

ДОГОВІР № ЗІСР31-0485-2
про надання гранту

м. Київ

«24» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Громадська організація «Точка дотику» (далі – Грантоотримувач) в особі Голови організації Гернеги Анастасії Сергіївни, 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 «ВІЙНА БЕЗ ФОТОШОПУ» (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 30 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.

26 ЧЕР. 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 478 317 грн. 00 коп. (чотириста сімдесят вісім тисяч триста сімнадцять гривень 00 коп.) 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;

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

в) самостійно зрегульовувати 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 схороною майнових прав на ці об'єкти, а також охороною особистих немайнових прав відповідно до вимог Закону України "Про авторське право і суміжні права";

г) 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 інформації, стримані 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 Проєкту, 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 Проєкту;

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 проєктів, які мають на меті отримання прибутку;

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

витрати на підготовку проєктної 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.

IX. 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.

X. 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 торговельно-промислові палати в Україні».

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

2. Усі спори або розбіжності, що випливають 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.

XII. 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 погередньо 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:

Гернега Анастасія Сергіївна, голова організації/керівник проекту,

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 Проекту, 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;
- додаток 2 – кошторис Проєкту;
- додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;
- додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проєкту;
- додаток 5 – графік платежів.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Громадська організація «Точка дотику»

Юридична адреса:

02093, м. Київ, вул. М. Хвильового, 1,
кв. 192

Адреса для листування:

02093, м. Київ, вул. М. Хвильового, 1,
кв. 192

ЄДРПОУ/ІПН: 40364809

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ "УКРСИББАНК"

Р/р: UA573510050000026007879000880

МФО: 351005

Тел.: +38 099 3498111

Виконавчий директор


М.П. 

Голова організації


М.П. 

А.С. Гернега

Додаток 1

до Договору про надання гранту № ЗІСР31-0485-2

від «24» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 3. Театр / Танець / Цирк

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: ЗІСР31-0485-2

Назва проекту: ВІЙНА БЕЗ ФОТОШОПУ

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Інноваційний культурний продукт

Лот

ЛОТ 3. Театр / Танець / Цирк

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

перформативне та сценічне мистецтво

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

театр

перформанс, гелпенінг

Назва проекту

ВІЙНА БЕЗ ФОТОШОГУ

Назва проекту англійською мовою

WAR WITHOUT PHOTOSHOP



Точка ДОТІ КУ
Електронічний фонд
12.06.2020

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

Створення інноваційної документальної відеовистави на основі особистих історій людей, причетних до війни на Донбасі (реж. - Павло Юров, худ. - Анатолій Татаренко) задля гуманізації цієї теми та виведення її за рамки стереотипних мілітаристських та національних наративів. В рамках проекту планується організувати онлайн прем'єру вистави на вже існуючих популярних суспільних платформах та розміщення її на відеохостингах. Планується, що після завершення карантину продукт також буде демонструватись у форматі театральної вистави на постійній основі в Культурному центрі Арт-Братислава.

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

Creation of innovative documentary video performance based on personal stories of people affected by the war in Donbas (director: Pavlo Yurov; scenography: Anatoliy Tatarenko). The performance will humanize the topic of war in Ukrainian discourse, and bring it beyond the stereotyped militarist and national narratives. The video performance will be demonstrated at existing popular public platforms and hosted at the popular video resources on the web. After quarantine the performance will be demonstrated on the regular basis in the Art-Bratislava Cultural Centre.

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

478317

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

478317

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

0

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

Населений пункт

Київ

Початок проекту

2020-08-01



Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях

3

Партнери проекту

немає

Ваш основний продукт

ІНШЕ

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Гернега Анастасія Сергіївна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Менеджер проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Громадська організація "Точка дотику"

Повна назва організації-заявника англійською мовою

Non-governmental organization "Touchpoint"

Організаційно-правова форма

Організація (установа, заклад, підприємство) об'єднання громадян

Код ЄДРПОУ

40364809

Гернега Анастасія Сергіївна
1201-69-0901



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

<https://drive.google.com/file/d/1Ze307lkNO4S9pZuEv-dBoJlg0FtUejh3/view?usp=sharing>

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ЛОТУ

Код КВЕД 94.99 Діяльність інших громадських організацій, н. в. і. у.

Дата реєстрації організації

2016-03-23

Юридична адреса організації

02093, м.Київ, Дарницький район, вулиця Миколи Хвильовського, будинок 1, квартира 192

Поштова адреса організації

02093, м.Київ, Дарницький район, вулиця Миколи Хвильовського, будинок 1, квартира 192

Фактична адреса організації

02093, м.Київ, Дарницький район, вулиця Миколи Хвильовського, будинок 1, квартира 192

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

<https://www.facebook.com/Точка-Дотику-341626563094992/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Гернега Анастасія Сергіївна

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 немає

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

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

Приміщення. Особисте обладнання для управління проектом та комунікації (комп'ютерна техніка, софт, принтер, телефон). Необхідні людські ресурси.

Дохід за звітний період

637600

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Так, у 2018 у ролі заявника

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Ні

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

немає

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
Ні

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

Проект

"Інноваційні мистецькі заходи для протидії корупції" за підтримки Антикорупційної ініціативи ЄС в Україні (EUACI), яка фінансується Європейським Союзом та спів-фінансується і впроваджується Данською агенцією з міжнародного розвитку (DANIDA), 2019 рік, 28000 євро.
Відеоматеріал про проект: <https://www.facebook.com/EUACI.Ukraine/videos/545548082657344/>

Проект

«Через мистецтво до порозуміння: Київська мала опера як культурно-освітній простір для діалогу та єднання», за фінансової підтримки Проекту «Замінімо мури відчиненими вікнами», який впроваджується Інститутом міжнародного співробітництва Німецької асоціації народних університетів (DVV International) та Громадською організацією Інформаційно-дослідний центр «Інтеграція і розвиток» за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини. 2017-2018 рік, 510000

Детальний опис проекту

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

Після того як Україна у 2014 році зробила вибір на користь демократичного та європейського майбутнього, країна зазнала безпрецедентного гібридного конфлікту. в результаті якого за даними ООН загинуло понад 13 тисяч осіб, з них чверть – цивільні особи, понад 30 тисяч були поранені, 1,4 млн. осіб були вимушені покинути своє житло.

Сьогодні війна на Донбасі – ледь не найважливіша тема для критичного осмислення в українському суспільстві. Вона заростає міфами, ідеологічними та політичними маніпуляціями та часом набуває відверто популістського забарвлення. Військова пропаганда бере собі на озброєння стереотипізацію задля формування у громадян стійких сгрозених уявлень про світ та своє місце у ньому.

Схильність до «демонізації» чи надмірної «героїзації» військових,



сприйняття мешканців прифронтових селищ як сепаратистів, добровольців - як націоналістів чи «бандерівців», тенденція ділити суспільство на «своїх» і «чужих» – все це є частиною сучасної української реальності. За таких умов повністю ігнорується гуманістичний, людський аспект конфлікту.

Дегуманізація дискурсу є однією з цілей кремлівської пропаганди. Але спроби українського уряду і медіа протидіяти їй також часом поглиблюють цю проблему. Побудовуючи контрпропаганду, українські медіа часто повторюють штампи готівника, прикладом чого можуть слугувати такі програми, як «Громадянська оборона», «Антизомбі», «Вечір з Яніною Соколовою» та інші. З одного боку, даний продукт розрахований на протидію міфам Кремля, з іншого боку - дуже часто вдається до створення «антиміфів», які за своєю природою мало відрізняються від російського продукту. Якщо зважати на те, що людина завжди схильна робити вибір на користь матеріалу, конгруентного її очікуванням, такий продукт може бути цікавим лише тим глядачам, які вже є носієм відповідних наративів, а стереотипність підходів значно звужує його аудиторію.

Таким чином, існує потреба в новому, гуманістичному дискурсі навколо теми війни на Сході. «Право на правду» є найчутливішим та найскладнішим з усіх питань, бо йдеться про подолання всіх тих стереотипів, про які йшлося вище. Сьогодні найважливішим завданням є формування мислячої особистості, яка здатна критично оцінити минуле і сучасне, розуміти та поважати погляди інших людей, виявляти готовність до конструктивного діалогу та здатність здійснити усвідомлений вибір на основі стійких ціннісних орієнтацій.

Саме мистецтво та культура має потенційні можливості стати чинником примирення різних моделей історичної пам'яті й зокрема, засобом конструктивного суспільного діалогу про війну на Сході. Зокрема, Закон України «Про культуру» чітко відносить культурні цінності та рівень освіти громадян до сфери культури. Це дозволяє розглядати нагальні проблеми українського суспільства під кутом культури і говорити про те, що саме культура стає чинником національної безпеки сьогодні і подальшого існування держави в майбутньому.

