користувачами.

Саундтрек до скульптури створений світовими та українськими музикантами.

Перший саундтрек створив номінант на Греммі – француз Крістоф Етьє (Франція), який є номінантом на Греммі за створення композиції «Breathe» в рамках проекту TELEPOPMUSIK. <https://www.youtube.com/watch?v=hVXiwhHqsw>

Проект мав гарне висвітлення в українській та міжнародній пресі:

The Guardian - [https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/nov/28/](https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/nov/28/chernobyl-art-party-nuclear-pr-pyat-ukraine-artefact-valery-korshunov)
chernobyl-art-party-nuclear-pr-pyat-ukraine-artefact-valery-korshunov

Vice - https://amuse.vice.com/en_us/article/mby9nq/chernobyl-art-rave

El Confidencial - [https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-11-29/artefact-](https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-11-29/artefact-chernobyl-fiesta-rave-radioactividad_1675062/)
chernobyl-fiesta-rave-radioactividad_1675062/

Bloomberg - <https://twitter.com/QuickTake/status/1068962395538800641>

20 minutes - <https://www.20minutes.fr/monde/2379071-2018-11-24-tchernobyl->

Директор Кіщенко Д.О.



projet-franco-ukrainien-veut-combiner-musique-electronique-arts-visuels
BBC - <https://www.bbc.com/ukrainian/press-review-russian-46412926>

Reuters - <https://pictures.reuters.com/CS.aspx?>

VP3=SearchResult&VBID=2C0BXZF7G9SKM&SMLS=1&RW=1920&RH=939

6 телевізійних звітів, 12 газет і журналів, понад 70 інтернет-ЗМІ. Загалом охоплення понад 80 мільйонів людей по всьому світу та більше 300 публікацій.

1+1: www.youtube.com/watch?v=WNRrcRu-PNQ

РБК: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/pripyat-zasiyala-ognyami-zone-otchuzhdeniya-1543005296.html>

UA TV: <https://www.facebook.com/ArtefactArtProject/videos/307114639888057/>

Відео-презентація проекту знаходиться за посиланням: <https://youtu.be/ADntT8tqfpA>

Повну інформацію про проект ви можете прочитати на сайті:

українською мовою - http://artefact.live/?page_id=6

англійською мовою - www.ARTEFACT.LIVE

Перше промо-відео проекту знаходиться за посиланням: <https://youtu.be/KeNY3JokWPg>

Почитати матеріали проекту: http://artefact.live/?page_id=685

Відео-звіт з події, він же трейлер стрічки, з 240 000 переглядів - <https://www.facebook.com/ArtefactChernobyl/videos/682177795626397/>

Про першу частину проекту було знято документальну стрічку, що буде презентована у квітні 2020 - <http://artefactchernobyl.com/>

Про проект АРТЕФАКТ: Чорнобиль 33

У 2019 році було реалізовано першу виставку – інноваційний культурний продукт «АРТЕФАКТ: Чорнобиль 33», що отримала підтримку УКФ, оцінку за змістову частину 92,5 балів. Це був проект міжнародної співпраці, де партнером виступила іспанська організація Трансфера Медіа Артс ті міжнародний куратор Юрій Лех. Подія стала знаковою у культурі України, одною з найвизначних (більше 200 публікацій у пресі та гарні відгуки професійної спільноти).

Посилання на презентацію:

http://www.artefact.live/ARTEFACT_Chernobyl_33_-_results_2019.pdf

http://www.artefact.live/EN_ARTEFACT_2019_results_short.pdf

Директор Кіщенко О.О.



МЗС та Український Інститут допомогли знайти міжнародного куратора з Іспанії. Він долучив до проекту 5 міжнародних артистів з Іспанії, Італії, Данії, Німеччини та Тайваню. Всього у виставці є більше 20 експонатів. Ми використали технології доповненої та віртуальної реальності (AR,VR), лазерні, світлові інсталяції, кінетичні скульптури та інше. За 10 днів і з безкоштовним входом виставку відвідало більше 12 000 чоловік різного віку. Було багато екскурсій для класів дітей, ліквідаторів, які спеціально приїжджали зі шкіл. Прес-подія на 60 журналістів. Понад 200 публікацій, гарні відгуки від донорів проекту, Музею Чорнобилю, профільних видань, ліквідаторів, культурологів, експертів Чорнобиля. Медійне охоплення 5 000 000 контактів. Краща медіа-арт та діджитал-арт подія року. Є навіть відеозвіт у форматі стерео 360°, що можемо показати у шоломі віртуальної реальності, є багато відео-матеріалів про проект.

В рамках події було презентовано трек митця Dub FX, що він створив для проекту АРТЕФАКТ.

Експонат Звуки Чорнобилю був створений спеціально з відомим музикантом DUB FX під час розробки проекту АРТЕФАКТ: Чорнобиль 33.

Музикант отримав Звуки Чорнобилю, які були записані у Зоні Відчуження попередньо та зробив з них аранжування для свого відомого треку Fake Paradise, нову композицію музикант присвятив особисто місту Прип'ять. Відео буде презентовано напередодні роковин аварії у 2020му році.

Закрите посилання на драфт відео-звіту про поїздку у Зону Відчуження.

Просимо не розпростаняти це посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=Uls7P67HF4w>

Dub FX самий відомий бітбоксер світу, ось його відео на 32 млн переглядів - https://www.youtube.com/watch?v=WhBoR_tgXCI&feature=emb_title

«Музикант Dub FX побував у Чорнобилі і випустив про нього трек» bzh.life/ua/lyudi/odin-iz-hedlaynerov-atlas-weekend-posetil-chernobyl-i-sozdal-trek-dlya-vystavki-o-chaes.

Посилання

<https://bigkiev.com.ua/odin-iz-hedlaynerov-atlas-weekend-2019-sozcal-trek-o-chernobyle/>

<https://bzh.life/ua/lyudi/odin-iz-hedlaynerov-atlas-weekend-posetil-chernobyl-i-sozdal-trek-dlya-vystavki-o-chaes>

https://www.facebook.com/1629842280595876/posts/2395767437336686?_s=100003461479323&sfns=mo

<https://prm.ua/uchasnik-atlas-weekend-bitbokser-dub-fx-stvoriv-trek-z-zvukiv-chornobilya/>

Директор Кірюченко О.О.



<https://style.nv.ua/kultura/dub-fx-posetil-chernobyl-i-zapisal-trek-50033859.html>
<https://nachasi.com/2019/07/24/chornobyl-dub-fx/>
<https://ua.112.ua/kultura/khedlainer-atlas-weekend-stvoryv-trek-pro-chornobyl-dlia-vystavky-iaka-proide-voseny-v-kyievi-501336.html>
<https://shotam.info/vsesvitn-o-vidomyi-muzykant-stvoryv-trek-zi-zvukiv-chaes/>
<https://korrespondent.net/showbiz/music/4122174-khedlainer-Atlas-Weekend-napysal-trek-yz-zvukov-chernobylia>
<https://golosodesa.com.ua/hedlainer-atlas-weekend-vistypiv-y-chornobili/79241/>
<https://112.international/society/atlas-weekend-headliner-makes-track-about-chernobyl-for-exhibition-in-kyiv-42043.html>

На різних етапах проект підтримували:
Міністерства енергетики та захисту довкілля України,
Міністерство Закордонних Справ
<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/posts/2646195582068534/>
<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/videos/407886583440469/>

Міністерство екології та Природних Ресурсів України
<https://menr.gov.ua/news/32891.html>

Міністерство Інформ Політики України
<http://mip.gov.ua/news/3098.html>

Міністерство Культури України
http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245409663&cat_id=244913751
http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245501382&cat_id=245328989

Державного Агентства з Управління Зоною Відчуження
<http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/u-zoni-vidchuzhennya-z-yavitsya-unikalna-diczhital-skulptura-artefact.html>
<http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/na-chaes-namalyuvali-mural-poglyad-u-ma-butne.html>

Чорнобильська Атомна Електростанція

Дарковий Кіселев О.О.



<https://chnpp.gov.ua/ua/infotsentr/novyny/5409-na-chaes-namalyuvai-mural>

Листи підтримки проекту:

http://artefact.live/?page_id=1412

Приклади успішно реалізованих проектів за підтримки інших донорів протягом останніх трьох років

Проект

немає

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або села / області / країни

Українське суспільство потребує нових культурних продуктів, що здатні об'єднувати на основі спільних культурних цінностей та актуальних сенсів, близьких сучасному українцю.

В рамках цього проекту ми плануємо започаткувати соціальний музичний проект за участю відомих українських та міжнародних музикантів, що об'єднає сучасних українців навколо спільних культурних цінностей та нових сенсів на темі переосмислення інформаційної трагедії Чорнобиля, маніпуляцій, фейків та пропаганди радянської влади в минулому української нації, в результаті якого буде створено інноваційний культурний продукт - альбом сучасною українською музики з 10 пісень за участі українських та міжнародних артистів, з використанням бібліотеки "Звуки Чорнобиля" та супроводженням відеокліпами 6 пісень альбому від молодих режисерів та продакшенів, що будуть мати попит в Україні та світі.

Сьогодні ми живемо в умовах гібридної війни, щодня попадаючи під інформаційні атаки, що розколюють суспільство, маніпулюють почуттями та діями людей. В цьому нема новини, але наскільки ми визнаємо потребу в підвищенні рівня критичного мислення та медіаграмотності суспільства? Що ми робимо для цього, або що готові робити? Як показують дослідження, 58% знає про існуючу проблеми і лише 14% готові з цим щось робити.

Маючи дані, що лише 8% населення мають достатній рівень критичного мислення, що повинно статися у суспільстві, щоб всі зрозуміли, що з

Директор Кіргенко О.О.



власною медіаграмотністю потрібно щось робити саме тобі, і це є важливим показником виживання всієї нації в сучасному світі?

«Чи вміють українці відрізнити фейкову інформацію від правдивої? На жаль, тільки 11% з тих, хто обізнаний щодо такого терміну і 8% від загальної кількості людей можуть це зробити. Ще частина взагалі не вважає проблемою те, що вони не можуть визначити неправдиву інформацію. Особисто я вважаю це не просто проблемою, а загрозою існування держави» Володимир Бородянський - Міністр культури, молоді та спорту України. 29.11.2019

Посилання на дослідження: <https://drive.google.com/file/d/10i2Edv15SrK4hS-D2KoxoKkamCarUX7f/view>

Щоб почати змінювати ситуацію не треба чекати інформаційної трагедії в майбутньому, є сенс звернутися до інформаційної трагедії минулого – Чорнобиля, щоб на такому відомому прикладі зрозуміти, куди можуть привести маніпуляції та фейкі.

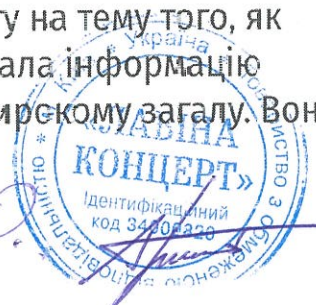
Чорнобиль – трагедія, що торкнулась майже кожного української сім'ї, майже в кожного сучасного українця є власні травматичні спогади та переживання. Це травма нашого спільного минулого та водночас самий популярний бренд України у Світі, по якому ідентифікують нас.

Ви вважаєте себе медіаграмотним? А що ви знаєте сьогодні про Чорнобиль, через 34 роки після трагедії, крім того, що показали у серіалі HBO? Скільки реальних жертв? Як захиститись від радіації? Які допустимі рівні радіації?

Чорнобиль – крім того що техногенна, найбільша інформаційна катастрофа світу, яка почалась з пропаганди, замовчування та маніпуляцій, що призвели до неймсовірної кількості жертв, коли українцям банально не сказали, що не можна виходити з дома, а навпаки вигнали всіх на парад. Потім обезвічили вклад та подвиг Чорнобильців та ліквідаторів, щоб через 34 роки ті, що живуть в епіцентрі найбільшої техногенної катастрофи в світі навіть не замислювались, як захистити своїх дітей, бо також як і тоді зовсім не вірять, що щось може статись.

В минулому році Державний архів СБУ видав цілу книгу на тему того, як радянська влада маніпулювала та злочинно замовчувала інформацію стосовно Чорнобиля. Ці історії повинні стати відомі ширшому загалу. Вони є

Сергей Кіселев О.О.



основою для переосмислення Чорнобильської трагедії в минулому української нації.

Великий обман, що розпочався у 1986 році повинен скінчитися, нам потрібно звільнитися від нав'язаного радянською владою образу жертв та зараженої землі. Бс ми не Жертви – ми Герої, що ліквідували найбільшу техногенну катастрофу світу і стали щитом для всієї Європи. І сьогодні саме ми маємо унікальний досвід, з яким готові ділитися з усім світом. Чорнобиль – яскравий приклад найбільшої інформаційної катастрофи і ми повинні згадати цей урок щоб не повторити його знов.

Про це повинен знати кожен українець. І в сучасному медійному просторі, де неможливо захватити увагу споживача через щільність інформаційного простору звичайними меседжами, саме культура та мистецтво можуть достукатись до людей. Але вони повинні бути достатньо гучними та мати великий авторитет.

Ми маємо приклад такої культурно-мистецької діяльності на прикладі проекту ARTEFACT, який з 2018 року за підтримки Українського Культурного Фонду працює з цією проблематикою на прикладі Чорнобильської катастрофи та через сучасні технології мистецтва привертає увагу широких аудиторій до неї. Саме в рамках цього проекту у 2018 році було створено бібліотеку семплів для музикантів «Звуки Чорнобиля», що і досі мають великий попит серед артистів з усього світу та преси.

Це є цікавим та актуальним, бо вже 2 відомих світових артиста – номінант на Греммі Крістоф Етьє з проекту Teleportmusic, та Dub FX, самий відомий бітбоксер світу, що був хедлайнером ATLAS Weekend минулого року разом з куратором проекту Валерієм Корушновим, музикантом Rassvet створили такі композиції, з використанням бібліотеки «Звуки Чорнобиля» і вони мали великий інтерес з боку української спільноти та медіа.

Тут можна подивитися як були записані Звуки Чорнобилю, інтерв'ю з Телепопмьюзик, інтерв'ю з Dub FX та драфт відео на композицію FAKE PARADISE, що буде презентована в 34 роковини Чорнобилю як саундтрек до стрьки АРТЕФАКТ ЧОРНОБИЛЮ: https://www.youtube.com/watch?v=2vYXa_IrJl4

Проект відбувається за підтримки:
Міністерства енергетики та захисту довкілля України,
Міністерство Закордонних Справ

Директор Квіщенко О.О.



<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/posts/2646195582063534/>
<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/videos/407886583440469/>

Міністерство екології та Природних Ресурсів України
<https://menr.gov.ua/news/32891.html>

Міністерство Інформ Політики України
<http://mip.gov.ua/news/3098.html>

Міністерство Культури України
http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245409663&cat_id=244913751
http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245501382&cat_id=245328989

Державного Агентства з Управління Зоною Відчуження
<http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/u-zoni-vidchuzhennya-z-yavitsya-unikalna-didzhital-skulptura-artefact.html>
<http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/na-chaes-namalyuvali-mural-poglyad-u-majbutne.html>

Чорнобильська Атомна Електростанція
<https://chnpp.gov.ua/ua/infotsentr/novyny/5409-na-chaes-namalyuvali-mural>

Листи підтримки проекту:
http://artefact.live/?page_id=1412

Маючи гарні відгуки експертів та кінцевих споживачів культурного продукту, ми хочемо піти далі та розширити вплив та напрацьовану аудиторію проекту ARTEFACT, та поширити дієві та ефективні методи, що з одного боку будуть працювати з соціальної складовою проекту, а з іншого створювати конкурентоспроможній актуальний культурний продукт та розширювати його аудиторію.

Ми маємо спроможність долучити до цієї тематики проекту актуальних та цікавих молодих українських музикантів. Більшості з них дуже близька тема Чорнобиля і попрацювавши з нею в арт-резиденції проекту вони зможуть випустити культурний конкурентоспроможній культурний продукт на

Директор Кіселева О.О.



актуальну українську тематику, що буде мати попит серед аудиторії сучасних українців та мати для них вагоме культурне значення.

Щоб ці пісні мали попит і аудиторію ми будемо затрещувати в проект актуальних українських музикантів, чий пісні сьогодні вже мають власну аудиторію. Ми дамо музикантам проекту все необхідне для створення пісні: своєрідну арт-резиденцію для натхнення з поїздками до Чорнобилю і знайомством з тематикою, спогади та спілкування з ліквідаторами, кураторство автору проекту Валерія Коршунова та саму бібліотеку Звуків Чорнобиля. Далі ми дамо їм повну свободу для самовираження та створення композицій, що будуть їх вираженням проблематики та одночасно цікавими для їх аудиторій.

Попередньо для проекту команда проекту та лейбл Лавіна Мьюзик орієнтуються на участь таких музикантів: Стасик, Cape Cod, Atomic Simao, Крихітка, Луна, Жадан і Собаки, Garochka, Гоша Потопальски, Крут, Один в каное, Шпильясті кобзарі, Vivienne Mort, Христина Словій, Postman, Зя Джозерс, Scphia Ivarko, Kotra, Zavoloka

Саме сучасна українська музика, радійного формату, є самим масовим та доступним культурним продуктом для української аудиторії, як показує наш досвід більш ніж 20-річної діяльності. В Україні створюється мале культурного продукту, розрахованого саме на широкі маси споживачів. А з введенням квот на україномовну музику попит на такі музичні твори зростає щодня, але нажалі в тогоні за кількістю молоді музиканти часто нехтують якістю. В цьому ж проекті ми можемо допомогти молодим музикантам всім нашим досвідом та зв'язками для створення якісного продукту.

Саме вдалий музичний твір може мати величезну аудиторію та зробити молодого музиканта відомим за дуже короткий проміжок часу. В нашому проекті ми будемо інтегрувати всі останні методології світової музичної індустрії, щоб збільшити аудиторію одразу декількох молодих українських музикантів та популяризувати сучасний український музичний культурний продукт в Україні та світі.

