

ДОГОВІР № 4ICP21-03325
про надання гранту

м. Київ

«30» листопада 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Товариство з обмеженою відповідальністю «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 проекту «Запис електронного альбому "Sound of Chernobyl. Radiation" з українськими та міжнародними електронними музикантами» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 30 жовтня 2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.
2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенним у розділі XI проектної заявки.
3. Для підтвердження реалізації Проекту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проекту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проекту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.
4. Датою завершення реалізації Проекту є день підписання Фондом акта про виконання Проекту.

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 1 469 700 грн. 00 коп. (один мільйон чотириста шістдесят дев'ять тисяч сімсот гривенъ 00 копійск) 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. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проекту зі сторони Грантотримувача та/або партнера по співфінансуванню, у проектах де співфінансування є обов'язковою умовою, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування. Якщо часткове невиконання співфінансування не впливає на граничні обов'язкові пропорції співфінансування проекту, визначені Фондом, ця норма не застосовується.

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

ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проекту 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 проектів, пов'язаних із кіновиробництвом);

3) реалізувати Проект у строки, визначені у пункті 1 розділу ІІ цього Договору;

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

5) у разі якщо реалізацію Проекту 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 Проекту протягом трьох років з моменту підписання акту про виконання Проекту;

7) самостійно врегульовувати правовідносини з третіми осбами, 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 Проекті (продукті Проекту) 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 Проекту;

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

3) використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію, отримані в процесі реалізації Проекту, 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 Проекту, 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:

придання 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 на проведення капітальних ремонтних робіт, проведення будівельних робіт, розробку у проектно-кошторисної документації;

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 (за винятком витрат на оплату винагороди членів команди);

інші витрати, Інструкціями для заявників по программам та 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 дестрекового 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 торгово-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 2021 року, але у будь-якому випадку до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань.

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 зважається 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 Сторонкою 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;

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 привести 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.

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

Невід'ємними частинами цього Договору є додатки до нього, а саме:

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;

додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації

Проекту;

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРИН

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

P/r: UA60820172034311000100000458

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Товариство з обмеженою

відповідальністю «ЛАВІНА КОНЦЕРТ»

Юридична адреса:

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

Адреса для листування:

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

ЄДРПОУ: 34000820

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

P/r: UA453206490000026007052764226

Тел.: 380674655106

Виконавчий директор



В.Г. Берковський

М.П.

Директор



О.О. Кійченко

**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4ICP21-03325
від «30» серпня 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 2. Музика

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4ICP21-03325

Назва проекту: Запис електронного альбому "Sound of Chernobyl. Radiation" з українськими та міжнародними електронними музикантами

Візитна картка

Назва проекту

Запис електронного альбому "Sound of Chernobyl. Radiation" з українськими та міжнародними електронними музикантами

Назва проекту англійською мовою

Recording of the electronic album "Sound of Chernobyl. Radiation" with Ukrainian and international electronic musicians

Географія реалізації проекту

Населений пункт

Київ

Населений пункт

Чорнобиль

Початок проекту

2021-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2021-10-30



Тривалість проекту в місяцях

5

Формат проекту

наживо та онлайн

Пріоритетний сектор

аудіальне мистецтво

Основний продукт

Аудіозапис

Ключові слова за напрямами

цифрова музика

альтернативні медіаплатформи

Конкурсна програма

Інноваційний культурний продукт

Лот

ЛОТ 2. Музика

Тип проекту

Індивідуальний

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Кійченко Олександр Олексійович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Керівник проекту

Загальна інформація про проект



Коротка інформація про проект

В цьому році 4 українських електронних артистів та 2 міжнародних випустять 6 нових музичних треків для проекту Sounds of Chorrobyl: Radiation, з використанням бібліотеки звуків "Звуки Чорнобиля", що були записані за підтримки УКФ о 2018 році. АРтисти відвідають Чорнобиль в індивідуальних артрезиденціях, запишуть відео-блог, а потім відіграють живі електронні виступи у Чорнобильській Зоні Відчуження, що будуть записані на відео та презентовані з ефектами комп'ютерної графіки та у популярному музичному форматі youtube-стрімів з унікальних місць Зони Відчуження. Запис стрімів відвідають ліквідатори та постраждалі в наслідок аварії на ЧАЕС. Всього стріми та відео-блоги подивляться понад 1 500 000 людей.

Коротка інформація про проект англійською мовою

This year, 4 Ukrainian modern electronic artists and 2 international ones will release 6 new music tracks for the project "Sounds of Chernobyl: Radiation", using the library of sounds "Sounds of Chernobyl", which were recorded with the support of UCF in 2018. Artists will visit Chernobyl in individual art-residencies, record a video blog, and make live electronic performances in the Chernobyl Exclusion Zone. This will be captured on video with additional computer graphics effects and streams to youtube in popular video format of performances from unique beautiful places of the Exclusion Zone. The recording of performances will be visited by liquidators and victims of the Chernobyl accident. In total, more than 1,500,000 people will watch these video-streams and video blogs.

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

1469700.00

Загальний бюджет проекту

1469700.00

Сума співфінансування

0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Сума реінвестиції

0



Чи використовуються у проекті результати/об'єкти інтелектуальної діяльності?

Так

Чи врегульовані майнові та немайнові права авторів та їх правонаступників на використання результатів/ об'єктів інтелектуальної діяльності, що використовуватимуться у проекті, згідно з Законом України «Про авторське право і суміжні права»?

Так

Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника

Товариство з Обмеженою Відповідальністю «ЛАВІНА КОНЦЕРТ»

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

Limited Liability Company "LAVINA CONCERT"

Код ЄДРПОУ

34000820

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі

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

Організаційно-правова форма

Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид діяльності організації-заявника за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТ-у

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

Область (відповідно до юридичної адреси)

Київська

Тип населеного пункту

Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

Київ

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

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

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Кійченко Олександр Олексійович

Телефон керівника організації

Електронна пошта керівника організації

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався керівник організації-заявника до адміністративної відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції, або чи має судимість, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку?

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-заявника із вказанням громадянства

Едуард Клім (Україна) 60%, Кійченко Олександр (Україна) 40%

ДИРЕКТОР
Кійченко О.О.



Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи є відкриті судові провадження стосовно організації-заявника на момент подання заявики?

Ні

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)

Чи подавалася Ваша організація на конкурси Фонду в попередні роки у ролі заявника?

Так. 2019 - Проект: "Участь українських медіа-митців у визначній події Burning Man, США"

2020 - Проект "Звуки Чорнобиля"

Детально про Проект: "Участь українських медіа-митців у визначній події Burning Man, США"

У межах проекту 2019 року ТОВ Лавіна Концерт відправила у США команду українських медіа-митців, щоб вони взяли участь у першому наймаштабнішому медіа-арт проекті Burning Man - створення велетенської просекції на фронтальній частині піраміди PlayAlchemist. Де було представлено більше 70 робіт українських митців.

<https://www.youtube.com/watch?v=9h9CNwpDCrl&t=4s>

Посилання:

<https://hmarochos.kiev.ua/2019/09/26/ukrayintsi-vidkryly-portal-v-chernobyl-na-burning-man-ta-pokazaly-media-art-foto-video/>

<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2719377-festivali-prezentacii-i-vystavki-za-kordonom-projdut-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-predstavlenna-svoyei-roboti-na-festivali-«Burning-Man»>

<https://mk-otg.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-stvorennya-instalyatsiyi>

<https://www.the-village.com.ua/village/culture/culture-news/288657-dezeen-vklyuchiv-ukrayinsku-instalyatsiyu-na-burning-man-do-spisku-naykraschih-rabit>

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.americahousekyiv.org/events/2019/6/14/-burning-man> <https://www.radiosvoboda.org/a/30014197.html>

<https://bzh.life/ua/plany/ukraintsev-prizvayut-pomoch-sozdavat-art-obektnymi-predstavyat-na-burning-man> <https://www.the-village.com.ua/village/culture/culture-news/286997-ukrayinska-spilnota-burning-man-shukae-100-media-mittsiv-dlya-stvorennya-instalyatsiyi>

<https://kyiv-online.net/articles/ukrajinskyj-media-art-na-burning-man-2019-doluchajtes-do-proektu/> <https://mitec.ua/ukrayinskij-media-art-na-burning-man-v-ssha/>

<https://supportyourart.com/news/-burning-man-open-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-tehno-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-71642/>

<https://odessa-news.stream/kultura/odesskikh-khudozhnikov-zovut-uchastvovat-v-burning-man> <http://www.americahousekyiv.org/events/2019/6/14/-burning-man>

<https://uaculture.org/catalog/ukrajinskyj-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-tehno-art-proekt-na-festivali-burning-man> <https://vctr.media/100-artistov-burning-man-24166/>

<https://www.0552.ua/news/2432201/hersonskih-hudoznikov-priglasaut-prinat-ucastie-v-burning-man> <https://www.culturepartnership.eu/article/burning-man>

<https://kyiv-online.net/articles/ukrajinskyj-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>

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



burning-man <https://designtalk.club/konkurs-media-artu-na-burning-man-vid-ukrayiny-prodovzheno/> https://mmr.ua/show/ukrayinsykiy_konkurs_media-artu_na_burning_man_prodovzheno <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-ukrayinskym-media-artom>

Радіо HB <https://youtu.be/799TXOl2hAk>

Радіо KissFM: <https://www.facebook.com/DigitalCultureUA/videos/1604165806383009/>

Радіо Промінь <https://www.facebook.com/prominfm/videos/402041890657465/>

Радіо HB: <https://www.facebook.com/radioNV.ua/videos/1388338184653646/>

Сюжети на М1: <https://youtu.be/zLPjf8VHgug> 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-luntalcino/>

<http://musicweek.ua/oleksiy-romanovskiy-about-media-art-royksopp-and-burning-man/>

Медіа-митці проекту ARTEFACT показали український контент з кращими роботами сучасних медіа-артистів, серед яких були навіть кліпи Снуки, Океан Елъзи, Стасік, подані компанією Radioaktive Film на відкритий конкурс Digital Culture. Багато українських митців та компаній також представили свої 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, Bedouin, а в день проходили лекції від крутых 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. Понад 16 днів в пустелі українська команда в складі міжнародного кемпу PlayAlchemist граєвала 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 медіа художник і презентувати сучасну Україну в арті. 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 каталогі. Ми пройшли весь шлях створення цього великого медіа-арт об'єкту: від конкурсу та збору українських митців, створення унікального контенту, побудови піраміди, обшивки спеціальними піраміди спеціальними панелями, технічного стапу проекторів, 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 додатка. 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 активувати наступний Артефакт на Burning Man не покидала. Адже Burning Man, як і Чорнобиль, почався 33 роки тому, і сьогодні в Чорнобилі в буйні природи заборонено жити, а на Бьюрнін Мен посеред пустелі - свято життя та культури.