Мистецький продукт, який планується створити в рамках цього проекту, буде ґрунтуватися на особистих історіях людей, на життя яких зчинила вплив війна на Донбасі. Такий формат якнайкраще сприяє розвінчанню міфів навколо цієї теми - адже представлені художні образи будуть не звично «чорно-білими», а живими, об'ємними та іноді просто неоднозначними. Це спонукатиме глядача до глибшого та критичнішого осмислення теми «людини на війні»

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)

Відповідно до статуту місія Громадської організації «Точка дотику» полягає у сприянні вирішенню суспільних проблем та становленню в українському суспільстві злагоди через популяризацію демократичних цінностей, цінностей української та світової культур й принципу поваги до інших культур шляхом застосування освітньо-наукових, виховних та мистецьких засобів.

Основним завданням організації є сприяння досягненню взаєморозуміння та згоди, створенню доброзичливих відносин між окремими людьми та різними соціальними групами шляхом подолання існуючих упереджень стосовно одне одного (етнічної приналежності, регіональної ідентичності, способу життя, поведінки, звичаїв, почуттів, ідей, вірувань тощо).

Таким чином, проект, награвлений на гуманізацію теми війни на Донбасі та виведення її за рамки стереотипних мілітаристських та національних наративів якнайкраще відповідає стратегічним напрямкам діяльності організації.

Громадська організація «Точка дотику» співпрацює з Павлом Юровим протягом тривалого часу. починаючи з 2016 року, за цей час було реалізовано кілька мистецьких проектів на соціальні теми та створено перформанс про корупцію «Тимчасві незручності».

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

В рамках ЛОТ-у «Театр/Танець/Цирк програми УКФ «Створюємо інноваційний культурний продукт» передбачено підтримку вистав, що впроваджують мало представлені в українському контексті форми та жанри перформативного мистецтва, а також підтримку вистав, створених на стику різних жанрів та форм.

Мистецький продукт, який пропонується даним проектом, буде створений в жанрі документального театру, який на сьогодні досі не є поширеним в Україні та знаходиться на межі мистецтва та соціальних проектів.

Завдяки таким виставам можна порушити актуальні теми, доторкнутися до найбільш точок сусільства адже документальний театр в чомусь подібний до медіа: він аналізує, розбирає та віддзеркалює годі сьогодення.

Чому ваш проект є унікальним?

Унікальність продукту зумовлена його форматом, який є незвичним для українського культурного поля – мова про документальний театр.



Крім того, унікальність проекту в підході до висвітлення теми створеної вистави – війни на Донбасі, яка сьогодні є ледь не найважчою темою для критичного осмислення в українському суспільстві. Вона заростає міфами, ідеологічними та політичними маніпуляціями та часом набуває відверто популістського забарвлення. Військова пропаганда бере собі на озброєння стереотипізацію задля формування у громадян стійких спрощених уявлень про світ та своє місце у ньому.

Мистецький продукт, який планується створити в рамках цього проекту, буде ґрунтуватися на особистих історіях людей, на життя яких зчинила вплив війна на Донбасі. Такий формат якнайкраще сприяє розвінчанню міфів навколо цієї теми - адже представлені художні образи будуть не звично "чорно-білими", а живими, об'ємними та іноді просто неоднозначними. Це спонукатиме глядача до глибшого та критичнішого осмислення теми "людини на війні".

Крім того, по-своєму особливим цей проект робить те, що режисер, який створюватиме виставу - Павло Юров - має власний досвід перебування в полоні. Цей досвід не буде безпосередньо представлено у виставі, але він додаватиме глибини та щирості режисерському баченню вистави.

Чому ваш проект є інноваційним?

Документальний театр не є поширеним в Україні. Відповідальний за розробку та створення вистави - режисер Павло Юров та художник Анатолій Татаренко, кожен з яких вже має значний досвід створення вистав на актуальні соціальні теми, зокрема, на тему війни на Донбасі. Більше того, вони мають попередній досвід спільної роботи над проєктом з такою темою: спільно вони працювали над створенням вистави EMDR (eyes, movement, donbas, renegade) (театр KANA, Польща) заснованої на особистому досвіді Павла Юрова, пов'язаного з конфліктом на Сході:

<https://drive.google.com/open?id=1mAYrxWCBZZISS42g23gxumlo.DNW1kcP>

<http://www.kana.art.pl/repertuar/wpis/emdr-spoiwa-kultury,461>

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

З часів Революції гідності українське мистецтво все частіше вдається до розгляду складних соціальних тем.

Не зважаючи на те, що в класичних українських театрах досі переважають постановки за українською та світовою класикою, з'являються окремі вистави та мистецькі проєкти у фокусі яких знаходяться актуальні проблеми сучасності, близькі та зрозумілі кожному.



Зокрема, останнім часом, про війну на Донбасі було створено такі вистави як «ДПЮ» «Дівочки-дівочки» в «PostPlayТеатрі», «Погані дорсги» Тамари Трунової, вистави «Театру переселенця» тощо.

Даний проект стане гідним доповненням до мистецького продукту нового формату, покликаною сприяти відповідальному осмисленню історії та подій сьогодення, розгляду актуальних суспільних проблем. Він доповнить вже існуючі культурні та освітні практики задля спільного пошуку шляхів ефективного розвитку суспільства та трансформацій в бік європейських цінностей.

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

Проект чинитиме позитивний вплив:

- як на розвиток українського мистецтва через відпрацювання та популяризацію мистецького продукту нового формату – документального театру;
- свій «соціальний вплив» - започаткування суспільного діалогу на війни на Донбасі.

Для того, щоб проект справді мав значний суспільний вплив та розголос, ми акумулювали окремі ресурси на PR проекту. До команди проекту включено PR- менеджера та ССМ- менеджера, які відповідатимуть за те, щоб проект справді був резонансним та помітним в українському культурному полі. Ми також залучимо представників профільних громадських організацій, які допоможуть поширювати інформацію про продукт проекту та можливості, які він дає.

Ці заходи є вкрай важливими для того, щоб проект залишив свій слід та мав розвиток у перспективі.

Цілі проекту

Ціль

Дослідити персональні історії людей, яких торкнулась війна на Сході України: у фокусі проекту будуть не лише військові, але й звичайні жителі окупованих територій, жителі звільнених територій, жителі інших регіонів України з акцентом на максимально «живих», неоднозначних образах. ПІД ДОСЛІДЖЕННЯМ ІСТОРІЙ МИ РОЗУМІЄМО ПРОВЕДЕННЯ СЕРІЇ ІНТЕРВ'Ю З ЛЮДЬМИ, ЯКИХ ТОРКНУЛАСЬ ВІЙНА: ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ЦІЄЇ РОБОТИ ЗАПРОШЕНО ОКРЕМОГО ДОСЛІДНИКА – ОЛЕНУ ШКРЕБТІЄНКО – ЯКА