ТОВ «ЛАВІНА КОНЦЕРТ» має великий досвід щодо менеджменту альбомів та є частиною холдінгу Лавіна Мьюзик - https://uk.wikipedia.org/wiki/Lavina_music

Що свого часу видало альбом Океану Ельзи «Суперсиметрія», Друга Ріка «Два», Ляпіс Трубецькой «Золотые Яйцы», Скрыбін під назвою «Альбом»,

Директор Квінцанко О.О.



Скрябін «Танго», Гайтана «Слідом за тобою», Друга Ріка «Рекорди», Океан Ельзи «Глорія», Ані Лорак «Smile», Esthetic Education «Leave Us Alone», Віталій Козловський «Холодная ночь».

Lavina Music також має продюсерський проект — гурт С.К.А.Й.

Поточні артисти лейблу (Lavina Music):

<https://uk.wikipedia.org/wiki/>

Lavina_music#Поточні_артисти_лейблу_(Lavina_Music)

Ми краще за інших знаємо потреби музичної аудиторії, зацікавленої сучасною та поп музикою, і маємо унікальну спроможність краще за інших її вдовольнити.

Для популяризації – оновленого продукту ми будемо інтегрувати закордонний досвід розкрутки таких проектів, а саме в ході проекту буде створений відесблог, який буде розказувати про етапи створення проекту та поступово заволідувати увагою фанів. Артисти будуть ділитися своїми напрацюваннями та фрагментами майбутніх пісень через соцмережі, складаючи враження у аудиторії безпосередньої участі в процесі створення майбутніх улюблених пісень. Саме через відчуття та переосмислення проблеми Чорнобиля культурними лідерами та трендсеттерами, їх власні приватні історії, тематика проекту стане зрозумілою та близькою для широкої аудиторії. Молодим українцям потрібні нові пісні, які вони зможуть співати разом, які будуть мати відсилки до власної ідентичності.

Після створення і запису пісень наступним етапом стане створення кліпів. Бо як показує міжнародний світовий досвід саме музичні кліпи сьогодні набирають мільйони переглядів на YouTube і є головним промо кожної пісні. До створення кожного з шести кліпів ми також запросимо сучасних українських молодих режисерів та продакшні, які вже зарекомендували себе цікавими роботами. Таким чином на виході ми будемо мати не лише аудіо продукти, а й 6 незалежних, різних по стилістиці, унікальних аудіовізуальних продуктів.

Більш того, ми хочемо долучити до проекту міжнародних артистів, які будуть працювати в колаборації з українськими, щоб популяризувати український культурний продукт за кордоном. Як ми вже казали – Чорнобиль є відомим українським брендом, тому культурні продукти на його тематику завжди користуються підвищеним інтересом з боку міжнародної спільноти.

Ми плануємо активну промо кампанію не лише в соціальних мережах та інтернеті, а вже маємо попередню згоду на інформаційну підтримку проекту

Директор Квітенко О.О.



від таких медіа гігантів, як:
радіогрупа TABP Media
https://uk.wikipedia.org/wiki/TABP_Media
<https://www.tavrmedia.ua>

телеканал M2
[https://uk.wikipedia.org/wiki/M2_\(телеканал\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/M2_(телеканал))
<https://m2.tv>

Цей проект може стати культовим національним українським соціальним та інноваційним проектом, коли молоді музиканту об'єднують націю навколо загальних культурних цінностей. Це можливість переосмислити трагедію в минулому української нації та вийти з неї з новими культурними сенсами та смислами, що стануть частиною самоідентифікації сучасного українця.

Це буде дуже актуально, бо наступного року – 2021, весь світ та Україна будуть відзначати 35-річницю Чорнобильської трагедії і буде добре, якщо к цьому часу ми будемо мати сформовану культурну національну позицію та конкурентоспроможній український культурний продукт, якій можна буде презентувати не лише в Україні а й в світі.

Вже зараз спілкуючись з музикантами, промоутерами та режисерами ми бачимо велику цікавість до проекту та бажання залучатися просто зараз.

Проект привертає увагу до важливої теми медіа-грамстності, свідомого споживання та розповсюдження інформації, фейків через культурне переосмислення Інформаційної складової Чорнобильської катастрофи. Надає методи перевірки та аналізу інформації, відкриває нові факти про Чорнобильську катастрофу, залучає увагу суспільства на історичну «білу пляму» та допомагає подивитись на аварію на ЧАЕС через нові мистецьки форму з залученням нових секторів культури а саме – музику та нові медіа.

Це призведе до культурного переосмислення Інформаційної складової Чорнобильської катастрофи всередині України та допоможе переосмислювати нацією національної травми.

Призведе до вкоріння знання. Що «Ми не жертви. Ми - герої, що стали щитом для всієї Європи.»

Це перший комплексний музикальний культурний проект щодо переосмислення Інформаційної складової Чорнобильської катастрофи. За 34 роки після аварії в Україні були культурні проекти, що присвячені

Олександр Кісачко О.О.



Чорнобиллю, але всі вони розповідали тільки частково, концентруючись на одному з моментів чи куті погляду. Також, як правило, ці проекти задіювали тільки один сектор культури.

Цей проект творче та через залучення різних музикантів, продюсерів та різних режисерів відеос-кліпів розповідає про різні аспекти катастрофи, про різні історії, різними поглядами, про різний час та з різних кутів. Це створює унікальне глибоке різностороннє бачення та підкреслює важливість Інформаційної частини трагедії. Важливість Чорнобиля у кожному з нас у сьогоднішній день, адже ця тема живе з нами у кожній сім'ї всі 34 роки

Обґрунтуйте актуальність проекту для вашої організації (та вашого партнерства за наявності), з огляду на основні / стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності)
Lavina Music (холдинг Lavina) — найбільший музичний холдинг в Україні, заснований у 2001 році. Компанія зосередилася на виданні, промоушені та дистрибуції найкращої сучасної української та світової музики. Сьогодні холдинг Lavina складається з таких департаментів: Lavina Music, Lavina Distribution, Lavina Concert, Lavina Promotion та Lavina Digital.

Підприємство ТОВ «Лавіна Концерт» засновано у 2006 році, входить до складу найбільшого музичного холдингу в Україні «Lavina» https://uk.wikipedia.org/wiki/Lavina_music

Основні напрями діяльності:

- комплексний менеджмент артистів;
- аудіо та відео продакшн;
- букінг українських та європейських артистів та виконавців;
- промоція в музичній індустрії
- організація культурно-масових заходів різних рівнів;
- організація концертів за кордоном;
- рекламна підтримка на ТВ та радіо.

Компанія «Лавіна Концерт» займається букінгом українських та європейських артистів, менеджментом їх концертної діяльності вже багато років.

Були організовані «під ключ» виступи таких європейських артистів: Chris Norman, Scorpions, Rednex, Baccara, C.C.Catch, Morandi, Ingrid, Gabin, Bony M, Haddaway, Bad Boys Blue, Touch and Go, Dr. Alban, Rico Sanchez - Gipsy Kings та інші. Компанія ЛАВІНА КОНЦЕРТ забезпечує повний менеджмент артистів, технічне забезпечення і рекламну підтримку. О

кремим напрямом діяльності ЛАВІНА КОНЦЕРТ – є організація міжнародних заходів, гастрольних турів, забезпечення виступів українських артистів

Директор Кісиченко О.О.



закордоном. "Lavina Concert" мала досвід організації виступів зарубіжних артистів в рамках українських міжнародних фестивалів і турів ("Dr.Alban", "Bomfunk MC's", "Rec Snepper", "Junkie XL", "DJ Mendez" . Lou Bega, CCCatch, "Space").

Серед наших артистів: Океан Ельзи, Друга Ріка, С.К.А.Й., Олег Скрипка, Бумбокс, Ляціс Трубецкой, Віталій Козловський, Гайтана, Тіна Карслє, Грін Грей та багато інших.

Робота Lavina Music розпочалася саме зі співпраці з українськими артистами, хоча тоді значно вигіднішим було продавати альбоми зарубіжних виконавців. Ми завжди підтримували українських артистів, ще до того моменту, коли вони ставали відомими. Саме професійний менеджмент дозволяє розкритися артистам.

Останніми роками представлення національного культурного продукту закордоном стало одним з наших основних напрямків роботи, ми презентуємо нашу сучасну українську культуру і допомагаємо українським артистам знайти свою аудиторію та достойно репрезентувати себе.

Минулого року наша кампанія вперше приймала участь у грантовій програмі УКФ в проєкті «Участь українських медіа-артистів в визначній події «Burning Man, США», це було великим викликом для нас, що дозволило актуалізувати наші зв'язки і знання, вийти на новий рівень роботи з міжнародними партнерами та зробити визначний для України проєкт, який став перлиною в портфоліо нашої команди та допоміг здійснити неймовірний професійний зріст кожному, та завдяки нашому професіоналізму проєкт був реалізований на гарному міжнародному рівні з великим медійним охопленням.

Цей проєкт з одного боку дозволяє реалізувати весь наш напрацьований досвід та багаторічні зв'язки для створення національного соціального продукту, а з іншого спробувати інтегрувати в Україні міжнародний досвід по створенню та просуванню сучасних пісень, який до цього ще не був реалізований в Україні, для того, щоб отриманий результат спробувати просувати на міжнародний ринок.

Більш того, ми хочемо дати можливість молодим митцям створити унікальний, актуальний культурний продукт, який буде цікавий не лише в Україні, а й в світі. Це великий виклик до нас, який задіє всі існуючі наші

Директор Кіщенко О.О.



ресурси та змусить нас створити нові методології по тросуванню сучасного музичного продукту в Україні та за її межами, які в подальшому можуть бути використані в секторі.

Ми краще за інших знаємо потреби музичної аудиторії, зацікавленої сучасною та поп музикою, і маємо унікальну спроможність краще за інших її вдовольнити.

Для нас проект дасть досвід актуального сучасного соціального продукту. У 2006му році ми стали організатором міжнародного проекту «Музика Врятує Світ», концепція якого спрямована на об'єднання культурно-музичних традицій народів Східної Європи. Першим етапом проекту «Музика врятує світ» став великий концерт у Палаці Спорту, що відбувся за участю топових українських зірок, цього вечора своєю музикою єднали Олег Скрипка та гурт ВВ, Ані Лорак, Гайтана, Тіна Кароль, Віталій Козловський, гурти С.К.А.Й. та Друга Ріка.

У цьому проєкті ми залучимо молодих музикантів, режисерів та продюсерів музики для того щоб оновити звучання Чорнобилю та тривести свіжий погляд.

Для організації-заявника це призведе до актуалізації знайомств та технік комунікації з молодією аудиторією, що зараз проводить більшість часу у інтернеті та дивиться кліпу у youtube.

Також для себе вважаємо за честь створити таких потужний соціальний інноваційний культурний продукт.

Як актуальність вашого проекту співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/ЛОТу

Програма «Інноваційний культурний продукт» спрямована на створення умов для культурного самовираження шляхом творення інноваційного конкурентоспроможного культурного продукту, що повністю співвідноситься з актуальністю та цілями нашого проекту.

Ми створюємо умови для молодих музикантів та режисерів відео кліпів для культурного самовираження на важливу соціальну тематику, щоб в результаті стримати конкурентоспроможний культурний продукт, що буде цікавий в Україні та світі.

Проект повністю відповідає цілям програми «Інноваційний культурний продукт»:

підтримка проекту, що є інноваційними безпосередньо за своєю формою

Олександр Кисенко О.О.



та змістом;

Проект є інноваційним за формою: створюється одразу аудіо продукту у супроводженні аудіовізуальних творів, та з залученням міжнародних музикантів та досвіду з промоції сучасних творів, з використанням бібліотеки «Звуки Чорнобиля» в кожному творі.

Проект є інноваційним і за змістом: це буде перший проект, присвячений тематиці Чорнобиля, а саме фейками і маніпуляціям з боку радянської влади, що дозволить сучасним українцям по новому поглянути на травматичні сторінки національного минулого, винайшовши для себе нові сенси, через переосмислення трагедії через музичні та аудіовізуальні твори.

Вплив на розвиток секторів через впровадження інновацій;
Ми будемо використовувати інноваційний підхід як до створення так і до промоції музичних творів та відеокліпів, впевнені, що наш досвід стане прикладом та сильно вплине на весь сектор.

Проект також буде впливати на розвиток секторів, через об'єднання молодих музикантів у соціальному проекті. Участь у колективних культурних проектах сильно розвиває творчі властивості учасників та стимулює до роботи весь сектор, як показують дослідження.

Для молодих музикантів це буде перший досвід такої роботи з індивідуальною арт-резиденцією з експертами ринку, який позитивно відобразиться на їх подальшому зростанні та творчості.

Інтеграція закордонного досвіду, зокрема, шляхом впровадження нових в Україні, але апробованих у світовій практиці підходів:

Ми будемо інтегрувати закордонний досвід на етапі створення пісень, будемо співпрацювати з міжнародними музикантами, використовувати бібліотеку звуків Чорнобиля та інтегрувати їх напрацювання в продакшні. Також будемо використовувати закордонний досвід з просування таких проектів, а саме артисти будуть вести активну комунікацію з аудиторією на етапі створення творів та перебування в арт-резиденції, що збільшує попит на фінальний продукт та аудиторію артиста.

Збільшення кількості споживачів культурного продукту;
Задіяні інноваційні методології направлені на збільшення кількості споживачів культурного продукту, за рахунок одразу декількох напрямків:

Олександр Кіселев О.О.



- Тематики та ідеї проекту, що близька майже кожному українцю та цікава у світі;
- Високої якості отриманого продукту;
- Інноваційним підходом то створення та просування отриманих продуктів;
- Великою комунікаційною кампанією з просування проекту в Україні та за кордоном.
- Комунікаційна кампанія у youtube та facebook для кожного трека та кліпу.

популяризація українського культурного продукту за кордоном. Тематика Чорнобиля дуже популярна за кордоном, тому культурний продукт в сучасному виконанні українських артистів та за участі міжнародних митців буде цікавий міжнародній аудиторії, особливо, що будуть використаний доступний та найпопулярніший канал комунікацій – YouTube, де ми плануємо отримати більше 1 000 000 переглядів, тизери кліпів у Facebook подивляться теж більше 1 000 000 разів.

Таким чином проект повністю відповідає Пріоритетам ЛОТ-у:

- підтримка молодих українських виконавців;
- промоція українських виконавців в Україні та за кордоном;

Чому ваш проект є унікальним?

Це буде перший музичний альбом та комплексний музичний проект, присвячений Чорнобиллю, що об'єднає українських та міжнародних музикантів.

В проекті запланована унікальна методологія індивідуальних арт-резиденцій для артистів під кураторством автору проекту Звуки Чорнобиля Валерія Коршунова, під час яких вони будуть працювати над створенням пісень, заглиблюючись у тематику та працюючи у власному стилі за підтримки професіоналів індустрії.

Вже є 2 написаних твори міжнародних артистів, що записані з використанням «Звуки Чорнобиля» в Україні, мали успіх та увійдуть у цей майбутній альбом.

Ми вже маємо успішний досвід проекту ARTEFACT та знаємо, що ця тематика цікава для аудиторії як в Україні, так і за кордоном, тому ми створюємо всі умови, щоб створити конкурентоспроможний український культурний продукт на актуальну тематику.

Директор Київської Д.О.



Деякі пісні альбому будуть створені в колаборації міжнародних та українських артистів з використанням сучасного світового досвіду зі створення треків, що буде сприяти міжкультурному діалогу та інтернаціоналізації української культури.

Також унікальним буде і формат створення шести відеокліпів для альбому різними молодими та відомими режисерами на тематику Чорнобиля, що будуть працювати з різними ЦА.

Буде інтегрована міжнародна система просування музикальних продуктів, яка дозволить популяризувати отримані продукти через соціальні мережі, тизери, канали Youtube в Україні та за кордоном.

У 2016му році був проект АРКА, що був прив'язаний насування НБК над будівлею 4го енергоблоку ЧАЕС. Тоді автори зробили музикальне відео та саундтрек до нього. В рамках того проекту саундтрек не був розміщений на радіо, це не була пісня чи інші твори, що можуть мати народну любов через вивчення слів пісні, та це була музика для прослуховування на кожен день, що унеможливило популярність серед масового слухача. Та автори того проекту, скоріш за все, робили проект не про це.

Наш проект має суттєві відмінності у всіх планах, єдине, що схоже, що буде створення відео під трек на території Зони Відчуження, але то буде інший сучасний формат, який буде промотувати нові культурні сенси та сучасний український культурний продукт у світі.

Проект відбувається за підтримки:

Міністерства енергетики та захисту довкілля України,

Міністерства Закордонних Справ

<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/posts/2646195582068534/>

<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/videos/407886583440469/>

Міністерство екології та Природних Ресурсів України

<https://menr.gov.ua/news/32891.html>

Міністерство Інформ Політики України

<http://mip.gov.ua/news/3098.html>

Директор Кудченко О.О.



Міністерство Культури України

[http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?](http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245409663&cat_id=244913751)

[art_id=245409663&cat_id=244913751](http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245409663&cat_id=244913751)

[http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?](http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245501382&cat_id=245328989)

[art_id=245501382&cat_id=245328989](http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245501382&cat_id=245328989)

Державного Агентства з Управління Зоною Відчуження

[http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/u-zoni-vidchuzhennya-z-](http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/u-zoni-vidchuzhennya-z-yavitsya-unikalna-didzhital-sku-ptura-artefact.html)

[yavitsya-unikalna-didzhital-sku.ptura-artefact.html](http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/u-zoni-vidchuzhennya-z-yavitsya-unikalna-didzhital-sku-ptura-artefact.html)

[http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/na-chaes-namalyuvali-mural-](http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/na-chaes-namalyuvali-mural-poglyad-u-majbutne.html)

[poglyad-u-majbutne.html](http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/na-chaes-namalyuvali-mural-poglyad-u-majbutne.html)

Чорнобильська Атомна Електростанція

[https://chnpp.gov.ua/ua/infotsentr/novyny/5409-na-chaes-namalyuvali-](https://chnpp.gov.ua/ua/infotsentr/novyny/5409-na-chaes-namalyuvali-mural)

[mural](https://chnpp.gov.ua/ua/infotsentr/novyny/5409-na-chaes-namalyuvali-mural)

Листи підтримки проєкту:

http://artefact.live/?page_id=1412

Чому ваш проєкт є інноваційним?