Додаток AR.TEFACT 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.

Детально про проект "Звуки Чорнобиля"

Презентація результатів проекту Звуки Чорнобиля 2020:

[http://soundsofchernobyl.org/Sounds of Chernobyl 2020.pdf](http://soundsofchernobyl.org/Sounds%20of%20Chernobyl%202020.pdf)

Сайт: <http://soundsofchernobyl.org>

Відео про проект: <https://www.youtube.com/watch?v=uHk27B3xjVE>

Бібліотека "Звуки Чорнобиля" 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-yavyatsya-u-vilnomu-dostupi.html>

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

На її основі вже зробили пісні міжнародні артисти, в тому числі номінант на Грэмі, Крістоф Етьє з гурту Teleportmusik. Та, в рамках проекту ARTEFACT: CHERNOBYL 33, що також був підтриманий УКФ, най відомий біт боксер світу та хедлайнер ATLAS WEEKEND 2019 - Dub FX.

Проект Звуки Чорнобиля - це соціальний музичний проект, в результаті якого було створено альбом сучасною української 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 було організовано індивідуальні артрезиденції 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 створили відеокліпи, що промотують отриманий культурний продукт серед широкої української аудиторії, об'єднуючи сучасних українців навколо спільніх культурних цінностей та нових сенсів на темі переосмислення інформаційної трагедії Чорнобиля в минулому української нації, та популяризують український культурний продукт за кордоном.

Відео кліпи проекту зібрали більше 1 000 000 переглядів на ютубі за 10 днів, а відео-блоги за участю українських музикантів, де вони відвідують Зону Відчуження та розповідають свої відчуття та думки про Чорнобиль більше 800 000 переглядів у фейсбуку.

Проект став своєрідним знаковим феноменом, який було помітно в

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.С.



українській пресі та знаково помітно у музичному середовищі. Він визвав зухвале обговорення у спільноті. Музиканти залишилися захопленими темою та проектом, у кожного була цікава особиста екскурсія до Чорнобилю, що надала нові знання про тематику та емоційне залучення у створення нової пісні.

Про проект написало багато медіа, він увійшов у топ-проектів УКФ за версією УКФ.

<https://nv.ua/ukr/art/kultura-naykrashchi-ukrajinski-proyekti-za-2020-rik-ukf-novini-ukrajini-50133015.html>

Серед артистів проекту:

- Teleportmusik – Dreams
- Bjarki – Nature wins
- Gus Gus – Chornobyl
- Dub Fx – Fake Paradise
- Стасік – Не відводь Очей;
- Kazka – Острів
- Крутъ – Кімната;
- Вагоновожатіє – Касета;
- Atomic Simao – Ghost Town;
- Сергій Міхалок (ЛЯПІС-98) та Олександр Чемеров (Димна Суміш) – Чорнобиль Forever (Кузьма Скрябін кавер)!

Мета проекту - 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.

Проект отримав понад 270 публікацій на топових національних ресурсах та у міжнародних медіа, про нього знімали новини по ТБ, розповідали по радіо, брали інтерв'ю:

ТАВР Медіа, Обозреватель, Korrespondent.net, The Village, bzh.life, 1+1 - канал та сайт TCH.ua, 24tv.ua, 112.ua, znaj.ua, nashkiev.ua, Новое время - радио та сайт nv.ua, day.kyiv.ua, gazeta.ua, gloss.ua, hochu.ua, maximum.fm, СЛУХ, Ivona.Bigmil.net

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ?

Так. Це розширення проекту "Звуки Чорнобиля" що пройшов о 2020-му році за підтримки УКФ, в цьому проекті ми залучаємо українських та

ДИРЕКТОР
Кійченко О.О.



міжнародних електронних музикантів для арт-резиденцій у Чорнобилі та створення нових треків на основі Звуків Чорнобилю, а також, замість створення відео-кліпів, ми записуємо живі виступи у форматі популярних у інтернеті відео-стрімів. Та робимо відео-блоги від музикантів. Як і минулого разу, відео-стріми у ютубі наберуть понад 1 000 000 переглядів, а відео блозі у фейсбуці понад 600 000 переглядів. На запис стрімів ми залучимо ліквідаторів та зробимо міжкультурний діалог між поколіннями та обмін досвідом. Нові треки наберуть популярність у аудиторії прихильників електронної музики, проект стане помітним у медіа.

Українське суспільство потребує нових культурних продуктів, що здатні об'єднувати на основі спільніх культурних цінностей та актуальних сенсів, близьких сучасному українцю. В рамках цього проекту ми започаткували соціальний музичний проект за участю відомих українських та міжнародних музикантів, що об'єднує сучасних українців навколо спільніх культурних цінностей та нових сенсів на темі переосмислення інформаційної трагедії Чорнобиля, маніпуляцій, фейків та пропаганди радянської влади в минулому української нації.

В результаті проекту було створено інноваційний і унікальний культурний продукт - альбом сучасною української музики з 10 пісень та 6 відеокліпів на важливо соціальну тематику, з використанням аудіо-бібліотеки "Звуки Чорнобиля". Це вперше в культурній історії України, коли така кількість різнопланових артистів працює в одному проєкті на важливу соціальну тему. Ми вдячні Українському культурному фонду, за те, що такий проект став можливим і впевнені, що на його прикладі ми зможемо наочно дослідити, як працюють засоби культури зі складними соціальними та травматичними питаннями в національній історії. Кожен кліп, пісня, відеоблог мають унікальний меседж та розкриває проблематику Чорнобиля, через переосмислення і творчість музичних кумирів.

Артисти до проекту підібрані різнопланові, щоб через них комунікувати з самою різною аудиторією, щоб кожен артист, своїми зверненнями у відеоблогах та музикою зміг донести важливі сенси сучасного переосмислення Чорнобиля, зрозуміло саме для своєї аудиторії. Кліпи та відеоблоги дуже активно набирають перегляди, їх аудиторія буде зростати щодня.

Детально про минулорічний проект "Звуки Чорнобиля"
Презентація результатів проекту Звуки Чорнобиля 2020:
[http://soundsofchernobyl.org/Sounds of Chernobyl 2020.pdf](http://soundsofchernobyl.org/Sounds%20of%20Chernobyl%202020.pdf)



Сайт: <http://soundsofchernobyl.org>

Відео про проект: <https://www.youtube.com/watch?v=uHk27B3xjVE>

<https://www.facebook.com/SoundsOfChernobyl>

Посилання на відкриті джерела:

ЗМІ про проект:

<https://www.facebook.com/watch/?v=363469401567063>

<https://kanalukraina.tv/episode/zvuki-chernobylya-muzykalnyy-albom-ot-artistov>

<https://tsn.ua/video/video-novini/zvuki-chornobilya-ukrayinskiy-gurt-kazka-doluchivsya-do-socialnogo-muzichnogo-projektu.html>

<https://9-channel.com/2020/08/24/album-zvuky-chernobylya-zapyshat-u-2020-rotsi-8-muzykantiv-z-ukrayiny-ta-svitu/>

<https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=jYct-OHeGss>

<https://www.unian.ua/multimedia/video/news/10228409-izvestnaya-ukrainskaya-gruppa-kazka-prisoedinilas-k-socialnomu-muzykalnomu-projektu-zvuki-chernobylya.html>

<https://www.radioroks.ua/news/1738-sergiy-mihalok-i-oleksandr-chemerov-vypustiat-trek-pro-chernobyl/>

<http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=94123>

<http://ukr.radio/news.html?newsID=94123>

<https://youtu.be/c-V5bjTRtGE>

<http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=94427>

<http://bit.ly/soundsofchernobyl>

<https://life.pravda.com.ua/culture/2020/12/24/243478/>

Міжнародні публікації

<https://licznikgeigera.pl/dzwieki-czarnobyla-coraz-blizej/>

<https://lzeitung.com/das-projekt-sounds-of-chernobyl-release-album-die-modernen-ukrainischen-musik/69930/>

<https://licznikgeigera.pl/sny-prypecian-w-teledysku-grupy-telepopmusik/>

<https://www.calvertjournal.com/features/show/12049/ukrainian-language-pop-rap-music>

<https://www.france24.com/en/tv-shows/encore/20201019-french-nightlife-music-makers-on-how-they-re-keeping-going-in-these-covid-19-times>