Григорівська Олена
12.01.2015



ОРГАНІЗАЦІЙНО ЗАБЕЗПЕЧИТЬ ТА ПРОВЕДЕ ЇХ. ФІКСАЦІЯ БУДЕ ВІДБУВАТИСЬ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ АУДІОЗАПИСІВ. ТІ З НИХ, ЯКІ БУДЕ СБРАНО ДЛЯ СЦЕНАРІЮ ВИСТАВИ, БУДУТЬ СТЕНОГРАФОВАНІ. МИ НЕ МОЖЕМО НАДАТИ ТОЧНИЙ ГЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ, ЯКІ СТАВИТИМУТЬСЯ РЕСПОНДЕНТАМ – АДЖЕ ПОТРІБНО МАТИ НА УВАЗІ, ЩО МОВА ЙДЕ НЕ ПРО СОЦІОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ, А ПРО ДОСЛІДЖЕННЯ МАТЕРІАЛУ ДЛЯ ВИСТАВИ. МЕТОД, ЯКИЙ МИ ПЛАНУЄМО ВИКОРИСТОВУВАТИ НАЙБІЛЬШ ПОДІБНИЙ ДО МЕТОДУ ГЛИБИННИХ ІНТЕРВ'Ю, ЯКИЙ ПЕРЕДБАЧАЄ ТРИВАЛІСТЬ, ДЕТАЛЬНІСТЬ, НЕСТАНДАРТИЗОВАНІСТЬ, ВРАХУВАННЯ НЕВЕРБАЛЬНИХ СИГНАЛІВ ТАКИХ ЯК ІНТОНАЦІЇ, ЖЕСТИ, ПОЗИ, ПІДВИЩЕНА УВАГА ДО ОСОБИСТОСТІ РЕСПОНДЕНТА. ТОЖ ПЕРЕДБАЧАЄТЬСЯ, ЩО ІНТЕРВ'ЮЄР БУДЕ ГНУЧКИМ У СВОЇХ РОЗМОВАХ З РЕСПОНДЕНТАМИ ТА МОЖЕ ВІДХОДИТИ ВІД СТАНДАРТ-НИХ ЗАПИТАНЬ ЗАРАДИ ТОГО, ЩОБ ДОСЯГТИ ЯКОМОГО БІЛЬШ ВИЧЕРПНИХ ВІДПОВІДЕЙ, ОРІЄНТУЮЧИСЬ ПРИ ЦЬОМУ НА ІНДИВІДУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІСТОРІЇ КОЖНОГО ОПИТАНОГО. ДЕТАЛЬНІШЕ ЗРІЗУМІТИ ПРО ЩО ЙДЕ МОВА МОЖНА, ПЕРЕГЛЯНУВШИ ПРИКЛАДИ ЗІБРАНИХ МАТЕРІАЛІВ, НАВЕДЕНІ В ФАЙЛІ З ОПИСОМ КОНЦЕПЦІЇ ВИСТАВИ. ВОНИ НАПРАЦЬОВАНІ В РЕЗУЛЬТАТІ ПОПЕРЕДНЬОЇ ПІДГОТОВЧОЇ РОБОТИ ОЛЕНИ ТА ТАКОЖ МОЖУТЬ УВІЙТИ ДО ОСТАТОЧНОГО СЦЕНАРІЮ ВИСТАВИ. САМІ ПО СЕБІ ЦІ МАТЕРІАЛИ ДОСЛІДЖЕННЯ – ВНУТРІШНІЙ РОБОЧИЙ ПРОДУКТ, ЯКИЙ МИ НА ПЛАНУЄМО ПУБЛІКУВАТИ ОКРЕМО. ПРИ ПРОВЕДЕННІ ЦЬОГО ДОСЛІДЖЕННЯ МИ ЗВАЖАТИМЕМО НА СИТУАЦІЮ, ЯКА СКЛАЛАСЯ У ЗВ'ЯЗКУ З ПАНДЕМІЄЮ COVID-19. ПЕРЕЗАЖНА БІЛЬШІСТЬ ІНТЕРВ'Ю БУДЕ ПРОВЕДЕНА ОНЛАЙН. У РАЗІ НЕОБХІДНОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ЗУСТРІЧІ В ОФЛАЙНІ МИ ЗАБЕЗПЕЧИМО ДОТРИМАННЯ ВСІХ РЕКОМЕНДАЦІЙ ВСЕСВІТНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ТА УПРАВЛІННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ ЩОДО ПРОФІЛАКТИКИ ПОЯВИ КОРОНАВІРУСУ ТА НАВІТЬ БІЛЬШЕ: ЗОКРЕМА, БУДЕ ОБМЕЖЕНА КІЛЬКІСТЬ ЛЮДЕЙ, ЯКІ МОЖУТЬ ПЕРЕБУВАТИ В ОДНОМУ ПРИМІЩЕННІ, БУДЕ ДОТРИМУВАТИСЬ СОЦІАЛЬНА ДИСТАНЦІЯ У 1.5-2 МЕТРИ, УЧАСНИКИ ДОСЛІДЖЕННЯ БУДУТЬ ВИКОРИСТОВУВАТИ ЗАХИСНІ МАСКИ ТА РУКАВИЦІ, УТРИМУВАТИСЬ ВІД КОРИСТУВАННЯ ГРОМАДСЬКИМ ТРАНСПОРТОМ ТОЩО. МИ ВІДСЛІДКОВУВАТИМЕМО АКТУАЛЬНІ РІШЕННЯ УРЯДУ ЩОДО ОБМЕЖЕНЬ У ЗВ'ЯЗКУ З КАРАНТИНОМ ТА ДОТРИМУВАТИМЕМОСЬ ЇХ. КРІМ ТОГО, МИ ЗВАЖАТИМЕМО НА ГОРАДИ БРИТАНСЬКОЇ НЕУРЯДОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ SUNDANCE INSTITUTE, РОЗРОБЛЕНІ СПЕЦІАЛЬНО ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ЯКІ СТВОРЮЮТЬ ВІДЕОПРОДУКТ НА ОСНОВІ ДОКУМЕНТАЛЬНИХ ІСТОРІЙ: [HTTPS://WWW.SUNDANCE.ORG/BLOGS/SAFETY-GUIDELINES-FOR-DOCUMENTARY-FILMMAKERS-DURING-COVID-19?FBCLD=IWAR2R3HSXNLC171BMGGZKN6MXJLQF6YBAP_BJLDPLF7YI6DSTZX_LRFWKCY](https://www.sundance.org/blogs/safety-guidelines-for-documentary-filmmakers-during-covid-19?fbclid=IwAR2R3HSXNLC171BMGGZKN6MXJLQF6YBAP_BJLDPLF7YI6DSTZX_LRFWKCY)

Завдання 1

Герман Д. С.
Голова орг.



Зібрати матеріали, що відповідають тематиці проекту; історії вибиратимуться на основі таких критеріїв, як: - правдивість, документальність. Це має бути справжня особиста історія: - множинність почуттів (наявність певної неоднозначності, «подвійне дно», коли очевидний сенс приховує інше, глибше); - потенційний емоційний вплив на глядача. Усвідомлюючи всю складність роботи з представниками вразливих груп, ми керуватимемось такими основними принципами при розробці сценарію відеовистави: · Утримуватимемось від оціночних суджень; · Уникатимемо стереотипів – розказуватимемо лише про людину, її історію, висновки робитиме сам глядач; · Спиратимемось на права людини. · Дотримуватимемось принципу конфіденційності інформації та захисту персональних даних «героїв» · Дотримуватимемось міжнародного та національного законодавства. Окрім того, ми плануємо віддати сценарій на інформаційну експертизу юристам та експертам. НА ДАНИЙ МОМЕНТ НАША ОРГАНІЗАЦІЯ СПІВПРАЦЮЄ З ЮРИДИЧНОЮ КОМПАНІЄЮ «ВАЙЗ ГРУП» ЩОДО ЮРИДИЧНИХ ПИТАНЬ; ЩОДО ЕТИЧНОЇ ТА ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОЦЬЛЬНОСТІ ПЛАНУЄМО КОНСУЛЬТУВАТИСЬ З ВІЙСЬКОВИМ ПСИХОЛОГОМ ТА ПСИХОТЕРАПЕВТОМ, ВЕТЕРАНОМ АТО АНДРІЄМ КОЗИНЧУКОМ (МАЄМО ПОПЕРЕДНІЙ ДОСВІД СПІВПРАЦІ), ТАКОЖ ПЛАНУЄМО СПІВПРАЦЮВАТИ З ОРГАНІЗАЦІЯМИ, ЯКІ ПРАЦЮЮТЬ З ТЕМОЮ ВІЙНИ, ЗОКРЕМА, ДСНБАС-СОС, ВОСТОК-СОС, ЦЕНТР ЗАЙНЯТОСТІ ВІЛЬНИХ ЛЮДЕЙ, ОРГАНІЗАЦІЯМИ ВЕТЕРАНІВ АТО. На даний момент деякі історії, які будуть включені до майбутнього сценарію, вже визначені: <https://docs.google.com/document/d/1QFpCiaOrxly-qw6qAAKxg7vung2Q22RymiBXe4ynWgw/edit>

Завдання 2

Розробити сценарій майбутньої відеовистави. СЦЕНАРІЙ ВИСТАВИ СТВОРЯТЬ ПАВЛО ЮРОВ (ГОЛОВНИЙ СЦЕНАРИСТ ТА РЕЖИСЕР) ТА АНАТОЛІЙ ТАТАРЕНКО (ХУДОЖНИК ТА СЕТ-ДИЗАЙНЕР). ТАКОЖ ДОДАЄМО ДО ЗАЯВКИ ПОПЕРЕДНЮ ХАРАКТЕРИСТИКУ ВИСТАВИ (ПОПЕРЕДНІЙ СЦЕНАРНИЙ ПЛАН ВИСТАВИ)

Індикатори досягнення цілі

1 сценарій створено; Щонайменше 2 митці взяли участь в його створенні

Ціль

Засобами театрального та аудіовізуального мистецтва сприяти розвіянню міфів, пов'язаних з війною на Сході та стимулювати посилення олюднення, гуманізації дискурсу через представлення персональних історій людей, яких торкнулась війна