Проєкт є інноваційним за своєю формою, змістом та методологіями реалізації.

За змістом: це буде перший проєкт, присвячений переосмисленню інформаційної складової трагедії Чорнобиля, а саме фейками і маніпуляціям з боку радянської влади, що дозволить сучасним українцям по новому поглянути на травматичні сторінки національного минулого, винайшовши для себе нові сенси, через переосмислення трагедії через музичні та аудіовізуальні твори.

Головна змістова інноваційність у відмові від образу «жертв» та переходу до образу «Героїв», що ліквідували найбільшу техногенну катастрофу світу та стали щитом для всієї Європи. Саме ці настрої будуть головними у новостворених культурних аудіальних та аудіовізуальних продуктах проєкту.

В суспільному плані він також буде інноваційним, коли культурні діячі об'єднуються заради соціально важливих тем це є знаком для усього суспільства до об'єднання та колективного його переосмислення. Саме радійна музика є культурним продуктом з найбільшою аудиторією в Україні, що дозволяє зробити це національне переосмислення максимально

Олександр Кісенко О.О.



масштабним та ефективним, вважаючи на те, що Чорнобильська трагедія торкнулася майже кожної української сім'ї і сьогодні вкрай не вистачає культурних продуктів для молодих українців для гереосмислення цієї трагедії в національному минулому, бо Чорнобиль є частиною самовизначення кожного українця.

За формою проект є інноваційним також: створюється одразу аудіо продукт у супроводженні аудіовізуальних творів, з залученням міжнародних музикантів та інтеграції міжнародного досвіду з промстції сучасних творів, з використанням вже існуючих напрацювань автора проекту музиканта Rassvet та бібліотеки «Звуки Чорнобиля» в кожному творі.

Так як в сучасному світі головним каналом популяризації музичних творів є YouTube, в нашому проекті ми створюємо одразу і аудіо продукт і аудіовізуальний твір до нього.

В кожній пісні буде використана сучасна бібліотека семплів «Звуки Чорнобиля», з реально записаними за підтримки УКФ звуками Зони Відчуження у 2018 році, що будуть надавати особливу атмосферу записам.

Кожний відео-кліп буде знімати окремий режисер, зі своїм унікальним стилем та прсдакшном, що буде цікавий на тематику Чорнобиля в Україні та світі. Як показує досвід, аудіовізуальні художні роботи на тематику Чорнобиля є дуже популярними у YouTube.

До проекту будуть залучені міжнародні музиканти, що будуть впроваджувати зарубіжний досвід в процес творення культурного продукту, та своєю присутністю будуть значно розширювати його аудиторію та індивідуальний досвід українських митців, з якими буде співпраця. Індивідуальний досвід українських митців також буде розширено за рахунок роботи в арт- резиденції.

Для всієї команди Лавіна Концерт такий проект, по створенню інтернаціонального українського культурного продукту, з молодими талановитими артистами за менторством професіоналів на актуальну соціальну тематику, що буде цікавий для України і світу є сильним розширенням досвіду, який в подальшому може бути інтегрований у весь сектор, показуючи як сьогодні українська музика може виходити на міжнародний рівень та світову аудиторію.

Для кожного митця це також буде отриманням нового професійного досвіду, навичок роботи в команді та у тематики проекту.

Директор Кейсено О.О.



Це призведе до розширення індивідуального діапазону особистого та мистецького досвіду.

Також ми орієнтуємось на відомий світовий соціальний - проект РЕД, що бореться з ВІЛ у Африці та застосовує схожі механіки - <https://www.red.org>.

Як ваш проект доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі?

У України як у молодій незалежній державі є багато завдань та викликів. Культура є однією з головних складових нашої самоідентифікації та розвитку. Зокрема, українська музика останніх років, особливо з введенням мовних квот на радіо та телебаченні, отримала потужний імпульс для розвитку. На українській музичній сцені з'явилося багато молодих виконавців, більше можливостей для самореалізації, більший широкий доступ до своєї аудиторії, стримали відомі виконавці. Але, як з'ясувалось, нам не вистачає якісного культурного продукту, особливо - соціального напрямку. Тож, наш проект має наметі роботу в цьому напрямку. Як результат - отримати якісні актуальні пісні, які будуть не тільки привабливими для широкої аудиторії, але й привернуть увагу до серйозної проблеми, важливої для кожного українця - наслідків Чорнобильської трагедії.

Ми прагнемо інтерналізації української музики, щоб її було цікаво слухати за кордоном, тому ми будемо інтегрувати нові методи до створення цього продукту та його просування, наближуючись до міжнародного слухача.

Також проходять різні культурні проекти щодо переосмислення Чорнобилю, але не було жодного музичного проекту, хоча тематика торкається кожного українця та музика досить добре підходить до рефлексії та глибокого психологічного та емоціонального занурення у тематику. Також в Україні майже не було комплексних соціальних музичних проектів на важливі соціальні теми (Голодомор, Червоний терор, Бабий Яр, деукраїнізація). Були спільні концерти пам'яті. Але тематичних альбомів ще не було. На нашу думку, це буде добрим прикладом для музикантів поєднувати зусилля та свої аудиторії для залучення у важливі соціальні проекти.

Проект відбувається за підтримки:

Міністерства енергетики та захисту довкілля України.

Міністерство Закордонних Справ

<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/posts/2646195582068534/>

<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/videos/407886583440469/>

Директор Кійсенко О.О.



Міністерство екології та Природних Ресурсів України
<https://menr.gov.ua/news/32891.html>

Міністерство Інформ Політики України
<http://mip.gov.ua/news/3098.html>

Міністерство Культури України
http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245409663&cat_id=2449^3751
http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245501382&cat_id=245328989

Державного Агентства з Управління Зоною Відчуження
<http://dazv.gov.ua/ncvini-ta-media/vsi-novyny/u-zoni-vidchuzhennya-z-yavitsya-unikalna-didzhital-skulptura-artefact.html>
<http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/na-chaes-namalyuvali-mural-poglyad-u-majbutne.html>

Чорнобильська Атомна Електростанція
<https://chnpp.gov.ua/ua/infotsentr/novyny/5409-na-chaes-namalyuvali-mural>

Листи підтримки проекту:
http://artefact.live/?page_id=1412

Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проект у перспективі кількох років?

Молоді виконавці отримають державну підтримку у створенні конкурентоспроможного якісного міжнародного продукту, що стане початком їх визнання і отримання широкої популярності, в результаті якої отримаємо ще більше якісного культурного продукту.

Цей альбом покаже діячам мистецтва, в першу чергу - музикантам, що такі колаборації та робота на суспільно-важливі теми є актуальною, цікавою широкому колу громадян, що може створити прецедент, який отримає своє продовження у форматі концертів, фестивалів, конференцій та інших культурних подій.

Створені композиції та відеокліпи стали затребуваними за кордоном, ти привернули увагу загальної міжнародної аудиторії до українського

Директор Кісегенко О.О.



культурного продукту.

Кліпи, створені під час проекту, продовжують набирати перегляди та стають все більш популярними, популяризуючи українську культуру та музику. Методології використані в проекті продовжують використовувати інші учасники сектору, що підвищує загальну якість створюваних продуктів. Підвищиться загальний рівень зацікавленості культурним контентом широкою ЦА у кореляції з високою якістю створеного культурного продукту.

Підвищиться рівень довіри до українського культурного продукту на соціальні тематики та збільшилася потреба на нього.

Українське суспільство знайшла для себе нові сенси в переосмисленні інформаційної складової Чорнобиля, звільнилася від образу жертви, та вшановує героїчність власного народу в катастрофі Чорнобиля новими піснями.

Широкі верстви стануть залучені у тематику Чорнобилю у Інформаційну складову Чорнобильської катастрофи, а саме, дізнаються про факти замовчування, пропаганди, викривлення інформації.

Широкі верстви стануть залучені до проблем медіа-грамотності на прикладі кейса Чорнобиля, гресведуть паралелі з гібридною війною та побачать, до чого може привести манігулювання та замовчування інформації.

Проект вже має успішну історію і його продовження буде гарним прикладом сталості. На різних етапах проект підтримували:

Міністерства енергетики та захисту довкілля України.

Міністерство Закордонних Справ

<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/posts/2646195582068534/>

<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/videos/407886583440469/>

Міністерство екології та Природних Ресурсів України

<https://menr.gov.ua/news/32891.html>

Міністерство Інформ. Політики України

<http://mip.gov.ua/news/3098.html>

Міністерство Культури України

http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245409663&cat_d=244913751

Директор Н.І.Ігнатко О.О.



http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245501382&cat_id=245328989

Державного Агентства з Управління Зоною Відчуження
<http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/u-zoni-vidchuzhennya-z-yavitsya-unikalna-didzhital-skulptura-artefact.html>
<http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/na-chaes-namalyuvali-mural-poglyad-u-majbutne.html>

Чорнобильська Атомна Електростанція
<https://chnpp.gov.ua/ua/infotsentr/novyny/5409-na-chaes-namalyuvali-mural>

Листи підтримки проекту:
http://artefact.live/?page_id=1412

Цілі проекту

Ціль

Залучити до створення музичних композицій альбому 5 українських та 2 міжнародних музикантів з активною молодіжною аудиторією.

Попередньо орієнтуємось на участь таких українських музикантів: Стасік, Cape Cod, Atomic Simao, Крихітка, Луна, Жадан і Собаки, Гарочка, Гоша Потопальски, Крут, Один в каное, Шпилясті кобзарі, Vivienne Mort, Христина Соловій, Postman, Зя Джозерс, Sophia Ivanko, Kotra, Zavoloka. Орієнтовний список міжнародних: Jan Bloomquist, Bjarki, Lane 8, Nils, Frahm, Apparat, Gus Gus, Bob Moses, Fideles, Mind Against.

Завдання 1

Актуалізувати домовленостей з українськими музикантами, концептуалізація композицій, встановлення термінів, підписання договорів.

Завдання 2

Актуалізувати домовленостей з міжнародними музикантами, концептуалізація композицій, встановлення термінів, підписання договорів.

Індикатори досягнення цілі

Актуалізовані домовленості та підписані договори з 2 міжнародними музикантами. Актуалізовані домовленості та підписані договори з 6

Дарина Концерт О.О.



українськими музикантами. Артисти почали активну участь у проєкті з активізацією власних соціальних мереж.

Ціль

Створити унікальний музичний альбом за участі відомих українських і міжнародних музикантів з використанням аудіо-бібліотеки "Звуки Чорнобиля", що буде мати попит в аудиторії молодих українців. В альбомі буде 10 треків: 6 нових композицій від українських музикантів, 2 від міжнародних; ще 2 музичні композиції були створені раніше, за участі DUB FX та Крістоф Етьє (витрат на ці 2 трека у кошторисі немає). Семпл пак "Звуки Чорнобилю" - бібліотека звуків, записана у Зоні Відчуження, буде надана у використанні музикантами для написання композицій безкоштовно. Всі треки музичного альбому будуть у вільному доступі для прослуховування у мережі інтернет, а саме у YOUTUBE та Facebook. Комерціалізація результатів під час проєкту не планується.

Завдання 1

Занурити музикантів в тематику Чорнобиля в індивідуальній програмі арт-резиденції з поїздками до Зони Відчуження, зустрічами з ліквідаторами та менторами, в результаті якої музиканти напишуть нові твори. Якщо буде продовжено карантин, ми переведемо поїздки та зустрічі онлайн, витрат, крім поїздки у Зону Відчуження для занурення у тематику, немає. Це прописано в ризиках. Але, якщо карантинні обмеження буде знято 1 червня, як це наразі планується, то можлива звичайна реалізація, бо Екскурсія відбувається за участі декількох осіб, переважно на свіжому повітрі. Вкрай важливо залучити артистів до проблематики саме екскурсією та атмосферою покинутої зони. Жити біля Чорнобилю та відповідально створювати глибший твір щодо Чорнобилю, не відвідавши його не бажано. Точна програма арт-резиденції буде скорельована з артистами, після узгодження їх участі. Попередня програма арт-резиденції: 1. Зустрічі з ліквідаторами, евакуйованими з Чорнобилю та особами, що мають власні приватні історії щодо Чорнобилю. Можливо провести онлайн. 1-2 доби. 2. Приватна екскурсія у Зону Відчуження та Музей Чорнобиля, запис відеоблогу зі своїми думками та ставленням до тематики. Бажано зробити поїздку. 2 доби. 3. Концептуалізація ключового моменту майбутньої музичної композиції. Проводиться артистом самостійно. 1-7 днів. 4. Спілкування з менторами. Представники шоу-бізнесу, музичних телеканалів (М1, М2), радіостанцій (Хіт ФМ, Радіо Рокс, Кісс ФМ, Енерджі), культурні експерти, експерти Чорнобилю. Можливо онлайн. 1-2 доби. Результати: Проведено 5 індивідуальних арт-резиденцій для 6

Крістоф Кігелт О.О.



українських музикантів. Проведено 6 індивідуальних екскурсій у Зону Відчуження та Музей Чорнобиля. Записано 6 відеоблогів від артистів зі своїми думками та ставленням до проблематики. Концептуалізовано 6 майбутніх музичних композицій. Проведено 6 зустрічей з менторами, в ході яких були обговорені концепти нових музичних композицій.

Завдання 2

Провести запис музичних композицій з використанням бібліотеки "Звуки Чорнобиля", створити аранжування під керівництвом професіоналів, дозаписати музикантів. Звести всі композиції до єдиного альбому.

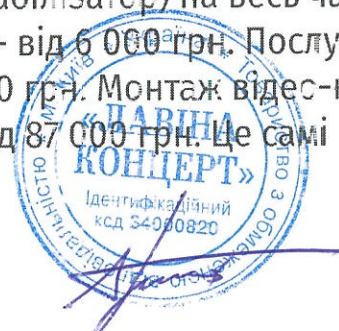
Індикатори досягнення цілі

Проведено індивідуальні арт-резиденції для артистів, в результаті яких створені нові унікальні пісні. Записано 8 музичних творів, з використанням Звуків Чорнобиля, зроблено постпродакшн під керівництвом професіоналів індустрії. Отримано 8 аудіальних культурних продуктів високої міжнародної якості.

Ціль

"Створити для 6 композицій українських музикантів 6 унікальних відео-кліпів з різними режисерами та продакшн командами". Кожен артист буде самостійно обирати режисерів та продакшн. Деякі артисти працюють з власними режисерами. Це будуть низькобюджетні відео-кліпи, кліп коштуватиме менш ніж 2000 доларів. Тому до процесу зйомок буде залучена мінімальна кількість послуг та техніки. Тривалість буде залежати від музичної композиції, орієнтовно, близько 5 хв. (від 3 до 7 хв.). Етапи роботи: 1. Підготовчий етап. Концептуалізація ідеї відео. Розробка сценарію. Підбір та залучення команди. 2. Етап препродакшену. Підготовка до зйомок. Підбір локацій, декорування, техніки, світла, акторів (за потребою). Підготовка елементів комп'ютерної графіки (за потребою). 3. Виробничий етап. Орієнтовно, 3-4 доби. Зйомки. Залучення членів команди. Оренда обладнання. Створення комп'ютерної графіки (за потребою). 4. Етап постобробки. Монтаж. Додавання комп'ютерної графіки (за потребою). Колорування. Фінальне зведення. Попереднє технічне завдання: Послуги режисеру - 15 000 грн. Послуги оператора - 15 000 грн. Послуги світлотехніка - 10 000 грн. Послуги гримеру (за весь час) - 4 000 грн. Послуги логістики (за весь час) - 2 000 грн. Послуги оренди обладнання (камера, об'єктив, штатив чи стабілізатор) на весь час - від 10 000 грн. Послуги оренди світла на весь час - від 6 000 грн. Послуги створення комп'ютерної графіки - від 10 000 грн. Монтаж відео-кліпу - 10 000 грн. Колорування - 6 000 грн. Всього: від 87 000 грн. Це самі

Директор Клігетко О.О.



мінімальні розцінки для зйомки кліпу. Можливо, не для кожного артисту будуть потрібні всі заявлені послуги. Але в будь-якому разі ми будемо залишатися в заявленому бюджеті, запрошуючи до співробітництва ті команди продакшну, які будуть готові працювати заради портфоліс та Артиста. Поки не підібрані режисери та не створено перші версії музичних творів, надати точний перелік техніки неможливо. Орієнтовний список техніки: 1. Камера Blackmagic або Sony Alpha 2. Набори об'єктивів різних баїонетів, чи під Blackmagic чи під Sony Alpha 3. Стабілізатор під камеру, штатив, слайдер за вимогою сценарію. 4. Додаткові технічні засоби для камери. Клітка для камери, карточки пам'яті, кабелі та ін. 5. Набір обладнання відео світла. Мінімум від 3 шт. засобів освітлення з димером та можливістю керувати температурою світла. 6. Додаткові технічні засоби для освітлення. Штативи, софтбокси, рефлектори, фільтри та ін. Поки не підібрані режисери та не створено перші версії музичних творів, надати сценарії буде неможливо. Сценарії та синопсиси кліпів будуть створені під час проєкту та відібрані музикантами та експертами, обов'язково будуть надані при звітуванні.