<https://www.soul-kitchen.fr/125285-telepopmusik>

https://electronicgroove.com/new-single-album-telepopmusik-return-10-year-hiatus/?fbclid=IwAR2CpU4Vmr-1p8cjdv3kdyTf_m010eljVvLdvyCusITZF5-G12kvobKN-R4

Спецпроект СЛУХ



<https://slukh.media/zvuky-chornobylya/>

Спецпроєкт Bigmir Ivona

Всі публікації спецпроєкту можна побачити за посиланням: <http://bitly/ЗвукиЧорнобиля>

Деякі публікацій наших інфо-партнерів:

1. <https://www.the-village.com.ua/village/culture/culture-news/303485-divitsya-noviy-klip-stasik-ne-vidvod-ochey-prisvyacheniy-chornobilyu>
2. <https://bykvu.com/ua/show/ne-vidvod-ochej-stasik-prezentovala-klip-pro-chornobil/>
3. https://nashkiev.ua/zhournal/lyudi/zakoulissya-zyomok-klipou-gourtou-kazka-dlya-proektou-zvouki-chornobilya.html?in_parent=zhournal
4. <https://www.obozrevatel.com/ukr/show/people/kazka-znyala-unikalnij-klip-u-chornobili-yak-tse-vdalosya-eksklyuziv.htm>
5. <https://tsn.ua/glamur/kazka-znyav-atmosferniy-klip-u-prip-yati-ta-vikoristav-zvuki-ob-yektiv-zoni-chaes-1654745.html>
6. <https://nv.ua/ukr/style/kultura/grupa-kazka-predstavila-motoroshniy-klip-znyatiy-v-chornobili-ostriv-divitsya-video-50120376.html>
7. <https://showbiz.clutch.ua/uk/60475-nerealnaya-aleksandra-zarickaya-i-z-gruppy-kazka-voshitila-idealnoy-vneshnostyu-gollivudskie-zvezdy-vyglyadyat-huzhe>
8. https://gazeta.ua/articles/culture/_kazka-znyala-klip-u-corncbilskij-zoni/993110
9. https://lifestyle.24tv.ua/znyatiy-chornobili-gurt-kazka-predstaviv-klip-pisnyu-ostriv-motoroshne_n1445198/amp
10. <https://ua.112.ua/kultura/projekt-zvuky-chornobylia-vypustyt-albom-suchasnoi-ukrainskoi-muzyky-544448.html>
11. <https://day.kyiv.ua/uk/news/310720-albom-zvuky-chornobylya-obyednaye-ukrayinskyh-ta-mizhnarodnyh-muzykantiv>
12. <https://gloss.ua/lifestyle/130656-ukrainskie-i-zarubezhnye-muzykanty-sozdadut-al-bom-pro-zonu-otchuzhdeniya-zvuki-chornobilya>
13. <https://show-business.znaj.ua/333548-sergiy-mihalok-i-oleksandr-chemerov-stali-chastinoyu-zvukiv-chornobilya-koli-chekati-na-trek>
14. <https://ua.112.ua/tag/ukrainska-muzyka>
15. <https://bzh.life/ua/gorod/telepopmusik-snyali-klip-o-chernobyle>
16. https://maximum.fm/zvuki-chornobilya-ukrayinski-ta-zakordonni-muzikanti-stvoryat-albom-pro-zonu-vidchuzhennya_n183192
17. <https://korrespondent.net/showbiz/4289950-KAZKA-vypustyla-ktyp-so-zvukamy-obektov-chernobylia>

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



Презентація результатів проекту Звуки Чорнобиля 2020:
[http://soundsofchernobyl.org/Sounds of Chernobyl 2020.pdf](http://soundsofchernobyl.org/Sounds%20of%20Chernobyl%202020.pdf)

Цей проект є самостійним, але використовував 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 Гремі, Крістоф Етьє з гурту Teleportmusik. Та, в рамках проекту ARTEFACT: CHERNOBYL 33, що також був підтриманий УКФ, найвідомий бітбоксер 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 Зонсою 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-zapisue-zvuki-cornobila.html>

Про проект - ARTEFACT 2018:

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

У рамках проекту було послідовно реалізовано низку заходів. Створення скульптури, написання саундтреку до неї, створення бібліотеки звуків «Звуки Чорнобиля», лекторії із молоддю та працівниками креативних-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 методики та техніки для аналізу інформації.

Символізм скульптури містить відслання до фантастичної повісті братів Стругацьких «Пікнік на узбіччі» і до її екранизації 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 перевантаження 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 Гремі – 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 української та міжнародної пресі:

The Guardian - <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/nov/28/chernobyl-art-party-nuclear-pripyat-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-chernobyl-fiesta-rave-radioactividad_1675062/

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

20 minutes - <https://www.20minutes.fr/monde/2379071-20181124-tchernobyl-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/styler/pripyat-zasiyala-ognyami-zone-otchuzhdenniya-1543005296.html>

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

Про проект АРТЕФАКТ: Чорнобиль 33



У 2019 році було реалізовано першу виставку – інноваційний культурний продукт «АРТЕФАКТ: Чорнобиль 33», що отримала підтримку УКФ, ошінку за змістову частину 92,5 балів. Це був проект міжнародної співпраці, де партнером виступила іспанська організація Трансфера Медіа Артс та міжнародний куратор Юрій Лех. Подія стала знаковою у культурі України, одною з най визначних (понад 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

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 понад 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 понад 12 000 осіб різного віку. Було багато екскурсій для класів дітей, ліквідаторів, які спешально приїжджають 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 діджітал-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 2020-му році.

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

Просимо не розпростанням це посилання: <https://www.youtube.com/watch?v=U1s7P67HF4w>

Dub FX най 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-hedlajnerov-atlas-weekend-2019-sozdal-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?sfns=mo>

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

<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-pry-chernobyl-dlia-vystavky-iaka-proide-voseny-v-kyievi-501336.html>

<https://shctam.info/vsesvitn-o-vidomyy-muzykant-stvoryv-trek-zi-zvukiv-chaes/>

<https://korrespondent.net/showbiz/music/4122174-khedlainer-Atlas-Weekend-napsal-trek-yz-zvukov-chernobylia>

<https://golosodesa.com.ua/hedlainer-atlas-weekend-vistypiv-y-chernobili/79241/>

<https://112.international/society/atlas-weekend-headliner-makes-track-about-chernobyl-for-exhibition-in-kyiv-42043.html>

Чи цей проект (повністю чи частково) подавався на інші конкурси підтримки з коштів державного чи місцевих бюджетів?

Ні

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

Детальний опис проєкту

Обґрунтуйте актуальність проєкту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття

Актуальність проєкту для культурного контексту зросла, адже о 2021-му році ми відзначаємо 35-ті роковини аварії на ЧАЕС. Чорнобиль – трагедія, що торкнулась майже кожного української сім'ї, майже в кожного сучасного українця є власні травматичні спогади та переживання. Це травма нашого спільнотного минулого та водночас самий популярний бренд України у Світі.



якому ідентифікують нас.

Аварія на ЧАЕС стала трагедією не тільки для України, а й для всього людства. Проте нині громадяни нашої країни часом не можуть назвати дати аварії, не мають уявлення про її причини, масштаби та наслідки. 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?

Дослідження від АРЕТФАКТ, щодо знань українців про аварію на ЧАЕС:

- 60% - не знають дату аварії на ЧАЕС;
- 92% - не знають актуальних норм радіації;
- 47% - досі вірять радянським фейкам про Чорнобиль.

<https://mkir.gov.ua/news/3736.html>

Тож, привернути увагу та розказати історію Чорнобиля у 35-ті роковини – вкрай важливо.

Чорнобиль – крім того що техногенна, найбільша інформаційна катастрофа, яка почалась з пропаганди, замовчування та маніпуляцій, та призвела до неймовірної кількості жертв, коли українцям банально не сказали, що не можна виходити з дома, а навпаки вигнали всіх на парад.

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. Це вкрай важливо, адже українці погано перевіряють інформацію, навіть коли знають, що вона у ЗМІ існує: <https://nzl.theukrainians.org/majzhe-60-ukrayinciv-ne-shylni-do-krytychnogo-myslenya.html>

«Чи вміють українці відрізняти фейкову інформацію від правдивої? На жаль, тільки 11% з них, 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/1Oj2Edvl5Srk4hS-D2KoxoKkamCarUX7f/view>

В минулому році Державний архів СБУ видав цілу книгу на тему того, як радянська влада маніпулювала та злочинно замовчувала інформацію стосовно Чорнобиля. Ці історії повинністати відомі широкому загалу. Вони є основовою для переосмислення Чорнобильської трагедії в минулому української нації.

<https://uinr.gov.ua/elektronni-vydannya/knyga-chornobylske-dosye-kgb-1>
<https://uinr.gov.ua/elektronni-vydannya/chornobylske-dosye-kgb-vid-budivnyctva-do-avariyi>

ДИРЕКТОР
КІЧЕНКО О.О.



Великий обман, що розпочався у 1986 році повинен скінчитися, нам потрібно звільнитися від нав'язаного радянською владою образу жертв та зараженої землі.

Бо ми не Жертви – ми Герої, що ліквідували найбільшу техногенну катастрофу світу і стали щитом для всієї Європи, а земля наша відроджується і стає світовим науковим центром під відкритим небом. Сьогодні саме ми маємо унікальний досвід у радіобіології, у якої є лідером та яким готові ділитися з усім світом.

Тим часом, після виходу серіалу «Чорнобиль» від HBO, потік туристів у Зону Відчуження значно зрос, а сама тематика Чорнобиля отримала друге дихання, адже у суспільстві виникло обговорення серіалу та подій у ньому.