Завдання 1

Створити відеовиставу «Мстивація» (робоча назва) та влаштувати онлайн показ на популярній суспільній платформі. РОЗГЛЯДАЄМО МОЖЛИВІСТЬ СПІВПРАЦІ З ОДНІЄЮ З ТАКИХ ПЛАТФОРМ ЯК: СУСПІЛЬНЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ (МИ ВЖЕ МАЄМО ПОПЕРЕДНІЙ ДОСВІД СПІВПРАЦІ - КАНАЛ КУЛЬТУРА КІЛЬКА РАЗІВ ДЕМОНСТРУВАВ НАШУ ВИСТАВУ ПРО КОРУПЦІЮ "ТИМЧАСОВІ НЕЗРУЧНОСТІ"), ГРОМАДСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ НАКИГЕЛО (ХАРКІВ), КРІМ ТОГО, ВІДЕОВИСТАВА БУДЕ РОЗМІЩЕНА НА САЙТІ OPEN THEATRE). РЕПЕТИЦІЙНИЙ ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ ВИСТАВИ ВІДБУВАТИМЕТЬСЯ У АРТ-ЦЕНТР БРАТИСЛАВА, УЛИЦЯ ОЛЕКСАНДРА АРХИПЕНКА, 5. КІЇВ. ТРИВАЛІСТЬ РЕПЕТИЦІЙ – 100 ГОДИН. РЕПЕТИЦІЇ ТРИВАТИМУТЬ ПРОСТЯГОМ 20 СЕРПНЯ – 25 ВЕРЕСНЯ У РОБОЧІ ДНІ (ТРИВАЛІСТЬ РЕПЕТИЦІЙ 3,5 – 4 ГОДИНИ НА ДЕНЬ). НАЙЧАСТІШЕ У НИХ БУДЕ ЗАДІЯНО 6 ОСІБ: 4 АКТОРІВ, РЕЖИСЕР ТА ХУДОЖНИК (СЕТ-ДИЗАЙНЕР). НА ОСТАННІХ РЕПЕТИЦІЯХ БУДЕ ПРИСУТНІМ ТАКОЖ КОМПОЗИТОР. ПІД ЧАС ЗЙОМОК ВИСТАВИ, ЯКІ ВІДБУДУТЬСЯ 28-30 ВЕРЕСНЯ ПРИСУТНІМИ БУДУТЬ МАКСИМАЛЬНО 10 ОСІБ: АКТОРИ, РЕЖИСЕР, СЕТ-ДИЗАЙНЕР (ВІН ЖЕ ХУДОЖНИК-ПОСТА-ОВНИК), 3 ОПЕРАТОРИ, КІНОРЕЖИСЕР. У ВІДЕОВИСТАВІ ВИКОРИСТОВУВАТИМЕТЬСЯ ВИКЛЮЧНО УКРАЇНСЬКА МОВА. В ПРОЦЕСІ РЕПЕТИЦІЙ ТА ЗЙОМКИ ВИСТАВИ ЗВАЖАТИМЕМО НА СИТУАЦІЮ, ЯКА СКЛАЛАСЯ У ЗВ'ЯЗКУ З ПАНДЕМІЄЮ COVID-19. МИ ЗАБЕЗПЕЧИМО ДОТРИМАННЯ ВСІХ РЕКОМЕНДАЦІЙ ВСЕСВІТНЬСЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ТА УПРАВЛІННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ ЩОДО ПРОФІЛАКТИКИ ПОЯВИ КОРОНАВІРУСУ ТА НАВІТЬ БІЛЬШЕ: ЗОКРЕМА, БУДЕ ОБМЕЖЕНА КІЛЬКІСТЬ ЛЮДЕЙ, ЯКІ ЗМОЖУТЬ ПЕРЕБУЗАТИ В ОДНОМУ ПРИМІЩЕННІ, БУДЕ ДОТРИМУВАТИСЬ СОЦІАЛЬНА ДИСТАНЦІЯ У 1,5-2 МЕТРИ, УЧАСНИКИ РЕПЕТИЦІЙ БУДУТЬ ВИКОРИСТОВУВАТИ ЗАХИСНІ МАСКИ ТА РУКАВИЦІ, УТРИМУВАТИСЬ ВІД КОРИСТУВАННЯ ГРОМАДСЬКИМ ТРАНСПОРТОМ ТОЩО. НА ДАНИЙ МОМЕНТ ТЕАТРАЛАМ ДОЗВІСЛЕНО ЗБИРАТИСЯ НА РЕПЕТИЦІЇ ЗА УМОВИ, ЩО ЦЕ БУДЕ НЕ БІЛЬШЕ 50 ЛЮДЕЙ ВОДНОЧАС. ТОМУ НАШІ УМОВИ АБСОЛЮТНО ВІДПОВІДАЮТЬ ЦИМ ВИМОГАМ. НА МАЙБУТНЄ МИ ВІДСЛІДКОВУВАТИМЕМО АКТУАЛЬНІ РІШЕННЯ УРЯДУ ЩОДО ОБМЕЖЕНЬ У ЗВ'ЯЗКУ З КАРАНТИНОМ ТА ДОТРИМУВАТИМЕМОСЬ ЇХ. КРІМ ТОГО, МИ ЗВАЖАТИМЕМО НА ТРАДИ БРИТАНСЬКОЇ НЕУРЯДОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ SUNDANCE INSTITUTE, РОЗРОБЛЕНІ СПЕЦІАЛЬНО ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ЯКІ СТВОРЮЮТЬ ВІДЕОПРОДУКТ НА ОСНОВІ ДОКУМЕНТАЛЬНИХ ІСТОРІЙ: [HTTPS://WWW.SUNDANCE.ORG/BLOGS/SAFETY-GUIDELINES-FOR-DOCUMENTARY-FILMMAKERS-DURING-COVID-19?FBCLID=IWAR2R3HSXNLC17IBMGZKN6MXJLQF6YBAP_BJLDPLF7YI6DSTZX_LRFVWKC](https://www.sundance.org/blogs/safety-guidelines-for-documentary-filmmakers-during-covid-19?fbclid=IwAR2R3HSXNLC17IBMGZKN6MXJLQF6YBAP_BJLDPLF7YI6DSTZX_LRFVWKC)

Завдання 2

Забезпечити залучення якомога широкій аудиторії до перегляду



відеовистави. ПІСЛЯ ПРЕМ'ЄРИ ВИСТАВИ ВОНА БУДЕ ДОСТУПНА НА ВІДЕОХОСТИНГАХ (ЗОКРЕМА НА YOUTUBE) ТА НА САЙТІ OPEN THEATRE, ЩО ЗНАЧНО РОЗШИРИТЬ ГЛЯДАЦЬКУ АУДИТОРІЮ. ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО ВОНА СКЛАДЕ НЕ МЕНШЕ З 000 ОСІБ. ВІДЕОВЕРСІЯ ВИСТАВИ БУДЕ ПОШИРЕНА СЕРЕД ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ, ЯКІ ПРАЦЮЮТЬ З ТЕМОЮ ВІЙНИ НА СХОДІ (НА ЗРАЗОК ДОНБАС-СОС, ВОСТОК-СОС, ЦЕНТР ЗАЙНЯТОСТІ ВІДЬНИХ ЛЮДЕЙ, ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ВЕРЕРАНІВ ТОЩО) ЦЬО ДОЗВОЛИТЬ ЇМ ВИКОРИСТОВУВАТИ ЇЇ ЧИ ОКРЕМІ ЧАСТИНИ В СВОЇЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПЛАНУЄТЬСЯ, ЩО В МАЙБУТНЬОМУ (ПІСЛЯ ЗАВЕРШЕННЯ КАРАНТИНУ) ВИСТАВА ПРСДОВЖИТЬ СВОЄ ЖИТТЯ ТАКОЖ У ФОРМАТІ ТЕАТРАЛЬНОЇ ВИСТАВИ. ТОМУ ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ ТАКОГО ФОРМАТУ ТАКОЖ СКЛАДЕ КІЛЬКА ТИСЯЧ ОСІБ