Завдання 1

Пошук та відбір режисерів та продакшенів разом з музикантами, концептуалізація сценаріїв, предпродакшн знімального процесу

Завдання 2

Зйомка кліпів з артистами, монтаж та постпродакшн відеокліпів

Індикатори досягнення цілі

Відзнято та смонтовано 6 відеокліпів проєкту різними продакшнами. Отримано якісний міжнародний аудіовізуальний продукт. Продукти представлені у широкому доступі у мережі Youtube та Facebook. Кліпи отримали разом більше 600 000 переглядів у youtube, відеоблоги про створення кліпів теж більше 600 000 переглядів у facebook.

Ціль

Провести комунікаційну кампанію проєкту з медійним охопленням не менш 3 500 000 контактів (600 000 кліпи youtube, 600 000 кліпи facebook, 320 000 новини соцмереж; 2 000 000 охоплення ЗМІ (інтернет, радіо, тв), що об'єднує сучасних українців навколо спільних культурних цінностей та нових сенсів на темі переосмислення інформаційної трагедії Чорнобиля, маніпуляцій, фейків та пропаганди радянської влади в минулому української нації.

Дмитро Кліщенко О.О.



Завдання 1

Реалізація комунікаційної кампанії загальної по проекту з популяризацію смислів та нових сенсів проекту

Завдання 2

Реалізація комунікаційної кампанії по популяризації отриманих результатів - 8 музичних композицій та 6 відеокліпів серед широкої аудиторії українців та міжнародної публіки. Зробити велику таргетовану рекламу для кожного кліпу у youtube та facebook.

Індикатори досягнення цілі

Реалізована загальна комунікаційна кампанія проекту, що працює з його змістом та проблематикою. Реалізована комунікаційна кампанія по популяризації кожного окремого отриманого продукту проекту. Медійне охоплення проекту не менш 3 500 000 контактів

Основна мета проекту

Створити соціальний музичний проект, в результаті якого під час індивідуальних арт-резиденцій буде створено альбом сучасної української музики з 10 музичних треків, записаних за участі відомих українських та міжнародних музикантів та з використанням бібліотеки «Звуки Чорнобиля». Залучити молодих та відомих режисерів та відеопродакшні України для створення 6 унікальних відеокліпів на новостворені пісні, що будуть промотувати отриманий культурний продукт серед широкої української аудиторії, об'єднуючи сучасних українців навколо спільних культурних цінностей та нових сенсів на темі переосмислення інформаційної трагедії Чорнобиля в минулому української нації, та популяризувати український культурний продукт за кордоном.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Український сегмент фейсбуку та його сама активна аудиторія - люди віком від 17 до 38 років (11 000 000 користувачів).

Це пряма цільсва аудиторія проекту, адже саме тут буде проведена значна частина великої комунікаційної кампанії, тут будуть розповсюджуватися відео-блоги та новини проекту. Тут внутрішніми інструментами можна порахувати залучення та охоплення аудиторії.

Українці, що цікавляться Чорнобилем - 500 000 осіб.

Директор Кізіченко О.О.



Також до прямої аудиторії входять українці, що слідкують за сучасною трендовою національною музикою та аудиторія фанатів гуртів, що буде залучена до проекту. Поціновувачі українського музичного продукту, та аудиторія музикантів повинна активно залучитися до проекту та стримати новий інноваційний культурний продукт, що вони запам'ятають на роки. - 1 500 000 осіб.

- Діти шкільного віку (10-17 років) та студентство (18-23 роки). Для них такий проект – можливість дізнатися правдиву історію Чорнобилі з вуст молодих музикантів. Важливо показати юнацтву важливість проблематики та її актуальність в умовах сьогодення, оскільки саме від них залежить майбутнє держави;
3 000 000 осіб.

Заплановане та досягнуте медійне охоплення минулорічного проекту - 5 000 000 контактів.

Заплановане медійне охоплення цього року 3 500 000 контактів.

Орієнтуємось на:

Понад 600 000 переглядів відео-кліпів у youtube;

Понад 600 000 переглядів блогів про створення відео-кліпів у facebook;

Понад 320 000 контактів охоплення постів у соціальних мережах facebook та instagram;

Понад 100 000 контактів охоплення якісної аудиторії інфлюенсерів всередині ресурсу спецпроекту;

Від 500 000 до 3 000 000; міжнародних публікацій;

2 000 000 контактів медійного охоплення в ЗМІ (інтернет, радіо, телебачення);

Важливою є аудиторія міжнародної преси для популяризації українського культурного продукту за кордоном, тому що організатори музичних фестивалів дуже часто визначають актуальність музикантів, що можуть потенційно виступити у них на фестивалі чи події, саме через загальну присутність у міжнародному інформаційному полі.

У тому ж руслі важливою є аудиторія української преси.

Проект АРТЕФАКТ мав велике медіа покриття та більше 300 публікацій у пресі, тому важливо розбудувати ці надбання та ще щільніше залучити увагу преси до проекту.

Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму)

Дарина Кісевич О.О.



аудиторію проекту

- ? Люди, народжені в роки катастрофи, безпосередні ліквідатори та учасники подій (рік народження до 1986 року). Інтерес з боку даного слою населення обумовлений тим, що для них Чорнобильська катастрофа – не просто сторінка історії, а частина реалій минулого:

- ? Населення різних регіонів України незалежно від статі та фаху. Українці майже нічого не знають конкретного про трагедію Чорнобилю, окрім дати катастрофи і наявності радіаційного забруднення зони відчуження. Обговорення цієї проблеми вважають не цікавим та таким, що навіть має негативні думки, так само, як обговорення Голодомору, репресій 37-го року, війни тощо. Повернення Чорнобиля у культурний дискурс з цікавою, прогресивної сторони надасть новий поштовх до обговорення та вивчення соціумом цієї трагедії;

- ? Працівники атомної промисловості, технічні та галузеві фахівці, органи центральної влади та місцевого самоврядування. Встановлення історичної справедливості та шанування фахівців промисловості, визнання їх важливості та цінності роботи.

- ? Іноземці віком 18-35 років, які зацікавлені Чорнобильською катастрофою та хотіли б дізнатися про неї більше, проте не можуть спланувати туристичний візит в Україну лише задля одного відвідування музею чи Зони Відчуження. Іноземці з цікавістю відносяться до екскурсій у Чорнобиль. Мають інтерес подивитися більше про Чорнобиль в інтернеті, особливо музичні твори на тематику Чорнобилю;

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Робоча група проекту ARTEFACT робили робоче дослідження під час реалізації першої частини проекту ARTEFACT 2018 та під час проведення проекту ARTEFACT: Чорнобиль 33, де шляхом переговорів, опитування, анкетування, аналізу реакції на пости у соц. мережах та зворотного зв'язку на проміжних етапах та у результаті проекту було виявлено:

1. ? Чорнобиль торкнувся майже кожної української сім'ї, яка має травматичні спогади. В результаті радянської пропаганди про це було не прийнято говорити та цим ділитися. Але сучасній аудиторії українців все більше цікавить їх історія, та що ж тоді насправді сталося. Вони охоче сприймають культурні продукти про Чорнобиль, бо він є відомим у світі українським брендом.
2. ? Українська нація потребує своєї ар-терапії на тематику Чорнобиля, бо пережита травма є в національному минулому, але звичайні методи обговорення проблеми не знаходять відгуку у сучасній аудиторії, тому залучення культурних методологій може надати поштовх до переосмислення та пошуку нових сенсів.

Директор Квігелсо О.О.



3. [?] Аудиторія фейсбуку добре реагує на цікаві методи подачі інформації про культурні проекти на Чорнобильську тематику. Відео-блоги, тести, опитування, меми, картинки з цікавими відомостями – це все набирає краще охоплення та більше переглядів. Аудиторія хоче бачити бекстейдж проектів та мати інтерактив з авторами та митцями, висловлюючи свою думку під час створення результатів проекту. Саме тому ми проводимо велику активність у інтернеті, показуючи лаштунки проекту, робимо відес-блоги та інтерактив з аудиторією. Соціальні мережі ведуться у цікавому форматі, де є різні типи контенту та цікаві відомості та факти про медіа грамотність, музикантів, перебіг проекту, запис треків та зйомка кліпів, Чорнобиль. Фекові новини, кейси фейків проти України та інше. Все це пов'язано та подається у цікавих форматах.

4. [?] Музиканти мають інтерес щодо включення до проекту та в нас вже є більше 30 потенційних артистів. Тем не менше, ми будемо заохочувати різних митців з різних регіонів України долучатися до проекту. Робити колаборації, коли один трек пише декілька музикантів.

5. [?] Виявлено, що музиканти хотіли би керувати створенням кліпів та глибоко погрузаються у тематику Чорнобилю, їх це цікавить та вони хочуть розумітися на темі.

6. [?] Опосередкована аудиторія прагне нових сучасних продуктів, які вражають та запам'ятовуються, а також цікавиться темсю Чорнобиля після шаленого успіху серіалу «Чорнобиль» від HBO у 2019му.

Щодо потреби роботи з темою медіаграмотності в культурних проектах, ми спираємось на дослідження щодо методів поширення та протидії фейкам у міжнародному контексті, у контексті України, протидії фейкам, досліджень щодо медіа-грамотності українців. Всі ці дослідження актуалізують тематику проекту та дають вектори шляхів донесення інформації щодо протидії маніпулятивної інформації, пропаганди, замовчування та викривленню інформації у інтернеті.

Використовуючи їх ми розробляємо матеріали проекту: статті, освітні матеріали, меседжі пісень тощо, щоб вони максимально ефективно розповідали про інформаційну катастрофу Чорнобиля, згідно сучасному контексту та максимально доступно для кожної аудиторії проекту.

Дослідження:

Власна відеопрезентація розробки тематики маніпулювання інформацією та фейків, що ми робили у 2013му році в межах проекту АРТЕФАКТ <https://youtu.be/ADntT8tqfpA?t=89>

Дослідження Оксфордського Університету: <http://www.oerc.ox.ac.uk/news/fake-news-panel>

Директор Квігено О.О.



Дослідження Стенфордського Університету: <https://web.stanford.edu/~gentskow/research/fakenews.pdf>

Дослідження Edelman Trust Barometer: [https://cms.edelman.com/sites/default/files/2018-01/2018 Edelman Trust Barometer Global Report.pdf](https://cms.edelman.com/sites/default/files/2018-01/2018%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report.pdf)

В 2019-му році Міністерство цифрової трансформації України на чолі з Віце-прем'єром Михайло Федоровим провело дослідження щодо медіа-грамотності населення - <https://osvita.diia.gov.ua/>

Дослідження за посиланням: http://static.diia.gov.ua/diia-osvita/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%32_final.pptx

Основні висновки дослідження:

37,9% українців у віці 18 – 70 років мають цифрові навички на рівні нижче середнього, ще 15,1% взагалі не володіють ними. Таким чином, 53% населення України за методологією оцінки цифрових навичок, яка застосовується Європейською комісією, знаходяться нижче позначки «середній рівень».

Також ми спираємось на дослідження, що було проведено при підтримці посольства Данії.

<http://www.artefact.live/wp-content/uploads/2019/02/ДОВІРА-ДО-ЗМІ-ВПЛИВ-РОСІЙСЬКОЇ-ПРОПАГАНДИ-presentation.pdf>

<https://www.slideshare.net/MarianaZakusylo/credence-tc-media-influence-of-russian-propaganda-and-media-literacy-in-ukraine>

Сторінка 20-21.

Згідно дослідженню:

Як Ви вважаєте, чи потрібні зусилля держави, громадських організацій щодо навчання медіаграмотності, здатності критично сприймати інформацію, вміння розрізняти якісну інформацію від неякісної, інформацію від дезінформації?

Так 60,7%

Ні – 18%

Важко сказати – 21,2%

Чи погодилися б Ви особисто на участь у навчальних курсах, заходах, включаючи в онлайні, щодо підвищення вашої медіаграмотності?

Ні – 61,2%

Який спосіб був би для Вас найбільш зручним?

Курси в інтернеті – 55,8%

Сергій Кіргенко О.О.



Теле- чи радіопроеграма про медіаграмотність – 18,3%

Тому актуальність прстидії фейкам та розвиток критичного мислення – дуже актуальний напрямк культурних продуктів.

Саме тому ми проводимо активність в інтернеті та робимо матеріали по медіаграмотності, робимо відео-блог, а також залучаємо до проблематики проекту інтерактивним цікавим засобом тематичного культурного проєкту, де людей можна занурити онлайн через аудіо-візуальні засоби, кліпи, інтерв'ю, інші матеріали проєкту, а також послухати гісні офлайн на радіо.

Щодо музики.

Потреби були визначені через аналіз досліджень та матеріалів на культурну тематику, опитування культурних експертів.

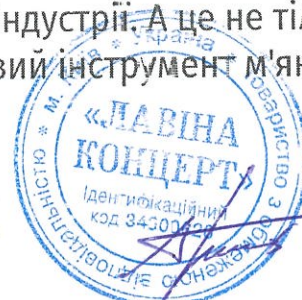
Найяскравіша тенденція світової сцени останніх десятиліть – це ворлд-мюзк і тотальне звернення серйозних музикантів до коренів етнічних культур. Світових прикладів багато, але показовим є те, що у контексті ворлд-мюзік наша країна займає позицію лідера на пост-радянському просторі.

25 % українців надають перевагу народній музиці та фольку. Таким чином жанр поступається у популярності лише поп-музиці (32%), що свідчить про велику кількість прихильників та рівень зацікавленості серед української аудиторії. (<https://ua-news.liga.net/culture/news/muzichn-smaki-ukra-nts-v-pop-folk-shansor>)

Тенденція відновлення історичної та культурної спадщини народу прослідковується в мистецьких тенденціях останніх років: українська музика тільки починає свій шлях до справжнього визнання як всередині країни, так і за кордоном. Перші рекорди на YouTube, успішні фестивалі, продані платівки та радіоефіри – усе це дозволяє почувати, якою є Україна. На хвилі українізації та повернення до моди етно-мотивів, проєкт користуватиметься спитом перш за все серед українців.

«Україна, яка має розвинений (за східноєвропейськими мірками) внутрішній музичний ринок, поступово перетворилася на великого експортера музики на захід і схід. Країна, яка раніше продавала олію, цукерки, пшеницю й метали, зараз експртує і продукт культурної індустрії. А це не тільки гроші – при грамотному позиціонуванні це привабливий інструмент м'якої сили та культурного впливу за кордоном.»

Дарко Кісичко Д.О.



(<http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/89269/>
Poglad_zboku_Jak_ukrajinska_muzychna_industrija_zavojuvala)
Зважаючи на це, увага з боку іноземного слухача зростатиме

У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної(-их) аудиторій?

Вся аудиторія отримає сучасний інноваційний культурний продукт у вигляді нових пісень та відескліпів до них. Пісні будуть звучати на радіо, а відеокліпи будуть у вільному доступі, та скоріш за все на топових музичних телеканалах, типу М1 та М2.

Аудиторія фейсбуку отримає нові цікаві музичні композиції, які можна подивитися, поширити їх, прокоментувати та послухати офлайн, а також цікаві матеріали з процесу створення та бекстейджу проекту, якими цікаво обговорювати та поширювати.

Також пісні та історії за ними мають навчальний характер та реальну суцільну користь для кожного. Також вони дізнаються про всі пісні, авторів та під різним кутом зможуть почути та проговорити проблему маніпулювання новинами, інформаційну частину трагедії Чорнобилю, фейк ньюз та інше. Це залучить до проблематики, надасть методики та правила аналізу інформації та нове бачення трагедії Чорнобилю. А також буде підсилювати та розвивати критичне мислення та свідоме споживання інформації.

Музиканти та культурні діячі зможуть долучитися до проекту, набути нових навичок, презентувати себе, знайти партнерів та знайомства, отримати нові перспективи та спрацювати важливі проблеми, що підіймає проект, залучитись до національного соціального культурного продукту з великим соціальним впливом.

Міжнародна аудиторія, якій знайомий бренд Чорнобиль познайомиться з різноманітною українським культурним продуктом, що був записаний за участі відомим їм міжнародним музикантам, це буде сприяти інтерналізації української культури та її популяризації за кордоном.

Опосередкована аудиторія отримає цікавий незвичний актуальний та якісний культурний, де інноваційним засобом зможе залучитися до музичних-творів на актуальну тему Чорнобилю, медіа-грамотності, протидії фейкам.

Олександр Кизенко О.О.



Хто є зацікавленою стороною (-ами) проекту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проект чи бути під впливом проекту).

Українськи та міжнародні музиканти, що залучені та не залучені до проекту.

Попередньо для проекту команда проекту та лейбл Лавіна Мьюзик орієнтуються на участь таких музикантів: Стасик, Cape Cod, Atomic Simao, Крихітка, Луна, Жадан і Собаки, Garochka, Гоша Потопальски, Крут, Один в каное, Шпилясті кобзарі, Vivienne Mort, Христина Солсвїй, Postman, Зє Джозерс, Sophia Ivanko, Kotra, Zavoloka

Експерти Чорнобилю: Національний Музей Чорнобилю, МГС «Центр Прип'ять ком», громадські об'єднання ліквідаторів аварії на ЧАЕС, ГО «Діти Чорнобилю», Державне агентство з управління Зоною Відчуження, ЧАЕС. Міністерства України: Міністерство енергетики та природних ресурсів, Міністерство культури, молоді і спорту, Міністерство закордонних справ.

Партнери проекту – культурні інституції партнери проекту (список не є вичерпним):

International public relation and support artist agency - Neighborhood. Агентство працює з відомими світовими музикантами. Ми плануємо залучити деяких, які є артистами цього агентства до проекту. Партнер займається прес-підтримкою виставки за кордоном.

Музичні телеканали М1 та М2, радіохолдинг ТАВР, які хочуть підтримати проект та популяризувати його для широкої аудиторії.