<https://www.president.gov.ua/news/glava-derzhavi-pidpisav-ukaz-shcho-rozvitku-chornobilskoyi-z-56321>

<https://www.5.ua/ru/obshchestvo/turysticheskiy-bum-v-chernobile-hydi-prezentovaly-novyy-putevoditel-dlia-posetytelei-chto-stoyt-uvydet-199978.html>

<https://ru.euronews.com/2019/06/05/ru-ukraine-chernobyl-tourism>

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 залучити увагу споживача через щільність інформаційного простору звичайними меседжами, саме культура ти 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 посігн серед артистів з усього світу та преси.

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 минулого року ми започаткували соціальний музичний проект за участю відомих українських та міжнародних музикантів - Teleportmusik, Bjarki, Gus Gus, Dub Fx, Стасік, Kazka, Крутъ, Вагоновожатіє, Atomic Simao, Сергій Міхалок (ЛЯПІС-98) та Олександр Чемеров (Димна Суміш), що об'єднує сучасних українців навколо спільних культурних

ДИРЕКТОР
Кіченко О.О.



цінностей та нових сенсів на темі переосмислення інформаційної трагедії Чорнобиля, маніпуляцій, фейків та пропаганди радянської влади в минулому української нації.

В результаті проекту створено інноваційний і унікальний культурний продукт - альбом сучасною української музики з 10 пісень та 6 відеокліпів на важливо соціальну тематику, з використанням аудіо-бібліотеки 'Звуки Чорнобиля'.

Для створення пісень були 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 продакшні України створили відеокліпи, що промоують отриманий культурний продукт серед широкої української аудиторії, об'єднуючи сучасних українців навколо спільніх культурних цінностей та нових сенсів на темі переосмислення інформаційної трагедії Чорнобиля в минулому української нації, та популяризують український культурний продукт за кордоном. Відео кліпи проекту зібрали більше 1 000 000 переглядів на ютубі за 10 днів, а відео-блоги за участю українських музикантів, де вони відвідують Зону Відчуження та розповідають свої відчуття та думки про Чорнобиль більше 800 000 переглядів у фейсбуц. Проект став своєрідним знаковим феноменом, який було помітно в українській пресі та знаково гомітно у музичному середовищі. Він визвав зухвале обговорення у спільноті.

Музиканти залишилися захопленими темою та проектом, у кожного була цікава особиста екскурсія до Чорнобилю, що надала нові знання про тематику та емоційне зачарування у створення нової пісні.

Проект отримав більше 270 публікацій на топових національних ресурсах та у міжнародних медіа, про нього знімали новини по ТБ, розповідали по радіо, брали інтерв'ю. Про проект писали ТАВР Медіа, Обозреватель, Korrespondent.net, The Village, bzh.life, 1+1 - канал та сайт TCH.ua, 24tv.ua, 112.ua, znaj.ua, nashkiev.ua, Новое время - радіо та сайт nv.ua, day.kyiv.ua, gazeta.ua, gloss.ua, hochu.ua, maximum.fm, СЛУХ, Ivona.Bigmil.net та інші. Про проект написало багато медіа, він війшов у топ проектів УКФ за версією УКФ.

<https://nv.ua/ukr/art/kultura-naykrashchi-ukrajinski-proyekti-za-2020-rik-ukf-novini-ukrajini-50133015.html>

Широке висвітлення у медіа також показує актуальність тематики та цікавість від аудиторії до таких проектів.

Презентація результатів проекту Звуки Чорнобиля 2020:

[http://soundsofchernobyl.org/Sounds of Chernobyl 2020.pdf](http://soundsofchernobyl.org/Sounds%20of%20Chernobyl%202020.pdf)

Відео прес проект: <https://www.youtube.com/watch?v=uHk27B3xjVE>



Сайт: <http://soundsofchernobyl.org>

Кліпи минулого року: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLIHT355UUQUcQUwjB61yerDO6gmxSSa6i>

Це вперше в культурній історії України, коли така кількість різнопланових артистів працює в одному проекті на важливу соціальну тему. Ми вдячні Українському культурному фонду, за те, що такий проект став можливим і впевнені, що на його прикладі ми зможемо наочно дослідити, як працюють засоби культури зі складними соціальними та травматичними питаннями в національній історії. Кожен кліп, пісня, відеоблог мають унікальний меседж та розкриває проблематику Чорнобиля, через переосмислення і творчість музичних кумирів.

Рекомендуємо подивитися відео-блоги проекту:

Вагоновожатые <https://www.facebook.com/SoundsOfChernobyl/videos/789252191922898>

Стасік <https://www.facebook.com/SoundsOfChernobyl/posts/139567334506969>

KAZKA <https://www.facebook.com/SoundsOfChernobyl/posts/153778413085861>

KRUTЬ <https://www.facebook.com/SoundsOfChernobyl/posts/143058644157838>

Міхалок і Чемеров <https://www.facebook.com/102998821497154/videos/3438443256190921>

Atomic Simao <https://www.facebook.com/SoundsOfChernobyl/posts/153786623085040>

Артисти до проекту були підібрані різнопланові, щоб через них комунікувати з самою різною аудиторією, щоб кожен артист, своїми зверненнями у відеоблогах та музигою зміг донести важливі сенси сучасного переосмислення Чорнобиля, зрозуміло саме для своєї аудиторії. Кліпи та відеоблоги дуже активно набирають перегляди, їх аудиторія буде зростати щодня.

Ми пішли далі та розширили вплив та напрацьовану аудиторію проекту ARTEFACT, поширивши дієві та ефективні методи, що з одного боку працюють з соціальної складовою проекту, а з іншого створюють конкурентоспроможній актуальний культурний продукт для широкої аудиторії.

Ми долучили до цієї тематики актуальних та цікавих українських музикантів. Більшості з них дуже близька тема Чорнобиля і попрацювавши з нею в арт-резиденції проекту вони випустити культові конкурентоспроможні роботи, на актуальну українську соціальну тематику, що має значний попит серед аудиторії сучасних українців та має для них вагоме культурне значення.

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



Саме через відчуття та переосмислення проблеми Чорнобиля культурними лідерами та трендсеттерами, їх власні приватні історії, тематика проекту стала зрозумілою та близькою для широкої аудиторії.

Молодим українцям потрібні нова музика, яка зможе дотукатися до їх сердець та що буде мати відсылки до власної ідентичності.

Актуальність подібного проекту після минулого року тільки зросла, адже зараз ми точніше розуміємо публіку, канали комунікації та маємо досвід минулорічного проекту. Тема Чорнобиля буде обговорюватись ще активніше, адже на весь 2021 рік заплановано проведення подій щодо шанування 35 роковин аварії на ЧАЕС.

Указ Президента України Про невідкладні заходи щодо забезпечення екологічної безпеки та підготовку заходів до 35-х роковин Чорнобильської катастрофи zakon.rada.gov.ua/laws/show/556/2020#Text

КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ РОЗПОРЯДЖЕННЯ від 11 грудня 2020 р. № 1586-р
Київ «Про утворення Організаційного комітету з підготовки та проведення у 2021 році заходів, пов'язаних з 35-ми роковинами Чорнобильської катастрофи» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1586-2020-p#Text>

Ми маємо спроможність долучити до цієї тематики проекту актуальних та цікавих молодих та досвідчених українських музикантів та цікавих міжнародних електронних музикантів. Більшості з них цікава тема Чорнобиля і попрацювавши з нею в арт-резиденції проекту вони зможуть випустити культовий конкурентоспроможний культурний продукт на актуальну українську тематику, що буде мати попит серед аудиторії сучасних українців та мати для них вагоме культурне значення.

У 2021-му році ми концентруємось на електронній музиці та переводимо фокус на музикантів, що мають виступи та визнання за кордоном, але не так добре відомі в Україні, хоча і мають тут аудиторію своїх прихильників. Ми дамо музикантам проекту все необхідне для створення нового треку про Чорнобильт: своєрідну арт-резиденцію для натхнення з поїздками до Чорнобилю і знайомством з цією темою, 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 Мьюзік орієнтуються на участь таких музикантів:

- ARTBAT

Виступ Ріо-де-Жанейро із 14 000 000 переглядів на ютубі - <https://www.youtube.com/watch?v=hENgrbIMiy4>

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



<https://www.facebook.com/artbatmusic>

- Woo York

https://www.youtube.com/watch?v=vOT_l1AUdik

<https://www.facebook.com/woo.york.official>

відомий міжнародний лейбл Afterlife: <https://www.facebook.com/Afterlifeofc>

- Etapp Kyle

Український резидент найвідомого техно-клубу у світі Berghain, що минулого року представив арт-проект про своє коріння – місто Чернівці.

<https://donttakefake.com/vajb-moej-yunosti-kak-rezident-berghain-etapp-kyle-sozdal-proekt-o-bukovine/>

- Zavoloka та Kotra – відомі українськи музиканти, що мешкають у Берліні та створюють прогресивну музику та грають разом із легендою idm – Aphex Twin.

https://karabas.live/zavoloka_interview/

<https://slukh.media/new-music/zavoloka-ornament/>

Також ми спілкуємось про можливість залучення гурту Dakha Brakha із електронним треком та виступом разом із медіа-арт музикантом - Ujif not found, що працює із гуртом останні декілька років на концертах.

Також ведемо спілкування із такими артистами як Koloah та Midi8, Poly Chain, Rønura, Yan Cook & Mays, Cape code.