Індикатори досягнення цілі

НЕ МЕНШЕ 500 ГЛЯДАЧІВ ПЕРЕГЛЯНУТЬ ПРЕМ'ЄРУ ВІДЕОВИСТАВИ; 1 ВІДЕОВИСТАВА СТВОРЕНА ТА ОПУБЛІКОВАНА; В РАМКАХ ПРОЕКТУ БУДЕ ОПУБЛІКОВАНО НЕ МЕНШЕ 5 ПУБЛІКАЦІЙ В ЗМІ ТА 30 ПОСТІВ У СОЦ.МЕРЕЖАХ 2. 100 000 ОСІБ ОХОПЛЕНО КОМУНІКАЦІЙНОЮ КАМПАНІЄЮ. ДЛЯ ВИМІРЮВАННЯ ДОСЯГНЕННЯ НЕОБХІДНОЇ АУДИТОРІЇ БУДУТЬ ВИКОРИСТАНІ НАЯВНІ ІНСТРУМЕНТИ ОЦІНКИ ТРАФІКУ ПЛАТФОРМИ, НА ЯКІЙ ВІДЕОВИСТАВА ДЕМОНСТРУВАТИМЕТЬСЯ

Основна мета проекту

сприяння гуманізації Війни на Донбасі та виведення її за рамки мілітаристських та національних наративів шляхом створення актуального інноваційного культурного продукту - документальної відеовистави на основі особистих історій людей, яких торкнулась війна та організації показів для широкій аудиторії.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

В основній цільовій аудиторії культурного продукту можна можна виділити кілька груп:

Основна цільова аудиторія культурного продукту – молоді люди та люди середнього віку 20-45 років, користувачі соціальних мереж, які прагнуть споживати сучасний, професійний культурний продукт. Професійна належність не є визначальною.

В рамках проекту прем'єру відеовистави переглянуть не менше 500 осіб. Після завершення проекту вона буде доступна на відеохостингах (зокрема

*Герцеза
Гонцова*



на youtube), що значно розширить глядацьку аудиторію. Очікується, що вона складе не менше 3 000 осіб.

Планується, що з майбутньому (після завершення карантину) вистава продовжить своє життя також у форматі театральної вистави. Тому цільова аудиторія такого формату також складе кілька тисяч осіб.

Основною цільовою групою проекту є:

- [?] Описана вище цільова аудиторія культурного продукту – вони отримають доступ до створеної документальної відеовистави

та

- [?] Українські культурні діячі - обмін досвідом проекту

Опосередкована цільова аудиторія:

Культурні інституції, НУО, які працюють в сфері культури – партнерство, можливість використання культурного продукту, створеного в рамках проекту, під час своїх тематичних заходів.

Широкі верстви населення - отримають доступ до професійного культурного продукту, спрямованого на започаткування суспільного діалогу щодо війни на Сході

Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму) аудиторію проекту

Культурні інституції, НУО, які працюють в сфері культури – партнерство, можливість використання культурного продукту, створеного в рамках проекту, під час своїх тематичних заходів.

Широкі верстви населення - отримають доступ до професійного культурного продукту, спрямованого на започаткування суспільного діалогу щодо проблем такого явища як війна на Сході.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Визначаючи потреби цільової аудиторії ми орієнтувались на дані національних ЗМІ. Проводили аналіз наявних друкованих матеріалів.

Крім того, провели індивідуальні вибіркові опитування представників цільової групи проекту.

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

Аудиторії, зацікавлені в якісному продукті присвяченого питанням війни на Сході, отримають незаангажований, вільний від стереотипів і кліше

Гермеса А. Р. / 2019. 09. 11



мистецький продукт, який відкриває можливості комплексного розуміння процесів, як мають місце у регіоні.

Аудиторії, що шукають інноваційний мистецький продукт, отримають задоволення від сучасної відеовистави створеній у відповідності до найкращих мистецьких тенденцій.

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).

- Громадські організації, що працюють з питаннями війни на Сході (безпека, примирення, гуманітарні проекти, громадська освіта);
- Політичні партії та діячі, громадські об'єднання, що зацікавлені в емоційному та упередженому дискурсі стосовно Донбасу (праві рухи чи прокремлівські структури);
- Політичні інституції, що долучені до вироблення державних стратегій щодо економічного, соціального, політичного врегулювання війни на Сході;
- Мистецькі організації та групи.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.

Ми очікуємо, що внаслідок реалізації нашого проекту буде знижено емоційну напругу навколо теми війни на сході, зроблено акцент на розуміння і прийняття різних досвідів.

Тема війна позбавляться поширених міфів та стереотипів, пов'язаних з героїзацією і знеціненням тих чи інших ключових фігур.

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

Завдання 1. Зібрати матеріали, що відповідають тематиці проекту;

Не менше 10 інтерв'ю проведено

Не менше 3-х зустрічей з експертами з теми війни на Донбасі

Завдання 2. Розробити сценарій майбутньої документальної відеовистави
1 сценарій створено

Щонайменше 2 митці взяли участь в створенні сценарію

Завдання 3. Створити відеовиставу та влаштувати прем'єру на популярних суспільних платформах (розглядаємо можливість співпраці з Суспільним

Гержега А. С. Кітківська арт.



телебаченням (ми вже маємо попередній досвід співпраці - канал Культура кілька разів демонстрував нашу виставу про корупцію "Тимчасові незручності"), Громадським телебаченням, Накипело (Харків). крім того, відеовистава буде розміщена на сайті Open Theatre
прем'єра відеовистави відбулась
Не менше 500 глядачів візьмуть участь

Завдання 4. Забезпечити залучення якомога широкої аудиторії до перегляду відеовистави

1 відеOVERсія опублікована

В рамках проекту було опубліковано не менше 5 публікацій в ЗМІ та 30 постів у соцмережах

100 000 осіб охоплено комунікаційною кампанією

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

Ціль 1: Дослідити персональні історії людей, яких торкнулась війна на Сході України: у фокусі проекту будуть не лише військові, але й звичайні жителі окупованих територій, жителі звільнених територій, жителі інших регіонів України з акцентом на максимально «живих», неоднозначних образах

1. Досвід створення подібного мистецького продукту переймають інші митці

2. Тема війни на Сході стає предметом ширшої суспільної дискусії: наявні публікації в медіа та згадки інфлюенсерів у соцмережах, що містять посилання на виставу

Ціль 2. Засобами театрального та аудіовізуального мистецтва сприяти розвіянню міфів, пов'язаних з війною на Сході та стимулювати посилення олюднення, гуманізації дискурсу через представлення персональних історій людей, яких торкнулась війна

1. Понад 500 людей переглянули прем'єру відеовистави

2. Наявний зворотний зв'язок (у формі анкет, коментарів, відгуків, постів у соцмережах, публікацій у медіа) що вказує на позитивну оцінку продукту від аудиторії, а також на зміни сприйняття аудиторією питань пов'язаних з війною на Сході.

3. Елементи вистави стають предметом ширшої суспільної дискусії: наявні публікації в медіа, публікації інфлюенсерів у соцмережах, мистецькі продукти, що містять посилання на матеріали вистави.



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

На етапі планування проекту ми передбачаємо такі можливі ризики:

1. Недотримання строків виконання робіт.

Цей ризик буде усунуто шляхом створення робочого плану, графіку та системи моніторингу проекту.

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

1. Незацікавленість цільової аудиторії в пропонованому продукті

Для усунення цього ризику окремі ресурси будуть алоковані на забезпечення PRу проекту та проектних заходів. Введена окрема посада PR-менеджера, який відповідатиме за комунікацію. Поєднання змістовного та розважального елементів зробить продукт дружнім до глядача, переконливим та цікавим. Використання інноваційних підходів забезпечать живий інтерес молоді. Окрім того, до участі в проекті ми залучено



просесійних театральних митців, які мають власну глядацьку аудиторію.

2. Несвоєчасне отримання фінансування.

Ми прийняли цей ризик та узгодили з виконавцями можливість відтермінування оплат.

3. Інформаційний тиск з боку стейкхолдерів, зацікавлених в упередженому дискурсі стосовно війни на Сході. Буде вироблена зважена комунікаційна стратегія для продукту, який би упередив можливі звинувачення чи атаки з боку негативно зацікавлених сторін. Відеовистава буде позиціонуватися (і на це робитиметься акцент) як політично незаангажований продукт, покликаний стимулювати збалансовану дискусію навколо теми війни на Сході. У випадку настання ризику, стратегія відповіді буде визначатися окремо залежно від його джерела та типу атаки; як інструменти розглядаються: юридичний захист (ведуться переговори з юристами для отримання необхідних консультацій); інформаційні заходи (прес-конференції, відкриті заяви); створення коаліцій (підключення правозахисних та мистецьких організацій для захисту своїх інтересів); прийняття ризику (відмова від протидії); використання атаки з метою привертання більшої уваги до продукту.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Система моніторингу проекту базується на індикаторах продукту (зазначених вище), а також детальному робочому плані для виконання запланованих задач.