Проект відбувається за підтримки:

Міністерства енергетики та захисту довкілля України,
Міністерство Закордонних Справ

<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/posts/2646195582068534/>

<https://www.facebook.com/UkrainianPublicDiplomacy/videos/407886583440469/>

Міністерство екології та Природних Ресурсів України
<https://menr.gov.ua/news/32391.html>

Міністерство Інформ Політики України
<http://mip.gov.ua/news/3098.html>

Директор Кизченко О.О.



Міністерство Культури України
[http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?
art_id=245409663&cat_id=244913751](http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245409663&cat_id=244913751)
[http://195.78.58.75/mcu/control/uk/publish/article?
art_id=24550382&cat_id=245328989](http://195.78.58.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=24550382&cat_id=245328989)

Державного Агентства з Управління Зоною Відчуження
[http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/u-zoni-vidchuzhennya-z-
yavitsya-unikalna-didzhital-skulptura-artefact.html](http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/u-zoni-vidchuzhennya-z-yavitsya-unikalna-didzhital-skulptura-artefact.html)
[http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/na-chaes-namalyuvai-mural-
poglyad-u-majbutne.html](http://dazv.gov.ua/novini-ta-media/vsi-novyny/na-chaes-namalyuvai-mural-poglyad-u-majbutne.html)

Чорнобильська Атомна Електростанція
[https://chnpp.gov.ua/ua/infotsentr/novyny/5409-na-chaes-namalyuvai-
mural](https://chnpp.gov.ua/ua/infotsentr/novyny/5409-na-chaes-namalyuvai-mural)

Листи підтримки проекту:
http://artefact.live/?page_id=1412

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.

Проект привертає увагу до важливої теми медіа-грамотності, свідомого споживання та розповсюдження інформації, фейків через культурне переосмислення Інформаційної складової Чорнобильської катастрофи. Надає методи перевірки та аналізу інформації, відкриває нові факти про Чорнобильську катастрофу, залучає увагу суспільства на історичну «білу пляму» та допомагає подивитись на аварію на ЧАЕС через нові мистецькі форми з залученням нових секторів культури а саме – музику та нові медіа.

Це призведе до культурного переосмислення Інформаційної складової Чорнобильської катастрофи всередині України та допоможе переосмислювати нацією національної травми.

Призведе до вкоріння знання. Що «Ми не жертви, Ми - герої, що стали щитом для всієї Європи.»

Це перший комплексний музикальний культурний проект щодо переосмислення Інформаційної складової Чорнобильської катастрофи. За 34 роки після аварії в Україні були культурні проекти, що присвячені Чорнобиллю, але всі вони розповідали тільки частково, концентруючись на одному з моментів чи куті погляду. Також, як правило, ці проекти задіявали тільки один сектор культури.

Цей проект творче та через залучення різних музикантів, продюсерів та

Директор Кірюченко О.О.



різних режисерів відео-кліпів розповідає про різні аспекти катастрофи, про різні історії, різними поглядами, про різний час та з різних кутів. Це створює унікальне глибоке різностороннє бачення та підкреслює важливість Інформаційної частини трагедії. Важливість Чорнобиля у кожному з нас у сьогоднішній, адже ця тема живе з нами у кожній сім'ї.

Сучасна українська музика та різні сектори культури, що задіяні в програмі подій (виступи перформативного театру у зйомках кліпу, музикантів, медіа-арт, аудіо-візуальні перформанси, тощо), дають унікальне різностороннє, багатопланове глибоке аудіальне та візуальне сприйняття Чорнобильської катастрофи та її аспектів аудиторією, що закарбовується у думках на багато днів.

Актуальна тема фейків цікава зараз у всьому світі і буде гарячою ще довго. Це стосується загального розвитку суспільства і до чого в майбутньому призведе діджиталізація. Втеча людей в соціальні мережі, втрата душі, отримання великих знань як у комп'ютера, хто за цим стоїть, біг даних, корпорації, GDPR, питання з приватних даних в інтернеті, маніпулювання інформацією та зміна її сприйняття. Це зараз актуально в соціумі, культурі, арт.

Проблематика фейків, гібридної війни, кейсів фейків проти України та Чорнобиллю дуже актуальні та цікаві.

Музичний проект на таку тему буде мати інтерес від аудиторії в Україні та за її межами.

Вже зараз спілкуючись з музикантами та режисерами ми бачимо велику цікавість до проекту та бажання залучатися просто зараз.

Це дійсно ефективна техніка донесення важливості свідомого споживання та розповсюдження інформації, тому що Чорнобильська катастрофа це міжнародна значна подія, про яку добре відомо, що було замовчування, внутрішня пропаганда, вимоги до замовчування інформації для населення та міжнародних ЗМІ, також у тривалій перспективі ми бачимо наслідки, що спричинила інформаційна складова. На прикладі замовчування та спалювання цієї інформації ми бачимо як працюють методи створення фейків, спалювання інформації, замовчування, свідомої брехні. На паралелях з цими протиправними діями ми розповідаємо, як робляться фейки зараз, як треба перевіряти інформацію, про основи критичного мислення

Також підіймаються такі питання як права людини, доступ до інформації, екологічна сталість, соціальна відповідальність, подолання наслідків російської агресії, залучення літніх людей, що постраждали від Чорнобилю

Директор Квізченко О.О.



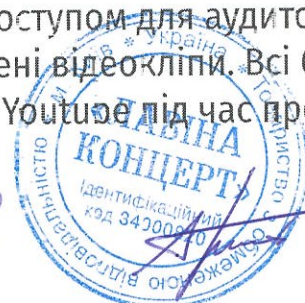
до спільного українського культурного дискурсу. Ця соціальна цінність є невід'ємною частиною проєкту.

Також на меті ми ставимо шанування трагедії Чорнобилю, адже у 2020-му році виповнюється 34 роки з моменту аварії на ЧАЕС. Щоб вшанувати всіх постраждалих ми розповімо про замовчування та викривлення інформації про трагедію владсю. Маніпулювання громадською думкою, пропаганду та інше. Адже зараз ми живемо під час «гібридної війни» та техніки маніпулювання, в основі, не змінилися. Тому інформаційна складова трагедії Чорнобиля це жахливий приклад, на якому суспільство повинно навчитися та побачити жахливі наслідки, що можуть бути зроблені інформаційним маніпулюванням, пропагандою та замовчуванням!

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів проєкту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

- Актуалізовані домовленості та підписані договори з 2 міжнародними музикантами.
- Актуалізовані домовленості та підписані договори з 5 українськими музикантами.
- Концептуалізовано 2 пісні міжнародних музикантів.
- Концептуалізовано 6 пісень українських музикантів.
- Проведено 6 індивідуальних арт-резиденції для артистів, з поїздками у Зону Відчуження, спілкування з ліквідаторами, в результаті чого створені нові пісні.
- Записано 8 музичних творів, з використанням бібліотеки «Звук в Чорнобиля», залучено аранжування, сесійних музикантів, зроблено постпродакшн запису.
- Залучено до альбому 2 музичні композиції, що були створені раніше з використанням бібліотеки Звуки Чорнобиля від DubFX та Крістоф Етьє.
- Створено 1 музичний альбом з 10 музичними композиціями
- Обрано 6 цікавих молодих режисерів музикантами.
- Створено 6 сценаріїв для майбутніх кліпів разом з музикантами. 6 кліпів буде створено на 6 новостворених українські пісні, режисерів та продакшн будуть обирати самі музиканти.
- Проведено предпродакшн зйомок 6 кліпів.
- Відзнято та смонтовано 6 відеокліпів проєкту різними продакшнами.
- Проведено постпродакшн матеріалу зйомок та виготовлено 6 кліпів. Кліпи будуть продемонстровані у Youtube з вільним доступом для аудиторії. У звітності буде надано 6 посилань на новостворені відеокліпи. Всі 6 кліпів разом наберуть не менше 600 000 переглядів у Youtube під час проєкту.

Даренко Кірило О.О.



- Реалізована загальна комунікаційна кампанія проекту, що працює з його змістом та проблематикою
- Запущений сайт, соц.мережі, створені відеоблоги, Спец.проект на популярному он-лайн ресурсі (15 матеріалів).

Сайт потрібен, щоб проект можна було знайти у пошуковиках, а не у фейсбуці чи інстаграм. При чому, у фейсбук спільноті немає можливості довідатися основні цілі, проблематику, завдання та відомості проекту, швидко знайти всіх музикантів, їх музичні композиції, інтерв'ю, блоги з ними та інше. В проекті всього буде залучено 8 музикантів. Стрічка фейсбуку показує лише останні пости, бо буде багато створеного контенту, про інших залучених учасників користувач може і не дізнатися. Facebook та Instagram - будуть основними каналами миттєвої комунікації та популяризації перебігу проекту.

Тоді як сайт буде віртуальною презентацією проекту, де можна буде дізнатися його візію, меседжі, учасників, новини, швидко знайти, прослухавши інформацію по радіо. Прочитати інтерв'ю з музикантами, подивитися кліпи та блоги. Залучення кожного артисту та створення продуктів з його участю, це як проект в проекті. Маємо 6 артистів, що залучені повністю, ще 2 міжнародних, та ще 2 (Dub FX та ще одна від Крістоф Етьє), що були залучені у минулі роки. Інформації та контенту дуже багато, його буде не можливо так систематизувати у соціальних мережах, щоб аудиторія отримала всю інформацію про проект. Проте, з соціальних мереж аудиторія може перейти на сайт, де структуровано отримати інформацію про проект та його учасників.

Продукти, що були створені минулого року в межах проекту від Лавіна Концерт "Участь українців у Burning Man" є у вільному доступі у ЗМІ та Соціальних мережах. Всі показники медійного охоплення минулого року виконані та перевиконані. Загальне медійне охоплення проекту минулого року склало 5 000 000. Вся інформація надана у щорічному звіті по проекту.

Окремий сайт для проекту минулого року ми НЕ розробляли. Сайт digitalculture.in.ua - був створений артистами проекту на волонтерських засадах, виключно для проведення open-колу. На нього не були виділені кошти та він не мав презентувати результати проекту.

Наскільки нам відомо, продукти тогорічних проектів, де були залучені "Звуки Чорнобиллю" також є у загальному доступі. Вже існуючі платформи проектів ARTEFACT - сайт та фейсбук, будуть анонсувати наші активності, якщо це не буде суперечити їх власному контент-плану.

- Реалізована комунікаційна кампанія по популяризації кожного окремого отриманого продукту проекту.
- Створені пісні промотуються для ротації на радіо.

Директор Клієнко О.О.



- Кожен кліп промотується для ротації по ТБ. Для кожного пісні, музиканту та кліпу проведена окрема ком. кампанія.
- Кожен кліп рекламується у youtube та отримує понад 100 000 переглядів.
- Відеоблог про створення кожного кліпу рекламується facebook та отримує понад 100 000 переглядів.
- Всього проект отримує понад 3 500 000 контактів медійного охоплення.
- Видано та презентує 1 тематичний музичний альбом Звуки Чорнобиллю, який складається з 10 пісень та 6 кліпів.
- В проект залучено іноземний досвід промоції проектів із залученням до створення музичного продукту – ми орієнтуємось на соціальний - проект РЕД, що бореться з ВІЛ в Африці та застосовує схожі механіки - <https://www.red.org>.

Всього в проекті буде створено: 6 музичних композицій від українських музикантів та 5 відесквіпів для них, та 2 нові музичні композиції від міжнародних музикантів.

Зазначте якісні та кількісні показники для довгострокових результатів проекту відповідно до описаних вище завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

Молоді виконавці отримують державну підтримку у створенні конкурентоспроможного якісного продукту, що стане початком їх визнання і отримання ширшої популярності, в результаті якої отримаємо ще більше якісного культурного продукту.

Кліпи, створені під час проекту, продовжують набирати перегляди та стають все більш популярними, популяризуючи українську культуру та музику, за наступні роки вони наберуть сумарно ще 1 000 000 переглядів у youtube. Відеоблоги про створення кліпів у facebook теж наберуть сумарно ще більше 1 000 000 переглядів

Участь у проекті стане для музикантів, продюсерів, режисерів «візитною картою» та підвищить їх гоголярність, дасть нові можливості та залучить до участі у більших проектах.

У наступні роки музикантів будуть запрошувати на тематичні концерти присвячені Чорнобиллю чи соціальним питанням.

Міжнародні музиканти знімуть високо бюджетні кліпи на свої пісні, та будуть часто запрошуватись до України з виступами.

На 35 роковини Чорнобиллю ці пісні та кліпи знову стають актуальними, музикантів запрошують з цими піснями виступити на великій кількості концертів по всій Україні та за її межами.

Широкі верстви стануть залучені у тематику Чорнобиллю у інформаційну

Дарина Кіриченко О.О.



складову Чорнобильської катастрофи, а саме, дізнаються про факти замовчування, пропаганди, викривлення інформації.

Широкі верстви стануть залучені до проблем медіа-грамотності на прикладі кейса Чорнобиля, проведуть паралелі з гібридною війною та побачать, до чого може привести маніпулювання та замовчування інформації.

Створені композиції та відеокліпи стали цікавими за кордоном, ти привернули увагу загальної міжнародної аудиторії до українського культурного продукту. 6 українських музикантів презентують Україну за її межами у тематичному концерті «Звуки Чорнобилю».

Методології використані в проекті продовжують використовувати інші учасники сектору, що підвищує загальну якість створюваних продуктів. Підвищиться загальний рівень зацікавленості культурним контентом широкою ЦА у кореляції з високою якістю створеного культурного продукту.

Підвищиться рівень довіри до українського культурного продукту на соціальні тематики та збільшилася потреба на нього.

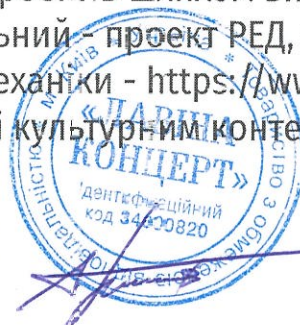
Українське суспільство знайшло для себе нові сенси в переосмисленні інформаційної складової Чорнобиля, звільнилася від образу жертви, та вшановує героїчність власного народу в катастрофі Чорнобиля незими піснями.

Цей альбом покаже діячам мистецтва, в першу чергу - музикантам, що такі колаборації та робота на суспільно-важливих темах є актуальною, цікавою широкому колу громадян, що може створити прецедент, який отримає своє продовження у форматі концертів, фестивалів, конференцій та інших культурних подій.

Також результати проекту співпадають з очікуваними довгостроковими результатами ЛОТу:

- музичне мистецтво отримало інституційну підтримку;
- молоді виконавці та композитори отримали державну підтримку у створенні музичного продукту;
- створено якісний музичний продукт або подію, що стають затребуваними за кордоном;
- визнано українські культурні продукти та події гравцями міжнародного рівня;
- підвищено якість створюваних продуктів/проектів шляхом використання/адаптації досвіду – ми орієнтуємось на соціальний - проект RED, що бореться з ВІЛ у Африці та застосовує схожі механіки - <https://www.red.org>;
- підвищено загальний рівень зацікавленості культурним контентом

Директор Квітенко О.О.



широкою ЦА у кореляції з високою якістю створеного культурного продукту

Директор Клієнко О.О.



Опишіть внутрішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та шляхи їх мінімізації

Проект не має таких технічних, юридичних ризиків, які не можна зменшити або подолати в робочому порядку. Існує ряд таких можливих ризиків.

Перш за все ризики, пов'язані з епідемією COVID-19.

В проєкті залучені міжнародні артисти, але їх участь у проєкті дистанційна. Вся співпраця з міжнародними артистами буде відбуватися онлайн. В кошторисі та робочому плані – є заявлені їх візити.

Також в результатах проекту масових подій немає. Плануються приватні арт-резиденції з поїздками у Чорнобиль. Наразі, Чорнобильська Зона Відчуження закрита на карантин, але за державним гланом поступового виходу з карантину відновлення роботи очікують з 1 червня.

У випадку, якщо карантин буде подовжено на весь термін проєкту та в'їзд буде неможливий, ми будемо змушені скасувати ці поїздки та замінити кількома днями переглядів хроніки, документальних фільмів, спостережень онлайн. Але це дуже не бажано, бо так звана Зона має свою унікальну атмосферу, яку дуже сильно відчують представники творчих процесів, її відвідування може стати ключовим у створенні глибинних музичних творів музикантами.

Таймінг. Під час проєкту можуть відбуватися значні розходження від початкового таймінг. Тому що музиканти можуть надавати нові ідеї та глибоко занурюватись у проєкт. Ми знаємо про це заздалегідь і орієнтуємось на те, що в нас буде час на можливий зсув таймінгу, але головне, створення пісень та кліпів іде паралельно, тобто, для кожного треку та відео є близько 3-4 місяців. Що доволі багато.

Ірина Кіщенко О.О.



Організаційні. Музиканти, ліквідатори або експерти, з якими була встановлена попередня домовленість, з певних причин не зможуть долучитись до проекту. Оскільки проект зібрав навколо себе багато митців, очевидців трагедії, вчених-дослідників, а також її учасників. В складі команди є досвідчені професіонали, що знайомі з більшістю музикантів України та мають добру репутацію, то ми зможемо долучити нових експертів, підрядників до проекту та долучити нових музикантів, що зацікавлять всі визначені аудиторії. Також ми маємо на готівві варіанти заміни субпідрядників за музикантів.

Опишіть зовнішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту, та шляхи їх мінімізації

Ризики пов'язані з COVID-19.

Проект не має масових заходів або міжнародних поїздок, які можуть скасовуватися у зв'язку з COVID-19. Вся робота з музикантами персоналізована, зйомки та записи музичних творів дозволені, при дотримуванні санітарних норм. Можливо наслідки карантину можуть вплинути на грацівників команди, але в такому випадку вони можуть бути замінені на інших учасників.

Політичні. Нестабільна ситуація на Сході України може призвести до відміни домовленостей з деякими резидентами про участь. Ми створимо резервний список резидентів, для термінового залучення до проекту.