Щодо міжнародних артистів, ведемо спілкування із:

- Nils Frahm – відомий сучасний піаніст. Що поєднав електроніку та класичне звучання та отримав всесвітне визнання.

https://www.youtube.com/watch?v=xLNeZogTsK8&ab_channel=KEXP

https://www.youtube.com/watch?v=xih8aiacRSk&ab_channel=BoilerRoom

https://www.youtube.com/watch?v=izhGLGPmvIU&ab_channel=NilsFrahm

- Brian Eno – засновник стилю ambient, автор головної теми до фільма «Дюна» Девіда Лінча та заставки операційної системи Windows

https://en.wikipedia.org/wiki/Brian_Eno

<https://www.youtube.com/watch?v=ggLTPyRXUKc>

- Apparat (Moderat)

<https://www.youtube.com/watch?v=3NPxqXMZq7o>

<https://www.youtube.com/watch?v=cJwsNUoazUg>

<https://www.youtube.com/watch?v=66VnOdk6oto>

ДИРЕКТОР
Кійченко О.О.



- Jan Bloomquist

<https://www.youtube.com/watch?v=rE7GU7SLguo>

<https://www.youtube.com/watch?v=ums8n8tTL6M>

<https://www.youtube.com/watch?v=7J4vz0SR8ak&t=2s>

- Bob Moses

<https://www.youtube.com/watch?v=cRSqM-67EiE>

https://www.youtube.com/watch?v=xKeduffv7_U

- Mind Against

<https://www.youtube.com/watch?v=coloJDqNBRg>

Щоб треки альбому мали попит і аудиторію ми будемо запрошувати в проект актуальних українських музикантів, хто вже має вже має власну аудиторію.

Може скластися враження, що деякі артисти створюють «веселу» танцювальну музику, що не відповідає тематиці проекту. Хочемо наголосити, що ми проговорюємо із музикантами нюанси тематики проекту, до арт-резиденції вони самі досліджують та вивчають тему. Під час поїздки вони зустрічаються із ліквідаторами та розповідають, про що їх музика, як вони доносять тему проекту через аудіальні образи. Всі ставляться до тематики дуже серйозно та відповідально. Минулого року ми мали залучення Сергія Міхалка із гуртом Ляпіс-98. Незважаючи на кітчевий образ та пісню «Чорнобиль Форева» Кузьми Скрябіна та на те, що у пісні лірика подається у іронічному стилі Кузьми. Пісня була зроблена на високому рівні так, що іронія на таку гостру тему сприймалася адекватно та навіть ще глибше зачіпала людей.

В середині проекту ми формуємо комунікацію між ліквідаторами та музикантами, щоб вони могли спокійно спілкуватись, ділитись досвідом та розуміти один одного. Це повинно стати культурним безпечним мостом між поколіннями та налагодити відповідальний діалог. Де кожен буде почутий. Важливою над місією проекту є залучення ліквідаторів до запланованих подій та знайомство із музикантами та їх мистецтвом. Надання розуміння, що їх почують і що музиканти будуть відноситися до теми відповідально та з повагою.

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

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



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_\(Lavina_Music\)](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 новоствореного продукту ми будемо інтегрувати закордонний досвід розкрутки таких проектів, а саме в ході проекту буде створений, який буде розказувати про етапи створення проекту та поступово захоплювати увагу фанів. Артисти будуть ділитися своїми награцюваннями 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, іх власні приватні історії, тематика проекту стане зрозумілою та близькою для широкої аудиторії.

Після створення і запису треків з використанням Звуків Чорнобилю наступним етапом стане створення відео стрімів із живим виступом артистів. Бо як показує міжнародний світовий досвід саме музичні відео-стріми сьогодні набирають мільйони переглядів на YouTube і є головним джерелом нової актуальної електронної та танцювальної музики.

На приклад, проект Cercle, що робить відео-стріми з най видовищніх місць планети. Та має більше 377 938 635 переглядів їх відео на youtube - <https://www.youtube.com/c/Cercle/>

<https://www.facebook.com/cerclemusic/>

У світі це започаткувало напрямок відео-стрімів з різних локацій, наприклад, у Сербії є проект TIME:CODE, що робить відео-стріми із виступами діджейів із різних значних історичних місць.

<https://www.youtube.com/c/TIMECODEORG/>

У нашому випадку, проект має важливі особливості. Перше, щоб не повторювати інші ініціативи один в один, ми не будемо робити танцювальні стріми, а з акцентуємо на прогресивній музиці, що граничить із аудіомистецтвом більше, ніж із танцювальними рейвами. Саме тому у проекті можна побачити залучення таких артистів як Brian Ino, Nils Frahm, Ujif not found, Zavoloka, Etapp Kyle, Woo York. Ці, а також інші, артисти в більшості частині будуть грати на живо з використанням модулярних синтезаторів та іншого обладнання.

До відео-стрімів ми додаємо елементи 3d графіки, віртуальних оточень

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



Чорнобиля, генеративний та зіджей контент, відео-арт роботи тощ. Таким чином, відео перетвориться на аудіо-візуальний перформанс, що сам по собі буде цікавим для сприйняття як на ютубі так і у музеї.

Додавання 3d графіки до стрімів або записів виступів стає стійким трендом у цьому полі, адже за часи пандемії значно зросла кількість переглядів записів виступів музикантів онлайн. Тому артисти розширяють формат виступів через додавання новітніх технологій та засобів сторітеллінгу. Як приклад можна взяти фестиваль Tomorrowland, що 2 рази пройшов віртуально, тільки відео-звіт з нього зібрав понад 2 млн. переглядів. https://www.youtube.com/watch?v=nBVaHKQHxiU&ab_channel=Tomorrowland
<https://www.youtube.com/c/tomorrowland/videos>

Також, додану 3d графіку використовува Dixon для видового проекту відео-стрімів Boiler Room
https://youtu.be/zMG7K5_Jv2M?t=1229

Маємо думку, що назва альбому може бути Sounds of Chornobyl: Stream of Radiation - "Потік радіації", що також відсилає до механіки проекту та використання саме відео-стрімів (stream of radiation - video stream). Ця гра англійських слів подобається артистам.

До створення кожного з шести відео ми спілкуємось із артистами та обираємо різні локації Зони Відчуження на яких буде відзнято матеріал для стріму. Відео будуть презентовані у youtube та збируть більше 100 000 переглядів кожне. Далі, із часом вони будуть все більше набирати перегляди.

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 згоду на інформаційну підтримку проекту від таких медіа гігантів, як: радіогрупа ТАВР Медіа, що підтримувала нас минулого разу

https://uk.wikipedia.org/wiki/ТАВР_Медіа
<https://www.tavrmedia.ua>

Ta телеканал M2

[https://uk.wikipedia.org/wiki/M2_\(телеканал\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/M2_(телеканал))



<https://m2.tv>

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

Це буде дуже актуально, бо цього року – 2021, весь світ та Україна буде відзначати 35-річницю Чорнобильської трагедії і буде добре, якщо до цього 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.

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 катаstrofu, 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 (youtube та соц.мережі).

Це призведе до культурного переосмислення Інформаційної складової Чорнобильської катастрофи всередині України та допоможе переосмислювати націю національної травми. Призведе до вкоріння знання. Що «Ми не жертви, Ми - герої, що стали щитом для всієї Європи.» Sounds of Chornobyl - це перший комплексний музикальний культурний проект щодо переосмислення Інформаційної складової Чорнобильської катаstrofi. За 35 роки після аварії в Україні були культурні проєкти, що присвячені Чорнобилю, але всі вони розповідали тільки частково, концентруючись на одному з моментів чи куті погляду. Також, як правило, ці проєкти задіювали тільки один сектор культури. Цей проєкт творче та через залучення різних музикантів, продюсера та нові візуальні образи розповідає про різні аспекти катаstrofi, 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 сьогоденні, адже ця тема живе з нами у кожній сім'ї всі 35 рокі.

Як проєкт реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОту?

Програма «Інноваційний культурний продукт» спрямована на створення умов для культурного самовираження шляхом творення інноваційного конкурентоспроможного культурного продукту, що повністю

ДИРЕКТОР
КІЧЕНКО О.О.



співвідноситься з актуальністю та цілями нашого проекту. Ми створюємо умови для молодих музикантів для культурного самовираження на важливу соціальну тематику, щоб в результаті отримати конкурентоспроможній культурний продукт, що буде цікавий в Україні та світі.

Проект відповідає таким пріоритетам підтримки ЛОТ-у:

- підтримка сучасних музичних стилів, жанрів, напрями, що задоволяють інтереси та потреби різних аудиторій, в т.ч. молоді;

Проект розвиває інтервенції сучасної електронної музики у публічний простір, залучаючи відомих за кордоном українських електронних музикантів та напрями музики, що збирають фестивалі по 200 000 осіб у Європі та світі.

- підтримка молодих українських виконавців, українських гуртів та композиторів на етапі професіонального становлення;

Проект підтримує як визнаних музикантів так і молодих. Наприклад, минулого року брали участь як гурт Казка із 450 000 000 переглядів на ютубі та національними гастролями по Україні так і Стасік чи Крутъ, що тільки розвиваються як митці та артисти, але вже мають великі перспективи у національному визнанні. Для них ці роботи стали знакові та глибокими, що розвинулось їх як артистів та підсилило як особистостей. Тематика Чорнобилю важка та складна. Зробити свідомий, справжній мистецький вислів в цьому полі – ознака великої спроможності і сили. Та гарний привід для зростання.