Координатор проекту буде відповідати за проведення моніторингу та оцінки проекту; фінансовий менеджер буде здійснювати контроль витрат; PR-менеджер буде відповідати за збір показників в соціальних мережах.

Детальний план реалізації проекту буде розроблений на початковій стадії його імплементації. Моніторинг своєчасності здійснення проекту буде забезпечено за рахунок щотижневих звітів команди і регулярних (2 в місяць) нарад персоналу, при необхідності, за участю представників партнерських організацій (через Skype).

Моніторинг якості мистецького продукту проекту буде проводитися керівником проекту на основі:

I) кількості та статусу глядачів;

II) зворотного зв'язку від глядачів;

III) публікацій в засобах масової інформації після проведення показу відеовистави



При оцінці проекту, яка буде проводитися керівником проекту на завершальній стадії його реалізації, будуть використані наступні показники:

- I) відповідність запланованим кількісним та якісним результатам;
- II) кількість і якість коментарів, залишених учасниками через спитувальники або в соціальних мережах;
- III) зворотний зв'язок (усний, письмовий) від осіб, зацікавлених в проєкті.

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

Детальний медіа-план проєкту буде розроблено на початковій стадії його реалізації.

Детальний медіа-план проєкту буде розроблено на початковій стадії його реалізації. Попередньо очікується що комунікаційна стратегія робитиме акцент на таких речах:

- Незалежність. Відеовистава буде позиціонуватися (і на це робитиметься акцент) як політично незаангажований продукт, покликаний стимулювати збалансовану дискусію навколо теми війни на Сході;
- Комплексність. Вистава присвячена тісному взаємозв'язку різних сфер буття, що творять ідентичність.
- Гуманізм. Людина перебуває в центрі уваги; діалог – це коли людина чує і розуміє людину, і для діалогу про війну на Сході нам треба повернути людське обличчя.
- Імерсивність. Комунікація відбуватиметься через занурення глядача в атмосферу, що дозволить відчувати військову реальність очима і шкірою.
- Пошук. Розуміння реалій війни і рефлексія над досвідом інших країн дозволить знайти конструктивні рішення щодо майбутнього України.

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

Детальний медіа-план проєкту буде розроблено на початковій стадії його реалізації.

Комунікація буде спрямована на:

1. Розповсюдження інформації про проєктні заходи – показ відеовистави – для забезпечення громадського інтересу та збільшення відвідуваності цих

Герасим А.С. / гол. орг.



подій, сприяючи таким чином досягненню мети проекту.

2. Розповсюдження досвіду проекту між іншими громадськими організаціями, діячами культури, щоб мати можливість помножити ефект проекту. Потенційно зацікавлені сторони повинні знати про культурну продукцію проекту та можливості її використання під час проведення тематичних заходів.

Інформація про проект, заплановані проектні заходи та виставу будуть розповсюджені серед цільової аудиторії через:

1. Інтернет-джерела та сторінку в соціальних мережах;

2. Театральні ФБ-спільноти

3. Популярні сайти з інформацією про культурне життя (наприклад: Українська правда: Життя, Життя), Comma.com.ua, Platfor.ma Vector, Yabl, lb.ua т.д.);

4. Сайти театральних анонсів (зокрема: <https://moemisto.ua/kyiv>, <https://kyiv.vgorode.ua/afisha/>, <https://www.44.ua/afisha>, <http://afisna.guru.ua/city/5/>, Хмаорочос, тощо)

5. Сайти спеціалізовані правозахисні;

6. Розповсюдження через базу даних ЗМІ та окремих журналістів з питань культури;

7. Використання неформального спілкування з журналістами та мистецтвознавцями, які висвітлюють культурні питання у гловідних українських ЗМІ (дружні зустрічі, особисті запрошення, догоспа в організації поїздок, організація зустрічей з художниками тощо);

8. Партнерські НУО (їх сайти, сторінки в соціальних мережах, база даних ЗМІ та журналістів);

Для поширення інформації про показ відеовистави додатково будуть використані популярні веб-сайти з інформацією про культурні події в місті (наприклад: <https://platfor.ma/>, <https://vgorode.ua/>, <https://moemisto.ua/>, <http://gloss.ua/>, <https://concert.ua/uk/catalog/kyiv> тощо);

Григорівська О.С.
Глова О.С.


Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Детальний медіа-план проекту буде розроблено на початковій стадії його реалізації.

Інформація про проєкт буде поширюватися через:

- соціальні медіа (ссп. мережі)

- [?] сайти, популярні серед мистецької аудиторії:

- сайти з інформацією про культурні події в місті (наприклад: <https://platforma.org.ua/>, <https://vgorode.ua/>, https://moemisto.ua, <http://gloss.ua/>, <https://concert.ua/uk/catalog/kyiv> тощо);

- [?] ЗМІ, які зацікавлені в висвітленні мистецьких та культурних проєктів соціальної тематики: Суспільне Телебачення, Громадське Радіо, Громадське Телебачення, Радіо НВ тощо

З якими лідерами думок планується співпраця?

Ми плануємо залучати популярних блогерів до анонсування заходів (показів вистав, в рамках нашого проєкту та до поширення меседжів відповідно до комунікаційного плану.

Окрім того, на покази вистав ми запрошуватимемо відомих та авторитетних театральних критиків.

Митці, яких ми запрошуємо до співпраці, є досить відомими та мають свою глядацьку аудиторію.

ЛІДЕРИ ДУМОК, З ЯКИХ МИ ПЛАНУЄМО ЗАЛУЧАТИ:

ОЛЕКСІЙ МАЦУКА, ДОНЕЦЬКИЙ ІНСТИТУТ ІНФОРМАЦІЇ;

АНГЕЛІНА КАРЯКІНА, СУСПІЛЬНЕ;

ЛЮБА ЯКИМЧУК, ПОЕТЕСА;

ГАСЬКА ШИЯН, ПИСЬМЕННИЦЯ;

КОСТЯНТИН РЕУЦЬКИЙ, ВОСТОК-СОС;

АНДРІЙ ДЕГРЯРЕНКО (РАДІС СВОБОДА, РЕАЛЬНА ГАЗЕТА);

НАТАЛКА ГУМЕНЮК, ЖУРНАЛІСТКА ;

ЄВГЕН СПІРІН, ГСЛОВНИЙ РЕДАКТОР БАБЕЛЬ;

+ (МОЖЛИВО)

ЯРОСЛАВА КРАВЧЕНКО, ЗЕДУЧА, ТЕАТРАЛЬНА ДІЯЧКА

РОМАН ВІНТОНІВ (МАЙКЛ ШУР), ВЕДУЧИЙ, ЖУРНАЛІСТ



ПІСЛЯ РОБОТИ З PR-МЕНЕДЖЕРОМ ТА СТВОРЕННЯ МЕДІА-ПЛАНУ ПРОЕКТУ СПИСОК БУДЕ РОЗШИРЕНО

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

Для поширення інформації буде розроблено медіа-план. Створення медіа-плану – є однією із проектних діяльностей, тому на даному етапі проекту складно точно назвати індикатори.

Однак, ми передбачаємо, що в рамках проекту буде: опубліковано не менше 5 публікацій в ЗМІ, 30 постів у соцмережах, 100 тис осіб охоплено комунікаційною кампанією, 500 осіб переглянуть онлайн прем'єру вистави; 3000 осіб переглянуть відеOVERсію вистави, доступну на популярних хостингах

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

В рамках проекту передбачено створення відеOVERсії вистави, яка після його завершення буде доступна у відкритому доступі на популярних відеохостингах.

Крім того, будуть доступні матеріали ЗМІ про виставу.

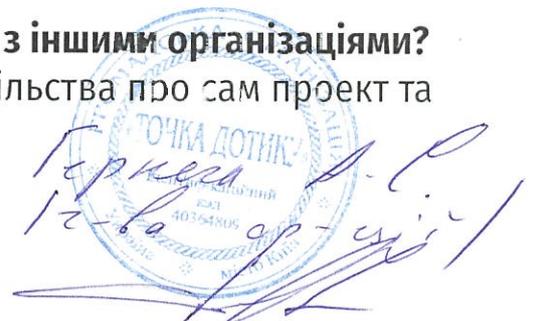
Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з бюджету, грантової підтримки і т.д)?

Сталість результатів в проекті буде забезпечена форматом створеного мистецького продукту - відеовистави.

Ми очікуємо, що в майбутньому будемо демонструвати створений культурний продукт у форматі театральної вистави. У цьому вигляді він не потребуватиме декорацій – це «мобільний» продукт, який не потребує складної логістики. Це забезпечить мобільність і після закінчення проекту дозволить демонструвати його з неприбутковою метою на запит зацікавлених сторін або демонструвати як самоокупний проект.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Інформування представників громадянського суспільства про сам проект та пропонувані ним активності.