Юридичні. Невиконання домовленостей з боку партнерських організацій. Треба зробити підписання меморандумів чи договорів про співпрацю з чітко розписаними обов'язками та правами сторін, чітке планування дій за проектом, виконання за наміченим графіком. Залучення партнерів з найкращою репутацією.

Форс-мажорні і політичні ризики розглядаються за загальним підходом щодо діяльності установи відповідно до чинного законодавства України.

Фінансові ризики пов'язані з можливою зміною курсів валют. Це може вплинути на вибір обладнання та матеріальної бази створення пісень та кліпів, але не на реалізацію проекту в цілому.

Можлива наявність гучних інфоприводів, що спричинить розсіяння уваги з боку преси. Однак, проекти у Чорнобилі завжди мають попит та актуальні для масмедіа. Цього року відбудуться 34-ті роковини аварії, що є вагомим інфоприводом та гарантом уваги суспільства. У разі гучного світового

Директор Крижанко О.О.



інфоприводу ми залучимо інформаційних партнерів проекту для щільного особистого опрацювання списку преси для прес-турів.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Проект матиме план моніторингу та оцінки рівня ефективності, зокрема:

- Регулярні кураторські наради з аналізом поточних результатів проекту, моніторингом індикаторів досягнення цілей та строків виконання етапів проекту;
- Зворотній зв'язок від учасників проекту;
- Зворотній зв'язок від експертів проекту, фокус-групи слухачів та користувачі соц.мереж;
- Моніторинг засобів масової інформації за публікаціями про створення пісень проекту;
- Підготовка звіту про запис альбому;
- Повідомлення УКФ про результати.

Окремо будемо моніторити та аналізувати такі частини проекту:

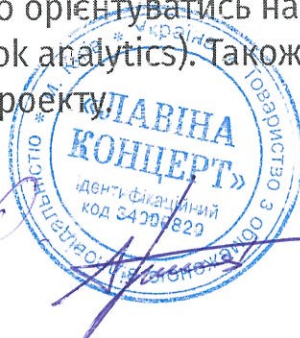
- Концептуалізація проекту;
- Залучення українських та міжнародних музикантів;
- Робота з матеріалами катастрофи Чорнобиля;
- Дослідження, аналіз матеріалів щодо заданої проблематики;
- Арт-резиденція та поїздки до Зони Відчуження для обробки нових матеріалів на місці;
- Створення дизайну проекту: візуалів, соц.серед, відео-блогів, ведення соц.мереж та сайту проекту;
- Проміжні результати;
- Комунікаційна кампанія в мережі.

Проведення моніторингу на всіх етапах реалізації проекту допоможе відслідковувати ефективність методів та заходів, а також оперативне реагування на будь-які зміни.

Результати збору даних будуть використані для аналізу громадського сприйняття проекту.

Більша частина комунікаційної кампанії проходить в інтернеті, тому моніторинг оцінювання проекту буде постійно орієнтуватись на метрики показників у соц. Мережах та на сайті (facebook analytics). Також буде проводитися моніторинг новин про перебіг проекту.

Директор Кученко О.С.



Для забезпечення внутрішнього контролю якості і оцінки досягнення цілей будуть використовуватися такі методи:

- регулярні кураторські наради. Моніторинг та аналіз відповідності графіку реалізації проекту та оцінки ефективності управління та реалізації проекту, досягнення проміжних кількісних та якісних показників успіху;
- обговорення проміжних результатів підготовки, впрсвадженню та реалізації проекту у ширшому колі працівників інституцій-партнерів і за участі представників залучених до підготовки експертів та ініціатив;
- залучення зовнішніх експертів, які надаватимуть менторську підтримку;
- використання таких робочих інструментів планування і підготовки проекту, як розроблені таблиці для бюджетування і фінансового моніторингу, чеклісти для збору даних і постановки завдань, дотримання календарного плану проекту тощо.

Індикатори:

- терміни створення пісень та постобробки, вихід на своєчасний результат;
- кількість переглядів кіпів та відеоматеріалів;
- зареєстровані користувачі в спільнотах у соц. мережах, відгуки на пости і лайки, репости;
- моніторинг витрачених коштів і отриманих результатів за підсумками виробничого етапу;
- відгуки експертів, залучених до проекту;
- кількість публікацій та згадувань у пресі.

Робочий план проекту відповідає всім зазначеним вимогам. є структурованим та слідує принципам логічності та прозорості.

Враховуючи матеріальне забезпечення, фінансування, а також ресурси, робочий план є досить ефективним.

Робочий план чітко визначає конкретні завдання на кожному етапі розробки, а також регулює строки виконання цих завдань.

У робочому плані відображені етапи поточного моніторингу проекту, фінальний моніторинг для звітування та заходи з оцінки управління та реалізації проекту по кожному етапу завдань. А саме:

- розробка графіку залучення 8 музикантів та розробки творчої частини;
- етап проведення арт-резиденції, створення відео-блогів, інтерв'ю;
- створення та запис пісень, обробка, аранжування, зведення;
- створення 6 відес кліпів та їх презентація;
- робота з міжнародними та українськими музикантами, договори;
- робота з матеріалами катастрофи Чорнобиля, аналіз та опрацювання досліджень;

Директор Кіценко О.О.



- ? реалізація комунікаційної кампанії;
- ? розробка дизайну, ведення сторінок у соц. мережах, сайту;
- ? створення саундтреку, трейлеру, дубляж,
- ? презентація результатів.

Які ключові повідомлення, яких спікерів буде обрано для поширення інформації про проект серед прямої(-их) цільової (-их) аудиторії (-ій), опосередкованої аудиторії, потенційних партнерів, широкої аудиторії?

Проект «Запис альбому Звуки Чорнобиля з українськими та міжнародними музикантами» в своїй комунікаційній кампанії буде використовувати набуття минулорічного проекту ARTEFACT: Chernobyl 33, з медіа охопленням 30 000 000, та працювати з загальною аудиторією успішного проекту ARTEFACT, який розпочався 2018 року та мав медіане охоплення 80 000 000.

Створення перших композицій з бібліотеки "Звуки Чорнобиля" було дуже позитивно сприйнятий пресою та мало безліч публікацій.

Спікерами проекту будуть Музиканти проекту, Радіоведучі, Телевезійні ведучі, продюсери музикантів, експерти проекту та блогери Анна Королевська, Андрій Біденко, Слєксандр Сирота, Олєксандр Санченко, Альона Романюк, Слєксандр Барабошко, Марк Полок, Травкін, Артем Неба, Олена Чечіна, Сергій Перцев, Максим Сердюк, Олєксій Бондаренко.

МЕТА комунікаційної кампанії:

Привернення уваги української аудиторії до проекту «Запис альбому Звуки Чорнобиля з українськими та міжнародними музикантами» та актуальних проблем суспільства, на прикладі Чорнобильської катастрофи, шляхом її переосмислення через новий сучасний культурний продукт - нові музичні композиції та відеокліпи, створені українськими та міжнародними музикантами.

ЦІЛЬ комунікаційної кампанії:

Популяризація новоствореного українського культурного продукту на актуальну соціальну тематику, а саме альбому актуальної української музики серед української аудиторії та міжнародної спільноти, через залучення іноземних музикантів та медіа.

Етапи комунікаційної кампанії:

1. Анонсування проекту.
2. Популяризація процесу створення продукту, залучення аудиторії музикантів.

Директор Київченко О.О.



3. Презентація результатів проєкту.

Ключові повідомлення кожного етапу:

1. В Україні створять унікальний тематичний альбом Звуки Чорнобиля за участю міжнародних та українських музикантів.

Звуки Чорнобиля у виконанні українських музикантів. що ми знаємо про новий проєкт.

6 кліпів та музичний альбом - що ми отримаємо в результаті проєкту «Звуки Чорнобиллю».

??

2. Нова українська музика про Чорнобиль - дивись, як створюють нові пісні.

Я ніколи по це не думав! – український музикант написав пісню про Ліквідаторів після поїздки у Зону Відчуження.

Перші відео з запису «Звуків Чорнобиллю» та інтерв'ю з музикантами.

6 різних історій про Чорнобиль від українських музикантів та режисерів.

?

3. Слухай новий альбом Звуки Чорнобиля, за участю.

Чорнобиль, Прип'ять та сучасна Україна у новому кліпі.

Про український альбом Звуки Чорнобиля написали тспові міжнародні медіа.?

Аудиторія для таргетованої реклами у youtube та facebook: ?

18-45, 50%/50% Ч/Ж, достаток: середній, вище середнього; високий

Сегментація: ?

- Професіонали, музиканти, артисти, представники музичної та креативних індустрій, що будуть приймати участь в проєкті та поширені його результатів. ? ? ? ? ? ?

- Аудиторія шанувальників залучених до проєкту музикантів, проєкту Артефакт, Чорнобильської тематики. ? ? ? ? ? ?

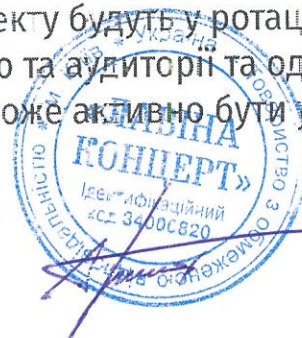
- Широка аудиторія українців з 18-45, 50%/50% Ч/Ж, достаток: середній, вище середнього, високий.

?? ? ? ?

ІНФОРМАЦІЙНІ ПАРТНЕРИ:

1. ? Партнером проєкту є ТАВР Медіа ([uk.wikipedia.org/wiki/ТАВР_Медіа](https://www.tavrmedia.ua) <https://www.tavrmedia.ua>) . що об'єднує велику кількість радіостанцій по всій країні, музиканти, режисери, куратори та музичальні продюсери проєкту будуть ходити у ефіри радіостанцій, а пісні проєкту будуть у ротатії тому що ТАВР Медіа волсдіє станціями, що різні по стилю та аудиторії та одна пісня проєкту може гратися на одній станції, а інша може активно бути у ротатії на іншій.

Директор Клігачко О.О.



2. Партнер проекту телеканал М2 (<https://m2.tv>), що активно транслює та підтримує українську музику, буде активно показувати кліпи проекту.

3. Національний Музей Чорнобиля - партнер з комунікації з професійною спільнотою по Чорнобильській тематиці, поширить інформацію в українських та міжнародних медіа.

4. Проект ARTEFACT та їх комунікаційні напрацювання з 2013 року на Чорнобильську тематику.

Проявлення УКФ під час комунікаційної кампанії

- Під час проведення комунікаційної кампанії проекту ми будемо використовувати логотип УКФ згідно правил брендбука.
- Наголошувати про підтримку від УКФ під час прес-конференцій, онлайн трансляцій, відео блогів (якщо доречно), спілкування з пресою,
- Також згадувати про підтримку та додавати посилання до постів у фейсбук, у прес релізи проекту, матеріали проекту.
- Розміщувати логотип УКФ на візуалах, на поліграфічних матеріалах, у відео роликах,
- Намагатися не менше ніж за 10 днів до заходу інформувати УКФ та надавати прес-релізи та відповідні матеріали для розміщування на ресурсах та каналах УКФ,
- Відразу поширювати прес реліз про подію, яка відбулась та поширювати прес-реліз серед журналістів, що були на цієї події, також відсилати пост-реліз до відділу комунікацій УКФ,
- Після реалізації проекту робити моніторинг ЗМІ,
- Нагадувати про підтримку спонсу в промо-матеріалах проекту,
- Використовувати Дисклеймер при підготовці поліграфічної продукції, надавати примірники продукції,

Які методи комунікації (відео, аудіо контент, промо кампанії в соціальних мережах, амбасадори, тощо) та канали комунікації (офіційний сайт проекту, соціальні мережі тощо) будуть залучені під час реалізації проекту?

Ми плануємо використовувати в своїй комунікаційній кампанії комунікаційні наработки проекту ARTEFACT та його соціальні мережі, відео та фото матеріали з минулого року, а також успішні елементи комунікаційних кампаній, працюючи меседжі, теплі контакти ЗМІ та лідерів соціальних думок.

Рекламна кампанія проходить здебільшого у соціальних мережах. зокрема Facebook, instagram та youtube. Заплановано запуск таргетованої реклами в соціальних мережах.

Дарко Кігачко О.О.



Велика таргетована реклама для кожного кліпу у youtube та facebook це одне із головних завдань проекту.

Таргетована реклама у youtube та просування пісень - основний комунікаційний актив, що цікавий музикантам, яких буде залучено у проект. Трек => поїздка у Зону Відчуження => відеоблог => кліп та просування кліпу - є невідомою частиною проекту.

Ніхто з музикантів не хоче отримати 2-3 тис. переглядів кліпу, на який було витрачено сили та час. Навпаки, це зіграє у мінус репутації та кар'єрі музиканта.

Також таргетована реклама розрахована на просування новостних постів у соцмережах проекту та музикантів.

Просування новин проекту, просування відео-блогів та просування самих кліпів - це різні засоби комунікації.

Новини у соц мережах розповідають про проект, відео-блоги активно залучають фанатів музикантів до тематики Чорнобилью. відео-кліпи просувають пісні всі результати проекту, підсилюють сталість проекту, залучають ширшу аудиторію.

Блоги від музикантів - важлива комунікаційна активація для залучення уваги фанатів та підписників музикантів до проекту.

Велика таргетована реклама для кожного кліпу у youtube та facebook це одне із головних завдань проекту з популяризації його результатів серед широкої аудиторії.

Замовляємо послуги кваліфікованої комунікаційної агенції, що допоможе на етапі виробництва задіяти можливості створення новин про проект через екскурсії журналістів за лаштунки проекту. Планується присутність міжнародної преси під час зйомок у Зоні Відчуження та зйомок арт частини проекту.

Також залучити пресу нам допомагає проект АРТЕФАКТ, особисті контакти зацікавленої преси та ін.

Є багато української та міжнародної преси, що цікавляться проектом, тому вони очікують нову інформацію від нас.

Для привернення уваги до запису пісень, під час виробничого етапу та

Директор Кийченко О.О.



постпродакшену ми будемо вести стріми, робити гости в інстаграм та іноді викладавати бекстейджи зі зйомок, а також 4 місяці вести соціальні мережі проекту. Просувати контент у мережах ми будемо через вбудовані рекламні інструменти facebook та youtube.

Ми ставимо за ціль щоб кожен кліп отримав по 100 000 переглядів у youtube та відеоблог про створення кожного кліпу отримав 100 000 переглядів у facebook.

Тому велику частину бюджету ми закладеємо на просування відеокліпів.

Ми плануємо задіяти нових партнерів, існуючих експертів, митців та організаторів проекту як амбасадорів та лідерів соціальної думки для поширення ідей проекту через соціальні мережі та медіа.

Плануємо активно використовувати сучасні засоби нових медіа, такі як відеостріми, сторіз, пуш-ап відео для активації аудиторії на різних етапах комунікаційної кампанії. Звичайно, будемо використовувати всі стандартні працюючі методи, такі як розсилка прес-релізів, великі публікації в ЗМІ, інтерв'ю на тв та радіо, імейл розсилки по партнерах, спеціальні проекти у медіа з великим охопленням, таргетовану рекламу для анонсування проекту та рекламу постів для знайомства більш широкої аудиторії з нашим проектом.

Як міжнародна промо-агенція на етапі створення альбому та розсилки міжнародних прес-релізів до нас приєднується агенція Neighbourhood PR <https://www.neighbourhoodpr.com>

Яка веде по піару одну з самих великих міжнародних музичних конференцій присвячену танцювальній музиці та має величезну базу (більше 3000) культурних та музичних партнерів ЗМІ по всьому світу. Можливо залучення міжнародних журналістів до прес туру на запис альбому.

Міжнародні медіа вже виявили зацікавленість проектом, тому ми маємо намір залучити їх у комунікації щодо проекту.

Визначений план співпраці та визначені інструменти:

- PR, маркетинг та комунікаційні консультування на етапі створення проекту.
- Розробка міжнародної кампанії в друкованих, онлайн медіа та соціальних мережах.
- Пошук і організація ефективних партнерських відносин із засобами масової інформації по заданій ЦА.

Директор Ківиенко О.О.



- [?] Планування і координування поїздок впливових ЗМІ для висвітлення запису альбому у міжнародних медіа.
- [?] Управління міжнародними прес-прооявами, координація інтерв'ю, взаємодія зі ЗМІ.

— Веб-сайт, блог, відео-блог, спец. проект з онлайн-медіа, розсилки, прес-релізи.

Ми зробимо сайт проекту, де будемо викладувати новини проекту, кліпи, інтерв'ю та самі пісні у вільний доступ.

Ми будемо робити відео-блог про перебіг проекту.

Всі етапи проекту будуть зняті на відео, щоб у кінці змонтувати про проект великий відео звіт на кшталт бекстейдж про створення тематичного альбому. Це також збільшить інформаційне покриття проекту та його сталість.

Ми плануємо залучити одне чи декілька он-лайн-медіа щоб зробити спільний спец. проект на їхньому ресурсі. Це буде серія статей про проект, про проблематику, банерна реклама та інформаційне супроводження.

Таким чином ми розширимо покриття проекту, зробимо його більш помітним у інформаційному просторі. Також це активно включить аудиторію цього ресурсу в проект. Сторінки спец. проекту назавжди залишаться на рейтинговому ресурсі та будуть завжди гарно видаватись в результатах пошуку в Google, що збільшить сталість проекту.

Будемо робити розсилки прес-релізів по ЗМІ, розміщувати платні новини на великих ресурсах.

— Соціальні мережи.

Ми будемо вести сторінки проекту у соц. мережах, щоб розповідати про проект, рекламувати його та мати комунікацію з прихильниками проекту. У соц. мережах буде окрема відповідна політика подання та розповсюдження інформації про проект. Соц. мережі є важливою платформою для комунікації з нашою ЦА, тому що саме у них проходять інформаційні атаки, розповсюджуються фейки та саме тут людям стають важливі навички свідомого споживання та поширення інформації.