- підтримка промоції українських виконавців, гуртів, композиторів в Україні та за кордоном;

Проект підтримує та промотує українських виконавців та гурти в Україні та за кордоном, адже велике медійне охоплення в Україні та світі, біля 300 публікацій та більше 1 000 000 переглядів кліпів на ютубі дійсно гарно промотують кожного залученого артиста проекту. Ми також отримали міжнародні публікації та міжнародний трафік у переглядах кліпів минулого разу, тож

- підтримка якісного контенту сучасних українських виконавців, гуртів, композиторів, який сприятиме формуванню української ідентичності та створенню позитивного іміджу України та українців у світі;

Якісний та популярний альбом сучасної української музики про Чорнобиль гарантовано сприяє формуванню української ідентичності та створенню позитивного іміджу України та українців у світі. Про це свідчить і міжнародна зацікавленість альбомом і публікації про український

ДИРЕКТОР
Кійченко О.О.



соціальний проект у міжнародних виданнях.

- стимулювання розвитку інституту незалежних музичних продюсерів та музичних продюсерських центрів.

Продюсером минулорічного альбому був Валерій Коршунов, який до цього записав бібліотеку «Звуки Чорнобиля» що стала основою тематики альбому. До цього він мав досвід роботи із створенням саундтреків до фільмів, тож для нього це також був професійний звіст, що підсилює його як професіонала та культурного діяча.

Проект відповідає цілям програми іноваційний культурний продукт. Цілі програми «Інноваційний культурний продукт»:

Підтримка якісних іноваційних проектів, що збільшують кількість культурних продуктів, доступних для широкої аудиторії;

Це проект націленний на широку аудиторію, що розвиває важливу соціальну тематику та залучає аудиторію до споживання нової музики.

■ Стимулювання розвитку секторів культури і креативних індустрій через впровадження інновацій та інтеграції нового досвіду, зокрема, шляхом впровадження нових в Україні, але апробованих у світовій практиці підходів; Механіка та підходи проекту іновативні та розширяють досвід створення та споживання культурних продуктів як для залучених музикантів так і для аудиторії музичних продуктів, що спостерігає не тільки за результатом та створенням продукту, но і залучається у саму тематику Чорнобиля через думки і емоції музикантів та історичний контекст. Як приклад схожого міжнародного кейсу, на який ми орієнтуємось, ми вважаємо міжнародну благодійну активацію red.org

Ми будемо інтегрувати закордонний досвід на етапі створення треків, 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, залучення до споживання культурного продукту нових аудиторій;

Задіяні іноваційні методології направлені на збільшення кількості споживачів культурного продукту, за рахунок одразу декількох напрямінь:

- Тематики та ідеї проекту, що близька майже кожному українцю та цікава у світі;

ДИРЕКТОР
Кійченко О.О.



- Високої якості отриманого продукту;
- Інноваційним підходом до створення та просування отриманих продуктів;
- Великою комунікаційною кампанією з просування проекту в Україні та закордоном.
- Комунаційна кампанія у youtube та facebook для кожного треку та відео.

☐ Популяризація українського культурного продукту як в Україні, так і за її межами;

Проект отримає багато публікацій у медіа як в Україні так і за її межами. 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 використаній доступний та найпопулярніший канал комунікацій – YouTube, де ми плануємо отримати більше 600 000 переглядів, відео-блоги у Facebook подивляться теж більше 600 000 разів.

☐ стимулювання розвитку кроссекторальних партнерств та підтримка конкурентоспроможних проектів, потенційно привабливих для залучення недержавних інвестицій та здатних до сталого розвитку;
Ми розглядаємо можливість монетизації продукту та співпрацю з благодійними організаціями тематики Чорнобилю.

Також проект відповідає всім основним стратегічним цілям, які планує досягти Фонд протягом виконання трирічної стратегії.

Обґрунтуйте важливість проекту для організації-заявника (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, промоушенні 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 напрямки діяльності:

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



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

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

Робота Lavina Music почалася саме зі співпраці з українськими артистами, хоча тоді значно вигіднішим було продавати альбоми зарубіжних виконавців. Ми завжди підтримували українських артистів, ще до цього 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. 2019 року наша кампанія вперше приймала участь у грантовій програмі УКФ в проекті «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 проект, який став перлиною в портфоліо нашої команди та допоміг здійснити неймовірний професійний згіст кожному, та завдяки нашему професіоналізму проект був реалізований на

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



гарному міжнародному рівні з великим медійним охопленням. Проект Звуки Чорнобилю 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 та треків, 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 існуючи наші ресурси та змусить нас створити нові методології по просуванню сучасного музичного продукту в Україні та за її межами, які в подальшому можуть бути використані в секторі.

Досвід минулого року показав, що нам вдалося досягнути поставлених цілей та перевищити показники охоплення та якість продукту на соціальну тематику.

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 2006-му 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.

Минулого року ми залучили молодих музикантів, режисерів та продюсерів музики для того щоб оновити звучання Чорнобилю та привнести свіжий погляд. Для організації-заявника це призвело до актуалізації знайомств та технік комунікації з молодою аудиторією, що зараз проводить більшість часу у інтернеті та дивиться кліпу у youtube. Також для себе вважаємс за честь створювати такий потужний соціальний інноваційний культурний продукт.

Цього року ми залучаємо електрону сцену, яка діє за іншими правилами, але також дуже сучасно та прогресивно. Вважаємо себе гідними створити такий прогресивний продукт, що залучає нові формати медіа та комунікації, має неординарну візуальну складову, унікальний музичний склад артистів,

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



важливу тематику Чорнобиля, що є ще більше актуальною у рік 35-х роковин аварії на ЧАЕС.

Чому проект є унікальним?

Це буде другий музичний альбом та комплексний музичній проект, присвячений Чорнобилю, 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 треків, заглиблюючись у тематику та працюючи у власному стилі за підтримки професіоналів індустрії. За минулі роки зроблено більше 10 пісень проекту та створено перший альбом із залученням поп-виконавців.

Ми маємо успішний досвід проекту Звуки Чорнобиля 2020 та успішний досвід проекту ARTEFACT, знаємо, що ця тематика цікава для аудиторії як в Україні, так і за кордоном, тому ми створюємо всі умови, щоб створити конкурентоспроможній український культурний продукт на актуальну тематику.

Деякі трекі 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 відео-стрімів із додаванням 3d графіки, що будуть працювати з різними ЦА. Буде інтегрована міжнародна система просування музичальних продуктів, яка дозволить популяризувати отримані продукти, через соціальні мережі, тизери, канали Youtube в Україні та закордоном. У 2016-му році був проект АРКА, що був прив'язаний насуванню НБК над будівлею 4го енергоблоку ЧАЕС. Тоді автори зробили музичне відео та саундтрек до нього. В рамках того проекту саунтрек 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 унеможливилоє 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. О 2021-му році ми плануємо продовжити проект, але змінити цільову аудиторію з широкої до слухачів актуальної електроної музики та замість кліпів використати популярний у інтернеті формат відео-стрімів та привернути уваги більш молодої аудиторії, що далека від соціальних

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



важливу тематику Чорнобиля, що є ще більше актуальною у рік 35-х роковин аварії на ЧАЕС.

Чому проект є унікальним?

Це буде другий музичний альбом та комплексний музичній проект, присвячений Чорнобилю, 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 треків, заглиблюючись у тематику та працюючи у власному стилі за підтримки професіоналів індустрії. За минулі роки зроблено більше 10 пісень проекту та створено перший альбом із залученням поп-виконавців.

Ми маємо успішний досвід проекту Звуки Чорнобиля 2020 та успішний досвід проекту ARTEFACT, знаємо, що ця тематика цікава для аудиторії як в Україні, так і за кордоном, тому ми створюємо всі умови, щоб створити конкурентоспроможній український культурний продукт на актуальну тематику.

Деякі трекі 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 відео-стрімів із додаванням 3d графіки, що будуть працювати з різними ЦА. Буде інтегрована міжнародна система просування музичальних продуктів, яка дозволить популяризувати отримані продукти, через соціальні мережі, тизери, канали Youtube в Україні та закордоном. У 2016-му році був проект АРКА, що був прив'язаний насуванню НБК над будівлею 4го енергоблоку ЧАЕС. Тоді автори зробили музичне відео та саундтрек до нього. В рамках того проекту саунтрек 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 унеможливлює 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. О 2021-му році ми плануємо продовжити проект, але змінити цільову аудиторію з широкої до слухачів актуальної електроної музики та замінити кліпів використати популярний у інтернеті формат відео-стрімів та привернути уваги більш молодої аудиторії, що далека від соціальних

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



проектів до тематики Чорнобиля.

В Україні робляться відео-стріми із різних місць, але на дату складання заявки максимальна кількість переглядів відео Bejenec Live / Olesko Castle - 39 105 переглядів. У кожного відео нашого проекту буде більше 100 000 переглядів на старті і вони будуть зростати із часом. Нещодавно у інтернеті з'явився живий виступ із під ЗГРЛС Дуга, української діджейки, що танцювала під ритми техно. Це спричинило негативне обговорення у спільноті ліквідаторів та постраждалих у наслідок аварії на ЧАЕС, тож своє розуміння важливості тематики та поважне ставлення до ліквідаторів ми вважаємо за перевагою проекту. Тож до арт-резиденцій будуть залучені зустрічі із ліквідаторами, переселеними, працівниками станції, щоб митці повністю розуміли людські емоції та історії, які ніколи не залишуть ці місця.

Автор бібліотеки Звуки Чорнобиля – Валерій Коршунов, записав її ще о 2018-му році під час проекту ARTEFACT 2018. З того часу багато музикантів вже використало її для створення музики про Чорнобиль, минулого року Номінант на Грэммі – французький дует - Teleportmusik презентував і пісню і кліп про Прип'ять, що використовує ці семплі та архівні кадри Прип'яті. Автор бібліотеки звуків є куратором проекту та займається проведенням-арт резиденцій та зануренням артистів в тематику проекту.