TOCHKA DOTIKU
Гербера А.Р.
12.04.2015

Для поширення інформації буде розроблено медіа-план. Створення медіа-плану – є однією із проектних діяльностей.

Але вже зараз можемо впевнено говорити, що досвід проекту поширюватиметься шляхом:

- ? виступів представників креативної групи проекту у ЗМІ;
- ? матеріалів у друкованих медіа;
- ? електронну розсилку;
- ? особисті зустрічі з представниками мистецького середовища та з представниками громадських організацій, які працюють з даною темою.

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

Проект не передбачає безпосереднього партнерства.

Але на сьогодні ми вже співпрацюємо з багатьма представниками мистецького середовища та готові докласти зусиль для того, щоб розвинути цю співпрацю в рамках даного проекту.

У тому випадку, якщо в ході реалізації проекту ми виявимо можливість започаткувати нові партнерства, ми обов'язково скористаємось цією можливістю.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

2

Кількість жінок у команді проекту

3

Кількість людей віком від 17 до 34

3

Кількість людей віком від 35 до 50

2

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

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Так. 1-2

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 малозабезпечених 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

Григоренко А.С.
Точка дотику
організація



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 «скупці» 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 наданих 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-УІ 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 записування

Гермега А.С. [Підпис] _____

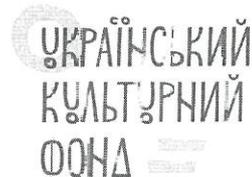
Фонд:

Грантоотримувач:

Гермега А.С.
голова організації



Додаток № 2
до Договору про надання гранту
№ ЗПРЗ-0485-2
від "24" червня 2020 року



Назва конкурсної програми: інноваційний культурний продукт
Назва ЛОТ-у: ЛОТ 3 Театр / Танець / Цирк
Назва Заявника: Громадська організація "Точка дотику"
Назва проекту: "Війна без фотшопу"

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ НАДХОДЖЕННЯ		
1	Український культурний фонд	100,00%	478 317,00
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 інше)		
	Всього	100,00%	478 317,00

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

Григорук А. С.
(голова організації)

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: Громадська організація "Точка дотику"

Назва проекту: "Війна без фотошопу"

Розділ: Підозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Загальна планова сума витрат по проєкту, 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	<i>Штатні працівники</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Стаття:	1.2	<i>За трудовими договорами</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а						-	
Пункт:	б						-	
Пункт:	в						-	
Пункт:	г						-	
Стаття:	1.3	<i>За договорами ЦПХ</i>		8,00	52 500,00	115 000,00	115 000,00	



Група А.С.
Генеральна орг.-упр. А.С.

Пункт:	а	Сценарист та режисер. Юров Павло Вікторович	місяць	2,00	25 000,00	50 000,00	50 000,00	Павло Юров. Створить сценарій вистави, відповідатиме за режисуру. Вартість узгоджена з контрактором та є середньою для регіону
Пункт:	б	Актори (будуть обрані за результатами кастингу)	особи	4,00	12 500,00	50 000,00	50 000,00	Для створення вистави буде залучено 4 професійних актора
Пункт:	в	Створення саунд-дизайну. Мар'яна Клочко	місяць	1,00	8 750,00	8 750,00	8 750,00	Мар'яна Клочко. Вартість узгоджена з контрактором та є середньою для регіону.
Пункт:	г	Дослідження матеріалу для створення сценарію вистави. Олена Шкрєбтієнко	місяць	1,00	6 250,00	6 250,00	6 250,00	Олена Шкрєбтієнко. Вартість узгоджена з контрактором та є середньою для регіону.
Пункт:	д	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				8,00	52 500,00	115 000,00	115 000,00	
Підрозд	2	Соціальні внески						
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці		8,00	11 550,00	25 300,00	25 300,00	
Пункт:	а	Сценарист та режисер. Юров Павло Вікторович	місяців	2,00	5 500,00	11 000,00	11 000,00	
Пункт:	б	Актори (будуть обрані за результатами кастингу)	місяців	4,00	2 750,00	11 000,00	11 000,00	
Пункт:	в	Створення саунд-дизайну	місяців	1,00	1 925,00	1 925,00	1 925,00	
Пункт:	г	Дослідження матеріалу для створення сценарію вистави	місяців	1,00	1 375,00	1 375,00	1 375,00	
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				8,00	11 550,00	25 300,00	25 300,00	
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.			-	-	
Пункт:	б	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-	-	

Гербеса А.С. Гоньба



Пункт:	в	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			-	-	
Пункт:	б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			-	-	
Пункт:	в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			-	-	
Стаття:	3.3	Добові (для штатних працівників)		-	-	-	-	
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-	-	
Пункт:	б	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-	-	
Пункт:	в	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-	-	
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відряд				-	-	-	-	
Підрозд	4	Обладнання і нематеріальні						
Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача		16,00	24 600,00	33 000,00	33 000,00	
Пункт:	а	Костюми для акторів (2 цивільних костюми (футболки/сорочки/ штани, босоніжки), камуфляжних костюми (кітель, штани, берци)	особи	4,00	2 500,00	10 000,00	10 000,00	2 цивільних костюми (футболки/сорочки/штани) 2 камуфляжних костюми (кітель, штани, берци.) При подачі звітності всі витрати будуть підтверджені документально

Гернеса А. С. Ганьба



Пункт:	б	Макет автомату Калашникова малогабаритний	комплект	1,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	1 макет автомату малогабаритний. Референси: https://sportshots.com.ua/p784098383-mmga-km-uya.html https://prom.ua/ua/p1177551028-maket-akm-uchebnyj.html При подачі звітності всі витрати будуть підтверджені документально
Пункт:	в	Меблі б/в	комплект	1,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	При подачі звітності всі витрати будуть підтверджені документально
Пункт:	г	Освітлювальні прилади (світлодіодна стрічка (10 метрів)	метри	10,00	100,00	1 000,00	1 000,00	При подачі звітності всі витрати будуть підтверджені документально
Стаття:	4.2	<i>Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту</i>		-	-	-	-	
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Пункт:	б	Право використання (ліцензія)				-	-	
Пункт:	в	Інші нематеріальні активи				-	-	
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи"				16,00	24 600,00	33 000,00	33 000,00	
Підрозд	5	Витрати пов'язані з орендою						
Стаття:	5.1	<i>Оренда приміщення</i>		119,00	950,00	30 200,00	30 200,00	
Пункт:	а	Оренда приміщення для репетицій вистави. Арт-центр Братислава, вулиця Олександра Архипенка, 5, Київ	годин	100,00	150,00	15 000,00	15 000,00	Існує домовленість з адміністрацією Арт-центру Братислава. Арт-центр Братислава, вулиця Олександра Архипенка, 5, Київ (приміщення 330 м2)

Григорів
Голова



Пункт:	б	Оренда приміщення для зйомки відеовистави (частково Арт-центр Братислава, улица Олександра Архипенка, 5, Київ; частково інші локації - визначатимуться в процесі детальної розробки художнього вирішення відеовистави)	годин	19,00	800,00	15 200,00	15 200,00	Арт-центр Братислава, улица Олександра Архипенка, 5, Київ (приміщення 330 м2)
Пункт:	в							
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та		6,00	1 700,00	5 100,00	5 100,00	
Пункт:	а	Проектор. Mitsubishi, Світловий потік проєктора 2300 люменів	доба	3,00	800,00	2 400,00	2 400,00	оренда проєктора на 3 знімальні дні (враховуючи 1 день репетицій). Впртість зазначено відповідно до проведеного аналізу цінових пропозицій
Пункт:	б	ANTARI Z-1500 Performance Smoke Generator. Потужність: 1500 Вт, вихід: 566 м³ / хв, нагрівач: 1500 Вт	шт.	3,00	900,00	2 700,00	2 700,00	оренда світлового обладнання на 3 знімальні дні (враховуючи 1 день репетиції). Вартість зазначено відповідно до проведеного аналізу цінових пропозицій
Пункт:	в	Найменування інструменту (з деталізацією технічних	шт.			-	-	
Стаття:	5.3	Оренда транспорту		-	-	-	-	
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-	-	
Пункт:	б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості	км (годин)			-	-	
Пункт:	в	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-	-	
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних				-	-	
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних				-	-	

Григоренко В. П.



Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних				-	-	
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди		2,00	21 900,00	43 800,00	43 800,00	
Пункт:	а	Військовий оркестр (11 осіб)	дні	2,00	21 900,00	43 800,00	43 800,00	Оренда військового оркестру (11 осіб) на 2 знімальні дні (враховуючи 5 годин репетицій) Залучення оркестру є художнім жестом, направленим на артикуляцію високого рівню героїзму та відданості українських військових та патріотів задля шанування їх у суспільстві. Оркестр покликаний доповнити перформативну складову вистави своїми виконавськими якостями.
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних				-	-	
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних				-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою"				127,00	24 550,00	79 100,00	79 100,00	
Підрозд	6	Витрати на харчування та						
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо		-	-	-	-	
Пункт:	а	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-	-	
Пункт:	б	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-	-	
Пункт:	в	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-	-	
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та				-	-	-	-	
Підрозд	7	Матеріальні витрати						
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.	-	-	-	-	
Пункт:	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-	-	

Герцеза А. П.



Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-	-	
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-	-	
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				-	-	-	-	
Підрозд	8	Поліграфічні послуги						
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:		3,00	2 000,00	6 000,00	6 000,00	
Пункт:	а	Виготовлення макетів обкладинок для просування відео-вистави в мережі Фейсбук: обкладинка сторінки, кавери для постів; а також виготовлення макетів афіші	шт.	3,00	2 000,00	6 000,00	6 000,00	Дизайнер створить дизайн обкладинки сторінки для Фейсбуку, макет каверу для постів, макет афіші
Пункт:	б	Нанесення логотопів	шт.			-	-	
Пункт:	в	Друк брошур	шт.			-	-	
Пункт:	г	Друк буклетів	шт.			-	-	
Пункт:	д	Друк листівок	шт.			-	-	
Пункт:	е	Друк плакатів	шт.			-	-	
Пункт:	с	Друк банерів	шт.			-	-	
Пункт:	ж	Друк інших роздаткових	шт.			-	-	
Пункт:	з	Послуги копірайтера	шт.			-	-	
Пункт:	и	Інші поліграфічні послуги	шт.			-	-	
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				3,00	2 000,00	6 000,00	6 000,00	
Підрозд	9	Послуги з просування						

Гербасюк
Голова



ТОЧКА ДОТИКУ
Ідентифікаційний

Пункт:	а	Створення відеовистави		1,00	42 000,00	42 000,00	42 000,00	<p>Виконавець - Open theatre (ФОП Казанцев П.). Характеристика послуг: Знімальна група (2 зміни - 16 годин): Оператори 2x2000грн 4000грн Звукооператор 2x 2000грн 4000грн Відеоінженер 2x1500грн 3000грн Знімальне обладнання: Відеокамера Blackmagic 4K (+ штатив та аксесуари) 1x1700грн 1700грн Комплект оптики 1x1500грн 1500грн Мікрофон петличний Sennheiser 2000 series 4x150грн 750грн Звуковий рекордер ZOOM F8 1x400грн 400грн Постпродакшн: (2 зміни - 16 годин) Монтажна апаратна на базі Mac Pro, Final Cut ProX 2x2000грн 4000грн Режисер монтажу 2x2000грн 4000грн Зведення звуку 6400грн Кольорокорекція 7650грн Продюсер OpenTheatre 1x2000грн 2000грн (ФОП 3 група + 7%) 2600грн TOTAL: 42000грн Хронометрах робочого матеріалу близько 10 годин. Хронометраж відеовистави близько 100 увідин</p>
Пункт:	б	рекламні витрати		1,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	У даній статті мова йде про витрати на розміщення матеріалів про культурний продукт проекту в платних ЗМІ, популярними блогерами, на популярних телеграм-каналах, пости на популярних сторінках в Фейсбук, рекламу у Фейсбук тощо
Пункт:	в	SMM, SO (SEO)	місяць	3,00	3 000,00	9 000,00	9 000,00	СММ-менеджер вестиме сторінку проекту у соціальних мережах (Facebook, Instagram) Протягом проекту буде створено не менше 30 постів

Григорівська організація
12009
Точка Дотичі
Інформаційний
код
40364809

Пункт:	г	PR проекту	місяць	3,00	7 000,00	21 000,00	21 000,00	PR-менеджер відповідатиме за створення медіа-плану проекту та за вибудовування зовнішньої комунікації: забезпечить охоплення комунікацією аудиторії не менше 100 000 осіб; не менше 5-ти розгорнутих матеріалів про проект у загальнонаціональних ЗМІ; анонси показу вистави на популярних майданчиках з інформацією про культурні події в місті; забезпечить залучення популярних блогерів та лідерів думок для просування продукту проекту; забезпечить неформальне спілкування з журналістами та мистецтвознавцями, які висвітлюють культурні питання у провідних українських ЗМІ. У цій статті бюджету ми закладемо оплату праці особи, яка виконуватиме цю роботу. В той час як у статті "рекламні матеріали" маються на увазі безпосередні витрати на розміщення матеріалів про культурний продукт проекту в платних ЗМІ, популярними блогерами, на популярних телеграм-каналах, рекламу у Фейсбук тощо. Таким чином, ці витрати не дублюються з витратами в пункті б), а доповнюють їх. Для внутрішнього менеджменту нам важливо тримати це на контролі, тому ми розділяємо ці витрати і вирішили відобразити це в бюджеті. Однак, якщо з точки зору УКФ логічніше поєднати ці статті - це не є проблемою і ми готові це зробити
Пункт:	є	Інші				-	-	
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				8,00	72 000,00	92 000,00	92 000,00	
Підрозд	10	Створення web-ресурсу						
Пункт:	а	Витрати зі створення сайту				-	-	
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту				-	-	
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				-	-	-	-	
Підрозд	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації						



Гернега Д.С. Геніба опит

Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт				-	-	
Пункт:	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт				-	-	
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних"							-	-	
Підрозд	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"							-	-	
Підрозд	13	Адміністративні витрати							
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги. ФОП	місяць	3,00	3 000,00	9 000,00	9 000,00		Вартість узгоджена з контрактором та є середньою для регіону
Пункт:	б	Управління проектом. ФОП Гернега Анастасія Сергіївна	місяць	3,00	7 500,00	22 500,00	22 500,00		Вартість узгоджена з контрактором та є середньою для регіону
Пункт:	в	Експертні послуги	послуга				-	-	
Пункт:	г	Аудиторські послуги	послуга	1,00	29 000,00	29 000,00	29 000,00		"Вимоги до звіту незалежного аудитора 2020" враховано
Пункт:	д	Прізд художника сцени Татаренка Анатолія Львів - Київ - Львів (ФОП Татаренко А.)	поїздки	3,00	800,00	2 400,00	2 400,00		Вартість проїзду вказана у відповідності до актуальних цін Укрзалізниці (м. Київ - Львів) - 400 грн. в одну сторону. Всього заплановано 3 поїздки
Пункт:	є	Проживання художника сцени Татаренка Анатолія в м. Києві	доба	20,00	700,00	14 000,00	14 000,00		Вартість проживання вказана у відповідності до актуальних цін в Києві
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати"									
Підрозд	14	Інші прямі витрати							

Гернега А.С. Гернега



Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу,		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування послуги	шт.			-	-	
Пункт:	б	Найменування послуги	шт.			-	-	
Пункт:	в	Найменування послуги	шт.			-	-	
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	екземпляр			-	-	
Пункт:	б	Послуги верстки	екземпляр			-	-	
Пункт:	в	Друк книг	екземпляр			-	-	
Пункт:	г	Друк журналів	екземпляр			-	-	
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр			-	-	
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		45,00	25 302,00	51 017,00	51 017,00	
Пункт:	а	Internet-телефонія (вказати період)				-	-	
Пункт:	б	Послуги Internet (вказати період)				-	-	
Пункт:	в	Банківська комісія за переказ	переказ	40,00	3,00	120,00	120,00	Відповідно до умов угоди з банком

Григорів А. С. Гончарова орг. А. С.



Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування	місяць	3,00	299,00	897,00	897,00	Відповідно до умов угоди з банком
Пункт:	д	Художник сцени. Татаренко Анатолій Юрійович (працюватиме як ФОП)	місяць	2,00	25 000,00	50 000,00	50 000,00	ФОП Татаренко А.Ю. відповідатиме за розробку візуальної концепції вистави, розробку сценографії, розробку костюмів персонажів, розробку мізансцен, також виступатиме у ролі художника-постановника, оператора-постановника
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати"				45,00	25 302,00	51 017,00	51 017,00	
Всього по розділу II "Витрати":						478317,00	478317,00	

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ								
------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Голова організації
(посада)

(підпис, печатка)



Горюха
(ІПБ)