Тут ми будемо представляти етапи проекту, залучати до них музикантів та людей, розповідати про сенс цих етапів та про їх результати. Наші соц. мережі будуть вести просвітницьку роботу та розповідати, як треба фільтрувати інформацію, перевіряти її, оцінювати джерело розповсюдження, меседжі та цілі, які вона транслює, кому це потрібно, для чого це робиться.

Тут будемо презентувати відео-кліпи та будемо поширювати та рекламувати.

Директор Квінєшю О.О.



Тут ми презентуємо відео-блог.

Тут ми будемо інформувати про новини проекту, розповідати про перебіг подій.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Загалом плануємо не менше 60 публікацій за весь проєкт. Точну кількість публікацій по кожному ЗМІ назвати не можемо, так як все буде залежати від наповненості інформаційного поля медіа-приводами у момент створення новин проєкту, але не менш по одній на кожному вказаному ресурсі.

Орієнтовний список ЗМІ, з якими вже працювали по проєкту ARTEFACT:

TCH.ua, UA TV, Обозреватель, Громадське, УНІАН, ICTV, Детектор медіа, Інтер, Радіо свобода, Ассшиейтед Пресс, Рейтерс, РБК, Зік, Бабель, The Village, BZH, 24TV, ZN.ua, NV.ua, СЛУХ, lilroom, korrespondent.net, Бабель, Hmarosnos, Bit.ua, Musicweek.ua, allkharkov.com, dumskaya.net, НашКиїв, Жити у Львєві, Культометр Одесса, Socportal.info, bigmir.net, gordcn.ua, 057.ua, vgcrode.ua, segodnya.ua

Домовляємося про підтримку проєкту телеканалами М1 та М2, та холдингом ТАВР Медіа, який може залучити підтримку у ефірах та соц.мережах таких радіостанцій: «Хіт FM», «Русское Радио Україна», «Kiss FM», «Radio ROKS», «Мелодія FM», «Relax», «Jazz FM».

Будемо намагатись співпрацювати з міжнародними виданнями такими як Mixmag, Edmtunes, Pichfork, DJmag, Residentadvisor, Vice та інші.

З якими лідерами думок планується співпраця?

Орієнтовні Лідери Думок та експерти з ким планується співпраця: Музиканти проєкту, Радіоведучі, Телевезійні ведучі, продюсери музикантів, експерти проєкту та блогери Анна Королевська, Андрій Біденко, Олександр Сирота, Олександр Санченко, Альона Романюк, Олександр Барабошко, Марк Полок, Травкін, Артем Неба, Олена Чечіна, Сергій Перцев, Максим Сердюк, Олексій Бондаренко.

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проєкту?

1. Загальне медіа-охоплення понад 3 500 000 контактів;
2. Понад 600 000 переглядів відео-кліпів у youtube;
3. Понад 600 000 переглядів блогів про відео-кліпи у facebook;
4. 320 000 охоплення постів у соціальних мережах facebook та instagram;
5. Не менш 60 публікацій в медіа;
6. 1 спец.проєкт з популярним медіа. 15 матеріалів та понад 100 000

Дарина Ківа О.О.



- охоплення всередині ресурсу;
- 7. 4 міжнародні публікації;
- 8. Медійне охоплення в ЗМІ (інтернет, радіо, телебачення) понад 2 000 000;
- 9. Одне велике звітне відео по проекту;
- 10. Гарні експертні відгуки та рецензії на альбом;
- 11. Гарні відгуки відвідувачів у соціальних мережах проекту;

Яким чином буде забезпечений вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проекту?

Ми робимо матеріали проекту так, щоб вони залишились в інтернеті назавжди. Матеріали на сайті на у соц мережах, фотокартки, відео-бекстейджі.

Альбом та пісні буде розміщено на веб-ресурсі, тож скачати та прослухати їх у відкритому доступі можна буде будь-коли.

Створення кліпів дає доступ іноземної аудиторії до візуальної адаптації пісень, перегляди зростатимуть з кожним роком. У 2021 році світ вшановуватиме 35 роковини трагедії, тож альбом, пісні та кліпи опиняться на піку популярності.

Ми триматимемо руку на пульсі останніх досліджень та напрацювань науковців з визначеної тематики.

Ми продемонструємо аудиторії бекстейдж виробничого процесу, будемо вести соціальні мережі, сайт - це надасть аудиторії можливість подивитися за лаштунки проекту та підсилить її зацікавленість проблематикою.

Фото та відео звіти про зйомки будуть розміщені в інтернеті.

Ми продовжимо популяризувати інформацію щодо катастрофи та надавати розголосу проблематиці кінострічці.

Музиканти будуть виступати на безкоштовних тематичних концертах присвячених 35 роковинам аварії на ЧАЕС.

Кінцевим результатом проекту також стануть якісні цікаві відео-кліпи та аудіо продукт, який буде у вільному доступі, розміщений на діджитальній платформі youtube та буде у вільному доступі для слухачів в ротатії радіостанції по всій Україні.

Більш того, так як маємо загальний дефіцит на україномовний сучасний аудіо продукт більшість музичних творів, які стануть результатами проектом, будуть використані в радіоефірах всіх інших радіостанції, як примірник якісного сучасного музичного продукту.

Після закінчення конкурсу діджитальна платформа буде продовжувати своє існування. Кожен з молодих музикантів чи просто зацікавлених

Даренко Кіриченко О.О.



спостерігачів зможе використати викладені у вільний доступ бібліотеку «Звуків Чорнобиля».

Матиме можливість вільно слухати всі створенні в результаті проекту треки та дивитись у вільному доступі відео-блоги за лаштунки проекту, для кожного, хто захоче отримати додаткові знання про музичну індустрію. Можливість долучитися до проекту та переглянути його надбання існуватиме в будь-який час для будь-якого користувача.

Даний контент надовго залишиться в онлайн-середовищі та буде здійснювати довготривалий вплив у культурному інформаційному просторі.

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з бюджету, грантової підтримки і т.д)?

Проект може розвиватися з нові тематичні альбоми інших тематик, або глибше пропрацювання тематики Чорнобилю та інформаційної складової катастрофи Чорнобиля. Можна повторювати механіку та залучати нових музикантів, міжнародних артистів та інше. Можливо проведення великого проекту з залученням відомих міжнародних музикантів на 35 роковину Чорнобилю.

Це проект соціального напрямку тому його монетизація складна і можлива, але не виправдана морально. Потенційно зароблені кошти можна спрямовувати на благодійні потреби через ГО, що працюють з тематикою Чорнобилю. Наприклад, для підтримки літніх ліквідаторів, які зараз отримують субсидії рівня +150 грн. у місяць за те, що тоді пожертвували своїм здоров'ям заради майбутнього України та нас з вами.

Якщо проект отримає любов народу та великі музиканти, телеканали та радіо-групи будуть бачити інтерес у аудиторії, можливо повторення проекту на принципах самоскупності за рахунок проданої ТБ та Радіо реклами, але ми мали перемовини з брэндами та їх зворотній зв'язок такий, що мало хто хоче комунікації свого брэнду з тематикою Чорнобилю.

Можливо залучення інших грантових програм УКФ та інших донорів до наступних етапів проекту.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Після завершення проекту ми працюватимемо над просуванням здобутків проекту: продовжиться промоція кліпів, популяризація пісень. Запис

Директор Кігаско О.О.



альбому та презентація – лише перший ступінь у становленні артиста: проектом передбачено подальший розвиток проекту, стрияння організації гастролей музикантів в Україні та світі серед діаспори. Можливо, запис нових треків та колаборації з українськими та європейськими митцями.

На прикладі тематичного альбому ми маємо на меті показати розвиток альтернативних мистецьких концепцій та поглядів в українському культурно-мистецькому середовищі шляхом відкриття нових сенсів та цікавих колаборацій. Після завершення проекту ми готові ділитися досвідом з промоції молодих українських артистів та впрсвадження нових мистецьких практик.

Ми плануємо й надалі співпрацювати з представниками музичної індустрії України та Європи, вдосконалювати концепцію, привносити в неї щось нове та сприяти розвитку музикантів проекту на український та міжнародній арені.

Ми готові співпрацювати з музичними та мистецькими ініціативами. Ми готові надавати консультації, розповідати про проект, ділитись матеріалами та результатами проекту, виступати з цим кейсом на конференціях.

Напередодні 35 роковин аварії на ЧАЕС ми плануємо зробити тематичних концерт з залученням всіх учасників проекту.

Також організація-заявник планує ділитися досвідом щодо реалізації проекту з УКФ та планує псдальшу співпрацю

Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?

Так, звичайно. Минулого разу під час проекту ми встановили багато знайомств, які сьогодні переросли в нові партнерства та проекти. Тематика з якою ми працюємо має велику і дуже різну аудиторію, вона не залишає байдужих і тому ми постійно знайомимось з новими організаціями, а спільні ідеї приводять ці знайомства до нових партнерств та проектів. Завдяки колабораціям з колективами та виконавцями ми грагнемо популяризувати програму на регіональному, національному та інтернаціональному рівнях.

В майбутньому заплановані гастролі програми та презентація програми в європейських столицях, в діаспорах та в рамках фестивалів.

Директор Кіргенко О.Є.



В міжнародній площині проект дозволить поглибити співпрацю між музикантами та інституціями в Україні й за кордоном, сприятиме покращенню міжнародного іміджу України, актуалізує тему української сучасної культури на глобальному рівні. Результати комунікаційної кампанії сприятимуть поширенню інформації про Україну й популяризації українських мистецьких інституцій.

Тематика проекту дозволить вийти за межі локального погляду та змінити фокус в бік глобального контексту.

Планується створення партнерств з об'єднаннями діаспори та музичними фестивалями, що працюють в схожому творчому полі.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

3

Кількість жінок у команді проекту

2

Кількість людей віком від 17 до 34

0

Кількість людей віком від 35 до 50

5

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком від старше 71

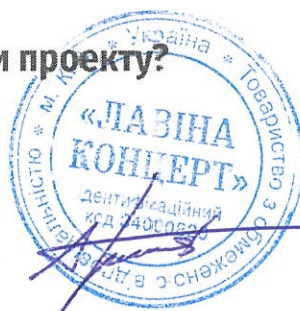
0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0



Директор Київського Д.О.

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Ні

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО?

так

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб?

так

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із незабезпечених сімей, дітей-сиріт?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з інвалідністю?

важко відповісти

Чи враховуватимуть меседжі вашого проекту принципи толерантності відповідно до Декларації принципів толерантності ЮНЕСКО

так

Директор Кілецько О.О.



Декларація доброчесності

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників даної програми, з вимогами Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції» та з «Порядком повідомлення про конфлікт інтересів, що виник під час проведення конкурсного відбору та фінансування проектів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проекту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених конкурсів, та усвідомлюючи свою відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проектну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.

Я, шляхом підписання проектної заявки, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 р. № 2297-VI надаю згоду Українському культурному фонду на обробку моїх особистих персональних даних.

Я підтверджую, що не отримую іншої фінансової підтримки на витрати, які покриває УКФ.

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

Кійгенко О.О.



Фонд:

Грантоотримувач:



Додаток № 2

до договору про надання гранту

№ ЗІСРДІ-3325

від "30" червня 2020

року



Назва конкурсної Іноваційний культурний продукт

Назва ЛОТ-у: Музика

Назва Заявника: ТОВ Лавіна Концерт

Запис альбому «Звуки Чорнобиля» з українськими та міжнародними

Назва проекту: музикантами

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ			
1	Український культурний фонд	100,00%	1 753 426,00
2	Співфінансування* :		-
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та		
	Всього	100,00%	1 753 426,00

*При наявності співфінансування, Грантоотримувач має право вирішувати, які статті витрат будуть співфінансуватися.

директор *Кирило Кірило*



Кошторис витрат по Гранту (плановий)

Назва заявника: ТОВ Лавіна Концерт

Назва проекту: Запис альбому «Звуки Чернобиля» з українськими та міжнародними музикантами

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	16	17
Розділ:	II	Витрати:						
Підрозділ:	1	Оплата праці						
Стаття:	1.1	Штатні працівники		4,00	7 200,00	28 800,00	28 800,00	
Пункт:	а	Кійченко Олександр Керівник проекту	місяць	4,00	7 200,00	28 800,00	28 800,00	Керівник проекту, підрядники, договори, досягнення цілей та результатів проекту, таймінг, звітність. Контроль комунікації з музикантами та режисерами
Стаття:	1.2	За трудовими договорами						
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяць			-	-	
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ		8,00	16 000,00	64 000,00	64 000,00	
Пункт:	а	Козаченко Артем, Продакшн-менеджер проекту	місяць	4,00	8 000,00	32 000,00	32 000,00	Контроль створення та запису пісень, зйомок відео-кліпів, комунікація з режисерами та продюсерами музики
Пункт:	б	Дяків Ярослав, Артiст-менеджер	місяць	4,00	8 000,00	32 000,00	32 000,00	Комунікація з українськими та міжнародними музикантами, домовленості, контроль поїздок у Зону Відчуження, контроль створення пісень музикантами
Всього по				12,00	23 200,00	92 800,00	92 800,00	
Підрозділ:	2	Соціальні внески						
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ		12,00	5 104,00	20 416,00	20 416,00	
Пункт:	а	Кійченко Олександр, Менеджер проекту	місяць	4,00	1 584,00	6 336,00	6 336,00	Керівник проекту, підрядники, договори, досягнення цілей та результатів проекту, таймінг, звітність. Контроль комунікації з музикантами та режисерами
Пункт:	б	Козаченко Артем, Продакшн-менеджер проекту	місяць	4,00	1 760,00	7 040,00	7 040,00	Контроль створення та запису пісень, зйомок відео-кліпів, комунікація з режисерами та продюсерами музики
Пункт:	в	Дяків Ярослав, Артiст-менеджер	місяць	4,00	1 760,00	7 040,00	7 040,00	Комунікація з українськими та міжнародними музикантами, домовленості, контроль поїздок у Зону Відчуження, контроль створення пісень музикантами
Всього по				12,00	5 104,00	20 416,00	20 416,00	
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)						
Стаття:	3.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		-	-	-	-	
Пункт:	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-	-	
Стаття:	3.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		-	-	-	-	
Пункт:	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			-	-	
Стаття:	3.3	Добові (для штатних працівників)		-	-	-	-	
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-	-	
Всього по				-	-	-	-	
Підрозділ:	4	Обладнання і нематеріальні активи						

директор Кітченко О.О.

ТОВ «ЛАВІНА КОНЦЕРТ»

Ідентифікаційний код 34000820

Україна

Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-	-	
Стаття:	4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації		-	-	-	-	
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Всього по				-	-	-	-	
Підрозділ:	5	Витрати пов'язані з орендою						
Стаття:	5.1	Оренда приміщення		-	-	-	-	
Пункт:	а	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	Кв.М (годин)			-	-	
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування техніки (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-	-	
Стаття:	5.3	Оренда транспорту		-	-	-	-	
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості	М (годин)			-	-	
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-постановочних засобів		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою":				-	-	-	-	
Підрозділ:	6	Витрати на харчування та напої						
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк		-	-	-	-	
Пункт:	а	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-	-	
Всього по				-	-	-	-	
Підрозділ:	7	Матеріальні витрати						
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.			-	-	
Стаття:	7.2	Носії, наклеювачі		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.			-	-	
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.			-	-	
Всього по				-	-	-	-	
Підрозділ:	8	Поліграфічні послуги						
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:						
Пункт:	а	Виготовлення макетів	шт.			-	-	
Пункт:	б	Навіювання логотипів	шт.			-	-	
Пункт:	в	Друк брошур	шт.			-	-	
Пункт:	г	Друк буклетів	шт.			-	-	