ARTEFACT сьогодні найвідоміший український культурний проект повязаний з Чорнобилем, як в Україні так і у Світі, що розпочався задовго до серіалу від HBO. Минулі два роки проект мав фінансову підтримку від Українського Культурного Фонду та відбувався за підтримки Міністерства Культури України (УКФ), колишнього Міністерства Інформаційної Політики, Міністерства Закордонних Справ, колишнього Міністерства екології та природних ресурсів, Українського Інституту Національного музею Чорнобиль, Галузевого державного архіву СБУ, ДАЗВ, МГО «Центр Прип'ять ком» та ін.

ARTEFACT 2018

В кінці проекту в 2018-му році було проведено унікальну подію, вночі в Прип'яті встановили Діджитал-скульптуру зі штучним інтелектом і засobili 360 лазерний маппинг Прип'яті. На події були присутні більше 200 представників міжнародної та української преси. Про ARTEFACT написали: The Guardian, Vice, El Confidencial, Bloomberg, Independent, El Espanol, MSN, 20 minutes, BBC, Reuters, Associated press, 6 українських ТБ (1+1, Інтер, 5, 24, ICTV, UA.TV) та багато інших ЗМІ.

Вийшли статті на 13 мовах по всіх континентах. Всього у нас понад 300 публікацій про проект. Українські телеканали, національні інформ. агентства.

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



Загальне медіа-охоплення більш 80 000 000 контактів.

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

Перше концептуальне відео проекту <https://www.youtube.com/watch?v=KeNY3JokWPg>

Робота Волонтерського Штабу для допомоги пожежникам, лісникам, рятувальникам і волонтерам, залученим до гасіння пожеж в Чорнобилі у квітні 2020.

Зібрано допомоги на понад 1 млн. грн.

<https://www.facebook.com/ChernobylVolunteers/posts/101725874853215>

За підтримки Сфісу Президента, Міністерства освіти і науки України, Онлайн школи та Національного музею Чорнобиля створено «Урок Пам'яті Чорнобиля» в онлайн форматі для учнів 7-11 класів усієї України, показаний на 8 телеканалах.

Відео: <https://youtu.be/mlYVby87tEA>

Масштабна світлова інсталяція в Чорнобилі. Прапори більше ніж 40 країн засяяли на найбільшій рухомій споруді світу – Новому Безпечному Конфайнменті, ще відомому як «Арка», що зведена над зруйнованим реактором 4-го енергоблоку Чорнобильської АЕС.

Відео: <https://youtu.be/9DVTnXUKzUQ>

Відео: <https://www.5.ua/kyiv/u-zoni-vidchuzhennia-vlashtuvaly-svitlovu>

Преса світ: <https://www.msn.com/pl-pl/wiadomosci/polska/>

Преса: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/den-prapora-na-ob-yektah-zoni>

Було проведено благодійну подію Прип'ять 50 років для прип'ятчан Крайній проект "Припяті 50 років". Замість держави зробили культурну подію для прип'ятчан та показали діджитал-барельєф "Прометей".

<https://www.facebook.com/195750014422268/posts/489507741713159>

<https://www.facebook.com/ikrussss/posts/2717388375024895>

Та багато іншого.

Чому проект є інноваційним?

Проект є інноваційним за формуєю: створюється одразу аудіо продукт у супроводжені аудіовізуальних творів, 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 другий комплексний проект, присвячений тематиці Чорнобиля, але вперше залучить електронних музикантів та молоду прогресивну аудиторію, що не дуже цікавиться соціальними проектами.

Ми будемо використовувати інноваційний підхід як до створення так до

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



промошії музичних творів та відеострімів, 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 електронних музикантів це буде перший досвід такої роботи з індивідуальною арт-резиденцією з експертами ринку, який позитивно відобразиться на їх подальшому зростанні та творчості.

Проект є інноваційним за своєю формою, змістом та механіками реалізації. За змістом: це буде перший проект, присвячений переосмисленню інформаційної складової трагедії Чорнобиля через електронну музику, 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 проекту. В супільному 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 електронна музика зараз є найбільшою популярною серед молодої аудиторії в Україні (не плутати із дітьми до 18 років), що дозволяє зробити це національне переосмислення максимально 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 переосмислення 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 промоції сучасних творів, з використанням вже існуючих напрацювань автора проекту музиканта Валерій Коршунова (Rassvet) та бібліотеки «Звуки Чорнобиля» в кожному творі. Так як в сучасному світі головним каналом популяризації музичних творів є YouTube, в нашему проекті ми створюємо одразу і аудіо продукт і аудіовізуальний твір до нього. В кожному трекі від артистів буде використано сучасну бібліотеку семплів «Звуки Чорнобиля», з реально записаними за підтримки УКФ звуками Зони Відчуження у 2018 році, що будуть надавати особливу атмосферу записам. Кожний відео-стрім буде знімати скрема продакшн команда, зі своїм унікальним стилем та поглядом,

ДИРЕКТОР
Кійченко О.О.



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 розширене 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 тематиці проекту. Це призведе до розширення індивідуального діапазону особистого та мистецького досвіду. Також ми орієнтуємося на відомий світовий соціальний - проект РЕД, що бореться з ВІЛ у Африці та застосовує схожі механіки - <https://www.red.org>.

Для сектору це буде дуже цікавий продукт, що стане рушієм позитивних змін та гарним прикладом колективної співпраці. Як ми бачимо по результатах минулорічного проекту, інші музиканти зараз більш охоче беруть участь у подібних проектах.

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

Основна мета проекту

Створити соціальний музичний проект, в результаті якого під час індивідуальних арт-резиденцій буде створено альбом сучасної електроної музики " Sounds of Chernobyl: Stream of Radiation" із 6 музичних треків, записаних за участі відомих українських та міжнародних музикантів та з використанням бібліотеки «Звуки Чорнобиля».

Створити 6 унікальних відео-стрімів із доданою Зд графікою, що будуть промовувати отриманий культурний продукт серед широкої української та міжнародної аудиторії, об'єднуючи сучасних українців навколо спільніх культурних цінностей та нових сенсів на темі переосмислення інформаційної трагедії Чорнобиля в минулому української нації.

Популяризувати українську електронну музику та підтримати сучасних

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



українських музикантів, які мають міжнародне визнання, але не так відомі в Україні. Актуалізувати тематику Чорнобиля для молодих поколінь, аудиторії сучасної електронної музики.

Надати темі Чорнобиля актуальності та знаковості для міжнародної аудиторії, що цікавиться електронною музикою та креативними сучасними проектами.

Організувати діалог між поколіннями та сформувати передачу історичного досвіду музикантам та сучасних культурних практик, що цікаві молоді, спільноті ліквідаторів, що мало залучена до актуального культурного дискурсу.

Цілі проекту

Ціль

Створити 6 унікальних електронних музичних композицій

Завдання

Надати українським та міжнародним музикантам аудіобібліотеку «Звуки Чорнобиля» та проконтролювати створення 6 музичних композицій

Результат 1

Створено 4 електронних музичних композиції українськими митцями з використанням аудіобібліотеки Звуки Чорнобиля

Результат 2

Створено 2 електронних музичних композиції міжнародними митцями з використанням бібліотеки Звуки Чорнобиля

Індикатори досягнення результатів

4 українських артисти, яких обрано з цього переліку з цього переліку: Woo York, Kotra, Zavoloka, Koloah, Ujif not found, Midi8, Poly Chain, Ponura, ARTBAT, Etapp Kyle, Yan Cook & Mays, Cape code, Dakha Brakha, створили 4 музичних композиції та розібрались у тематиці проекту;

2 міжнародні артисти, яких обрано з цього переліку: Brian Ino, Jan Bloomquist, Lane 8, Nils Frahm, Apparat, Bob Moses, Fideles, Mind Against, створили 2 музичних композиції та розібрались у тематиці проекту;
Всі композиції написані з використанням аудіобібліотеки Звуки Чорнобиля;

Всі композиції є у вільному доступі на soundcloud чи youtube артистів;

Ціль

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



Провести індивідуальні арт-резиденції та записати виступи артистів у Зоні Відчуження

Завдання

Провести 6 арт-резиденцій з українськими та міжнародними артистами у Зоні Відчуження та створити 6 музичних відео-стрімів

Результат 1

Всі 6 міжнародних та українських артистів відвідали Чорнобиль з арт-резиденцією та зустрілись із ліквідаторами та постраждалими в наслідок аварії на ЧАЕС. Всі артисти записали відеоблог про свої враження

Результат 2

Всі 6 міжнародних та українських артистів відіграли живий виступ у Чорнобилі, який було відзнято на відео, а потім оброблено та додано Здіографіку, що відкриває тему Чорнобиля

Індикатори досягнення результатів

Всі 6 міжнародних та українських артистів відвідали Чорнобиль в рамках арт-резиденції та зустрілись із ліквідаторами та переселеними, розпочали спільне обговорення тематики проекту;

Українські та міжнародні артисти презентували свої новостворені треки під час виступу в Чорнобилі;

Зроблено 6 відеозаписів виступу українських та міжнародних артистів у Чорнобилі;

Розроблена комп'ютерна графіка та зроблено постпродакшн 6 стрімів;

Ціль

Презентація музичних композицій та реалізація комунікаційної кампанії проекту

Завдання

Презентувати новостворені треки та виступи артистів у форматі музичних відео-стрімів із додаванням графіки, що розповідають про тематику проекту

Результат 1

Презентовано 6 музичних стрімів з елементами сучасної графіки та 6 відео-блогів із залученими музикантами

Результат 2

ДИРЕКТОР
Кійченко О.О.