Всього по				-	-	-	-	
Підрозділ:	9	Послуги з просування						
Пункт:	1	Послуги зі створення фотозвітів з етапів проекту. 6 шт. Згідно інструкції	шт.		3 000,00	-	-	Фотозвіти з розробки проекту, бекстейджів, створення пісень та інше. Фотозвіти з різних етапів проекту. 6 штук по 3 000 грн. Всього 28 000 грн.
Пункт:	2	Комплексні послуги зі створення відео-блогів від музикантів про створення пісень, кліпів та Іх сенс, бекстейджів, інтерв'ю українських та міжнародних артистів. 6 штук. Тривалість 3-5 хвилин.	шт.	6,00	12 000,00	72 000,00	72 000,00	Відео-блоги 6 штук, з етапу розробки, бекстейджів, зустрічей, інтерв'ю українських та міжнародних митців та інше. З'йомка декількома камерами, аренда додаткової техніки, світла, об'єктивів. Послуги монтажу, зведення, колоруювання, графічної обробки, додавання титрів, заставки. Тривалість до 5 хв. Зразок ціни: http://www.barv.com.ua/tseny/ https://klona.ua/uslugi/proizvodstvo-vizualnyh-effektov http://www.nikofilm.com.ua/uslugi-i-tseny Виконавця послуг буде обрано після підписання договору та відбору комерційних пропозицій Орієнтовний розрахунок вартості: Послуги оператора 1 зміна - 5000 грн. Технічне забезпечення, камери Sony Alpha або Canon Mark5, набір оптики, мікрофон, LED підсвітка, стабілізатор 4000 грн. Зведення звуку - 1000 грн. Монтаж - 2000 грн. Розміщення у фейсбук спільноті проекту, можливо, розміщення на youtube каналі залучених музикантів. Буде забезпечено загальний доступ до контенту.
Пункт:	3	Просування у facebook та instagram новин та матеріалів проекту внутрішніми засобами реклами. Таргетована реклама. 320 000 контактів. 4 місяці по 8 000 грн.	місяці	4,00	8 000,00	32 000,00	32 000,00	Бюджет на просування матеріалів проекту у facebook методом внутрішньої таргетованої реклами. Просування матеріалів проекту, новин, анонсів, інтерв'ю з митцями. Планується охоплення більше ніж 320 000 контактів. Виконавця послуг буде обрано після підписання договору та відбору комерційних пропозицій. Орієнтовна кількість постів - 20 у місяць.
Пункт:	4	Просування 6 кліпів для 6 головних композицій проекту у якості прероллу на youtube внутрішніми засобами реклами. Таргетована реклама. Охоплення не менше 100 000 контактів на кожен кліп, всього не менше 600 000 контактів	шт.	6,00	25 000,00	150 000,00	150 000,00	Просування 6 кліпів для 6 головних композицій проекту у якості прероллу на youtube внутрішніми засобами реклами. Охоплення не менше 50 000 контактів на кожен кліп, всього не менше 600 000 контактів. 6 кліпів по 25 000 грн. Всього 125 000 грн. Виконавця послуг буде обрано після підписання договору та відбору комерційних пропозицій. Показник буде підтверджено документально.
Пункт:	5	Просування 6 відео-блогів 6 головних українських музикантів проекту у facebook внутрішніми засобами реклами. Таргетована реклама. Охоплення не менше 100 000 контактів на кожен відео-блог, всього не менше 600 000 контактів.	шт.	6,00	15 000,00	90 000,00	90 000,00	Просування 6 відео-блогів для 6 головних українських музикантів проекту у на facebook внутрішніми засобами реклами. Охоплення не менше 100 000 контактів на кожен відео-блог, всього не менше 600 000 контактів. 6 відео-блогів по 15 000 грн. Всього 90 000 грн.
Пункт:	6	Послуги з розміщення PR-статей про проект на партнерських ресурсах та публіках в Україні (не менше 15 публікацій на національних ресурсах)	шт.	16,00	4 000,00	60 000,00	60 000,00	Розміщення статей у публіках та журнал 3MI Орієнтовно 16 статей по 4000 грн. Зразок ціни: https://prnews.io/ru/sites/country/ukraine/ https://docs.google.com/spreadsheets/d/1x186Ry15aVWwX9fVJwB6s2TG2XeB15N1jE_M154qA/edit#gid=1144817130 Орієнтуючись на ціни холдингу UMH, які було надано у примітках, можна підібрати рекламні публікації, орієнтуючись на бюджет 4000 грн за публікацію: "korrespondent.net" - Пресс релиз в раздел "Пресс релизы" без выноса на главную-4,000 грн.; kr.ua - Новость в ленте новостей (до 3 600 знаков)-3 800 грн ; aif.ua - Статья в разделе на выбор (более 3800 знаков) - 4 500 грн., bigmir.net - Новость в раздел по выбору с анонсом на главной странице-4,500 грн." і так далі.
Пункт:	7	Послуги з розсилки прес релізів по 3MI та культурним інстанціям. 5 разів за час проекту.	шт.		8 100,00	-	-	Розсилки прес релізів в Україні через сервіси УНІАН, Укрінформ та інші. 5 разів по 8 000 грн. https://prnews.io/ru/sites/country/ukraine/



Пункт:	8	Послуги промо-агенції з міжнародного піару та комунікації з міжнародними ЗМІ. Ведення комунікації з міжнародними журналістами. 4 публікації	місяць	2,00	32 150,00	64 300,00	64 300,00	Послуги промо-агенції з міжнародного піару та комунікації з міжнародними ЗМІ. Локалізація матеріалів. Орієнтовна оцінка вартості послуг: Підбір та проведення переговорів з міжнародною пресою - 500 євро. Комунікація з журналістами - 500 євро. Керування створення та розміщення статей про проект - 500 євро. Корегування статей - 500 євро. Список медіа: Mixmag, Edmtunes, Pichfork, DJmag, Residentadvisor, Vice та інші. https://pmews.io/ru/sites/country/us/ https://pmews.io/ru/sites/country/uk/
Пункт:	9	Спец.проект. Послуги з розробки та створення матеріалів комплексного інформаційного проекту на популярному онлайн-ресурсі. Послуги розміщення матеріалів на популярному онлайн-ресурсі та у його соц. мережах. 15 матеріалів за 4 міс.	місяць	4,00	12 465,00	49 860,00	49 860,00	Концептуалізація, аналіз та розробка спец. проекту, сторінки, програмного блоку на популярному онлайн ресурсі задля промоції проекту. Створення текстових та графічних матеріалів для спец. проекту на популярному онлайн ресурсі задля промоції проекту. Орієнтуємось на такі ресурси як: liroom.com.ua, the-village.com.ua, bit.ua, socportal.info, tv.ua, tsn.ua, hmarochos.kiev.ua, musicweek.ua, sluch.media, bzh.life. Часткове дублювання матеріалів у соціальні мережі. Орієнтовно, 2 новини про кожного артиста, 3 про проєкт. Всього 15 матеріалів. Пільгове охоплення в порядку розшуру більше 100 000 контактів активної цільової аудиторії.
Пункт:	10	Спец.проект. Послуги з рекламування матеріалів комплексного інформаційного проекту в середовищі онлайн-ресурса. Охоплення більше 100 000 користувачів	контакт	#####	0,69	68 750,00	68 750,00	Розміщення анонсування спец.проекту, новин, баннерів, посилань у інших матеріалах порталу, 4 місяці по 17 187 грн. Орієнтуємось на такі ресурси як: liroom.com.ua, the-village.com.ua, bit.ua, socportal.info, tv.ua, tsn.ua, hmarochos.kiev.ua, musicweek.ua, sluch.media, bzh.life. Охоплення від 100 000 контактів. Зразок ціни: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xl86Ryl5aWwbX9fVJwD36s2TGg2XeB16N1JJE_M164qA/edit#gid=1306662510 Виконавця послуг буде обрано після підписання договору та відбору комерційних пропозицій. Приклад ціни надано за посиланням: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xl86Ryl5aWwbX9fVJwD36s2TGg2XeB16N1JJE_M154qA/edit#gid=1306662510
Пункт:	11	Адміністрування СММ, підрядник, адміністрування соц. мереж проекту у FB, IG, послуги таргетолога. 4 місяці	місяць	4,00	12 000,00	48 000,00	48 000,00	Адміністрування СММ, підрядник. Адміністрування соц. мереж проекту у FB, IG, послуги таргетолога. 4 місяці по 12 000 грн.=48 000 грн. Стратегія, аналіз, створення контенту, розміщення контенту, модерування. Керування таргетованою рекламою для просування новин, відео-блогів та кліпів проекту. Соціальні мережі один з основних каналів комунікації та розповсюдження новин проекту, відео-блогів та кліпів. Послуги таргетолога важливі для контролю виконання цілей та завдань проекту, проведення великої комунікаційної кампанії проекту. Зразок зарплатні: https://www.work.ua/salary-kyiv-SMM-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80/
Пункт:	12	Послуги зі створення великого якісного відео-звіту про проект. Відео тривалістю біля 10 хв. Відео зйомка декількома камерами, монтаж, зведення, колоризація, графічної обробки, додавання титрів, заставки.	шт.	1,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	Відео зйомка декількома камерами, аренда додаткової техніки, світла, об'єктивів. Послуги монтажу, зведення, колоризації, графічної обробки, додавання титрів, заставки. Зразок ціни: https://klopa.ua/uslugi/proizvodstvo-vizualnyh-efektov http://www.nikofilm.com.ua/uslugi-i-teony Попередня складова вартості послуг: Появування сценарію (2 зміни) - 10 000 грн. Послуги Розробки сценарію - 10 000 грн. Послуги оператору (2 зміни) - 10 000 грн. Послуги світлотехніка (2 зміни) - 5 000 грн. Послуги оренди обладнання (камера, об'єктив, штатив чи стабілізатор, 2 зміни) - від 10 000 грн. Послуги оренди світла (2 зміни) - 1 000 грн. Послуги комп'ютерної графіки та титрів (2 зміни) - від 3 000 грн. Монтаж - 5 000 грн. Колоризація - 3 000 грн.
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				#####	191 715,69	694 910,00	694 910,00	
Підрозділ:	10	Створення web-ресурсу						



Пункт:	а	Комплексні послуги зі створення сайту проекту. Великий лендінг пейдж з презентацією проекту, артистів, треків, відео та матеріалів проекту. Оптимізація для пошуковиків.	послуга	1,00	42 380,00	42 380,00	42 380,00	Створення сторінки про проект, інтерактивні блоки, створення дизайну, текстового оформлення, програмування, правки, дизайн та ресайз зображень. 2 мови. Зразок ціни: https://space-site.com.ua/создание-портала-разработка-сайта-портал-цена-киев-заказать
Пункт:	б	Послуги з обслуговування, адміністрування, оперативного наповнення та розміщення матеріалів у блозі сайту 3 місяці.	місяць	3,00			-	Адміністрування та обслуговування сайту під час проекту, розміщення новин, матеріалів, оновлення, оперативне редагування тощо. Зразок зарплатні: https://www.work.ua/salary-kyiv-контент-менеджер/
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				4,00	42 380,00	42 380,00	42 380,00	
Підрозділ:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації						
Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт			-	-	
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":				-	-	-	-	
Підрозділ:	12	Послуги з перекладу						
Пункт:	а	Усний переклад	година			-	-	
Пункт:	б	Редагування усного перекладу	сторінка			-	-	
Пункт:	в	Письмовий переклад	сторінка			-	-	
Пункт:	г	Редагування письмового перекладу	сторінка			-	-	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":				-	-	-	-	
Підрозділ:	13	Адміністративні витрати						
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги. Послуги члена команди Ніколаєнко Тамара Миколаївна	місяць	4,00	7 500,00	30 000,00	30 000,00	Послуги ФОП бухгалтера під час проекту. Робота з підрядниками та залученими кредитними коштами у разі потреби, узгодження графіку оплат, оплати, підготовка фінального фінансового звіту. Супроводження на етапі проміжного звіту та фінального звітування. Зразок ціни: https://www.work.ua/salary-kyiv-%D0%B1%D1%83%D1%85%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%82%D0%B5%D1%80/
Пункт:	б	Юридичні послуги.	місяць	4,00	5 000,00	20 000,00	20 000,00	Послуги з юридичного супроводження розробка та складання договорів із субпідрядниками. У разі потреби, юридичне супроводження з залученими кредитними коштами. Супроводження на етапі проміжного звіту та фінального звітування Зразок ціни https://www.work.ua/salary-kyiv-%D1%8E%D1%80%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82/
Пункт:	в	Аудиторські послуги.	послуга	1,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	Послуги аудитера під час проекту. Проведення незалежного фінансового аудиту. Орієнтовно, 20 підрядників. Договора по авторським правам, орієнтовно 10 шт. Міжнародні договори по авторським правам, орієнтовно 2 шт. Супроводження на етапі проміжного звіту та фінального звітування Зразок ціни https://www.work.ua/salary-%D0%B2%D0%BD%D1%83%D1%82%D1%80%D1%96%D1%88%D0%BD%D1%96%D0%B9%20%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80/
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати":				9,00	42 500,00	80 000,00	80 000,00	
Підрозділ:	14	Інші прямі витрати						
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки,		12,00	77 500,00	465 000,00	465 000,00	

директор



Пункт:	а	Послуги запису, аранжування, зведення та мастерингу 6 головних композицій проекту. Тривалість біля 3-7 хв.	шт.	6,00	25 000,00	150 000,00	150 000,00	<p>Послуги зі зведення, запису та мастерингу головних композицій конкурсу. Залучення додаткових сесійних музикантів, аранжування, розробка партитур для музикантів, аранжування, зведення, мастеринг, оренда студії та ін.</p> <p>Орієнтовна складова вартості послуг: Послуги звуко-режисеру для запису, написання та зведенню композиції - від 9 000 грн. Послуги оренди студії, 1 доба - 4 000 грн. Послуги 2 сесійних музикантів - 6 000 грн. Послуги мастерингу фінальної музичної композиції - від 6 000 грн. Всього: від 25 000 грн.</p> <p>Виконавця послуг буде обрано після підписання договору та відбору комерційних пропозицій. Зробили коряляцію із сумою витрат по статті. Окремо відповіли у листі щодо зауважень.</p> <p>У розрахунку вартості вказані витрати на сесійних музикантів, що долучаються до запису окремих музичних інструментів.</p>
Пункт:	б	Послуги режисерів, зйомок, створення, монтажу та колорування 6 відео-кліпів для 6 головних композицій проекту. Тривалість біля 3-7 хв.	шт.	6,00	52 500,00	315 000,00	315 000,00	<p>Послуги зйомок, створення, монтажу та колорування 6 кліпів для 6 головних композицій проекту. Тривалість біля 5 хв. Послуги режисеру (2 зміни) - 10 000 грн. Послуги оператора (2 зміни) - 10 000 грн. Послуги світлотехніка (2 зміни) - 5 000 грн. Послуги оренди обладнання (камера, об'єктив, штатив чи стабілізатор) (2 зміни) - від 10 000 грн. Послуги оренди світла (2 зміни) - від 5 000 грн. Послуги створення комп'ютерної графіки - від 1 500 грн. Монтаж відео-кліпу - 5 000 грн. Колорування - 3 000 грн. Всього: від 52 500 грн.</p> <p>Орієнтовний список техніки: 1. Камера Blackmagic або Sony Alpha 2. Набори об'єктивів різних баіонетів, чи під Blackmagic чи під Sony Alpha 3. Стабілізатор під камеру, штатив, слайдер за вимогою сценарію. 4. Додаткові технічні засоби для камери. Клітка для камери, карточки пам'яті, кабелі та ін. 5. Набір обладнання відео світла. Засоби освітлення з димером та можливістю керувати температурою світла.</p> <p>https://klona.ua/uslugi/proizvodstvo-vizualnyh-effektov http://www.nikofilm.com.ua/uslugi-i-tseny</p> <p>Виконавця послуг буде обрано після підписання договору та відбору комерційних пропозицій. До пошуку режисерів долучаться обрані музиканти. Вони разом з обраними режисерами та після поїздки у Зону Відчуження створять сценарії кліпів.</p>



Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування		-	-	-	-	
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт.					
Пункт:	б	Вказати предмет страхування	шт.					
Пункт:	в	Вказати предмет страхування	шт.					
Стаття:	14.3	Видавничі послуги		-	-	-	-	
Пункт:	а	Послуги коректора	кземплляр					
Пункт:	б	Послуги верстки	кземплляр					
Пункт:	в	Друк книг	кземплляр					
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		26,00	82 230,00	167 920,00	167 920,00	
Пункт:	а	Гонорари 6 українських музикантів, що залучені у проект.	шт.	6,00	26 000,00	160 000,00	160 000,00	Гонорари українських музикантів, що будуть залучені у проект "Попередньо для проекту команда проекту та лейбл Лавіна Мьюзик орієнтуються на участь таких музикантів: Стяжкі, Сара Сед, Атеміє Вітаю, Криміта, Луія, Жадян і Сабаян, Сарошка, Гоша Потопальски, Крут, Один в каное, Шпилясті кобзари, Vivienne Mort, Христина Соловій, Postman, Зє Джоєрс, Sophia Ivanko, Kotra, Zavoloka"
Пункт:	б	Гонорари 2 міжнародних музикантів, що залучені у проект	шт.	2,00	26 000,00	52 000,00	52 000,00	Гонорари міжнародних музикантів, що будуть залучені у проект Треки будуть розроблятися дистанційно. Спосіб розрахунку - договір з агенцією музиканта або напряму з артистом, якщо він самозайнята особа. Маємо перемовини з такими артистами як Jan Bloomquist, Bjarki, Lane 8, Nils Frahm, Arrarat, Gus Gus, Bob Moses, Fideles, Mind Against. Фінально з артистами буде домовлено, коли буде розуміння про підтримку проекту, графік фінансування та завантаженість артистів на час проекту. Треки будуть розміщені на youtube. Орієнтовна тривалість - 5 хв. У гонорар включено створення композицій.
	г	Послуги Степанська Марина - прес-менеджер та контроль, координування та моніторинг комунікаційної стратегії під час проекту. Адаптація та запуск комунікаційної кампанії. Пошук нових партнерів, узгодження медіа планів та інше. 5 міс.	місяця	4,00	15 300,00	61 200,00	61 200,00	Послуги Степанська Марина - прес-менеджер та контроль, координування та моніторинг комунікаційної стратегії під час проекту. Адаптація та запуск комунікаційної кампанії. Пошук нових партнерів, узгодження медіа планів та інше. Зразок зарплатні: https://www.work.ua/salary-kyiv-PR-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80/
Пункт:	в	Організація поїздок 6 українських музикантів у Зону Відчуження	шт.	6,00	14 500,00	87 000,00	87 000,00	Організація поїздок 6 українських музикантів у Зону Відчуження. 7 осіб: Музикант + 1, представник команди проекту, персональний тур менеджер, 2 оператори для зйомки відео-блогу, водій. Оплата за програму перебування у Зоні Відчуження за групу - 500 грн. Оплата в'їзду за кожного з групи, хто їде у Зону Відчуження - 980 грн. (140 грн. з особи) Оплата радіаційних накопичувачів для кожного з групи, хто їде у Зону Відчуження - 980 грн. (140 грн з особи) Оплата послуг персонального тур-менеджеру - 4640 грн (170 долларів) Оренда мікроавтобуса (Фольксваген Транспортер, Мерседес Віто), 0-7 місяць, 1 доба - 7400 грн Треба врахувати, що водій займає одне місце та супроводжуючий від Зони Відчуження також займає одне місце
Пункт:	г	Банківська комісія за переказ	місяця	4,00	330,00	1 320,00	1 320,00	
Пункт:	д	Розрахунково-касове обслуговування	місяця	4,00	100,00	400,00	400,00	
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				38,00	159 730,00	822 920,00	822 920,00	
Всього по розділу II "Витрати":						1 753 426,00	1 753 426,00	

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

директор

(Посада)