Проведено якісну комунікаційну кампанію проекту, виконано всі планові показники

Індикатори досягнення результатів

6 музичних стрімів з виступу артистів в Чорнобилі з ефектами Зд-трафіки є у вільному доступі на Youtube та мають по 100 000 переглядів:

Презентовані 6 відіблогів у Facebook з презентацією новостворених треків та розповіддю музикантів про тематику проекту, кожен блог має більше 100 000 переглядів:

Всі відеоблоги та відеостріми будуть представлені на сайті проекту

Проведено комунікаційну кампанію проекту з медійним охопленням понад 2 000 000:

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

- Український сегмент фейсбуку та youtube, його сама активна аудиторія - люди віком від 17 до 38 років.

Охопленні медіаю кампанією проекту більше 600 000

На них буде спрямована комунікаційна кампанія, вони дізнаються про проект та побачать відео-стріми.

- Українськи музиканти та електроні музиканти, діджеї, що залучені та не залучені до проекту. Залучені митці повинні після проекту бути повністю задоволені проектом та популяризувати його надбання всю кар'єру. Також, по суті, стати амбасадорами проекту для яких участь у проекті та створена пісня та кліп стали візитівкою їх творчості. Повинні отримати більше виступів після участі у проекті. У цьому році буде 35 років Чорнобилю та по Україні будуть тематичні концерти та події, тож музикантів можуть запрошувати на них з їх тематичними треками. Незалучені до проекту музиканти повинні побачити, що варто об'єднуватись у колаборації один з одним, залучати свої аудиторії до соціальних проектів. У подальшому вони повинні самі створювати такі тематичні спільні проекти.

18-50, до 2000 осіб

Детальний портрет автора/виконавця згідно з даними, отриманими в результаті опитування, у плані авторів/виконавців український музичний ринок досить молодий (лише 4,1% старші за 45 років, більша частина респондентів, а саме 51,8%, – люди у віці від 26 до 35 років), але водночас досвідчений: сукупно 58% респондентів мають досвід роботи 5-20 років.

Сторінка 44

<https://soundbuzz.com.ua/images/research/Study%20of%20the%20Music%20Market%20of%20Ukraine%202020.pdf>



- Поціновувачі українського музичного продукту, що вподобали сторінку будь якої української групи на фейсбуку. 13-65, від 600 000 до 1 000 000 осіб охоплених рекламною кампанією.

Кількість розрахована із рекламного кабінету фейсбуку.

Дослідження:

<https://www.ukrinform.ru/rubric-society/2816483-cto-dali-kvoty-ukrainskoj-muzyke-za-tri-goda.html>

- Ліквідатори та переселені із Зони Відчуження. Більше 200 000 осіб.

- Важливою є аудиторія міжнародної преси для популяризація 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 русі 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.

Більше 100 українських та міжнародних журналістів

Гендерні обмеження відсутні.

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

Залучення непрямої аудиторії працює шляхом розповсюдження інформації про усі заходи, передбачені проектом, через пряму аудиторію, ЗМІ, соціальні мережі, рекламу, через відповідні канали комунікації.

- Прихильники робіт музикантів проекту та поціновувачі електронної музики, меломани, зацікавлені проектом Звуки Чорнобиля та Чорнобильською тематикою.

- Люди, народжені в роки катастрофи, безпосередні ліквідатори та учасники подій (рік народження до 1986 року). Інтерес з боку даного слюю населення обумовлений тим, що для них Чорнобильська катастрофа – не просто сторінка історії, а частина реалій минулого. Всього на 2015 рік за статистикою Мін.Соцполітики України було 2 000 000 осіб, що мали наслідки аварії на ЧАЕС;

- Діти шкільного віку (10-17 років) та студентство (18-23 роки), які грають в тематичні ігри або переглядають фільми про Зону відчуження. Для них



такий проект – можливість дізнатися правдиву історію Чорнобилю з вуст музикантів. Важливо показати юнацтву важливість проблематики та її актуальність в умовах сьогодення, оскільки саме від них залежить майбутнє держави;

- 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 навіює негативні думки, так само, як обговорення Голодомору, репресій 37-го року, війни тощо. Повернення Чорнобиля у культурний дискурс з цікавою, прогресивною сторони наддасть новий поштовх до обговоренням та визначення соціумом цієї трагедії;
- Працівники атомної промисловості, технічні та галузеві фахівці, органи центральної влади та місцевого самоврядування. Встановлення історичної справедливості та вшанування фахівців промисловості, визнання їх важливості та цінності роботи. Біля 50 000 осіб.
- 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 Чорнобіль. Мають інтерес подивитися більше про Чорнобіль в інтернеті, особливо музичні твори на тематику Чорнобилю;
- Споживачі культурного продукту онлайн - молодіжна аудиторія 16 - 35 років, яка активно використовує сучасні технології
- Активні користувачі смартфонів різного віку (знайти інформацію щодо кількості користувачів смартфонів в Україні виявилося неможливим);
- рекламні агенції, що створюють цікавий онлайн контент та прогресивні проекти (до 20-ти агенцій);
- креативні бізнеси, що зацікавлені у створенні сучасного онлайн контенту (в Україні їх кілька сотень);
- приватні та державні освітні інституції, що зацікавлені у новій якості взаємодії з аудиторією (ми охопимо кілька сотень інституцій тільки в Україні та десятки - за кордоном);
- приватні та державні культурні інституції, що зацікавлені у створенні арт-проектів та залученні користувачів власного онлайн контенту (ми охопимо від 50 до 100 таких інституцій).

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Культурні потреби та інтереси ядра цільової аудиторії були визначені шляхом проведення онлайн опитування у інтернеті, а також через

ДИРЕКТОР
КЛІЧЕНКО О.О.



індивідуальне спілкування організаторів з музикантами та трендсеттерами поціновувачів електронної музики під час реалізації попереднього проекту Звуки Чорнобилю. Окрім того, задля кращого розуміння інтересів аудиторії організатори постійно відвідують інші мистецькі події як в Україні, так і закордоном, а також відстежують сучасні тенденції у мистецтві, які могли б зацікавити потенційного слухача/глядача.

Робоча група проекту ARTEFACT робили робоче дослідження під час реалізації першої частини проекту ARTEFACT 2018 та під час проведення проекту АРТЕФАКТ: 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 своєрідної арт-терапії на тематику Чорнобиля, бо пережита травма є в національному минулому, але звичайні методи обговорення проблеми не знаходять відгуку у сучасної аудиторії, тому застосування культурних методологій може надати поштовх до переосмислення та пошуку нових сенсів.
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 відео-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 10 потенційних артистів. Тем не менше, ми будемо заохочувати різних митців з різних регіонів України дополучатися до проекту. Робити колаборації, коли один трек пише декілька музикантів.
5. Виявлено, що музиканти хотіли би керувати створенням відео та глибоко погружатися у тематику Чорнобилю, їх це цікавить та вони хочуть

ДІРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



розумітися на темі.

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

Зростання уваги до стрімів та онлайн відео:

<https://www.brid.tv/how-live-streaming-is-changing-the-world-as-we-know-it/>

Пандемія також привела до неймовірної популярності онлайн проектів та онлайн відео. Але якщо в березні-квітні 2020 користувачі намагалися споживати якнайбільше відео контенту в будь-якої якості, то вже в червні-липні вони почали обирати більш якісний контент через втому від несиченого потоку однотипного контенту. Ми впевнені що контент, який має високу якість та візуальну відмінність від інших, зможе швидко захопити увагу фанатів відео-стрімів та онлайн проектів. Про це також каже статистика створення відео-контенту у ютубі.

Дослідження по зростанню ролі стрімів за 2017-й рік.

Фактори зростання

1. Невідкладність і інтрига

- Фактор «це не можна пропустити» + в ефірі може статися все що завгодно

(59% вважають за краще онлайн-відео прямому телевізійного ефіру)

- Через фактор захоплення

- Боязнь пропустити щось важливе і цікаве (FoMO).

2. Привабливість

- Інтерес до особистих і неотрепетованним подій реальних людей (87% вважають за краще традиційному телебаченню перегляд онлайн)

- Через грихованого або неофіційного контенту

- Миттєве підключення, зворотний зв'язок і задоволення потреб.

3. Глядачі

Характер і переваги

- 64% дивилися за минулий рік онлайн-відео.

- 78% вже дивляться відео в реальному часі на Facebook Live.

- 82% вважають за краще постам в соцмережах відео в режимі реального часу від брендів.

- 67% заявляють, що якість - це найважливіший фактор для потскового мовлення.



- 80% віддадуть перевагу читанню блогу перегляду онлайн-відео від бренду.

Для чого вони дивляться?

- ? 29% спорт.
 - ? 30% ставлення і сім'я.
 - ? 38% музичні концерти та кліпи.
 - ? 41% новини.
 - ? 53% смішне відео.

Кількість переглянутих годин на Twitch зросла на 25% в 2018 р, на сервісі YouTube Live зростання склало 104% - йдеться в дослідженні компанії Stream Elements. <https://blog.streamelements.com/streaming-in-2018-the-state-of-the-stream-c460be8b1c5>

Третє місце за переглядами зайняла платформа Microsoft Mixer, де зростання до минулого року склав 179%. В абсолютних цифрах приріст перегляду на Twitch досяг 506 млн годин, на YouTube - 414,5 млн годин, на Mixer - 39,6 млн годин.

Щодо музики.

Потреби були визначені через аналіз досліджень та матеріалів на культурну тематику, опитування культурних експертів. Найяскравіша тенденція світової сцени останніх десятиліть – це ворлд-мюзік 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 фолку. 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/muzichni-smaki-ukraintsi-v-pop-folk-shanson>) 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 радіоefіри – усе це дозволяє почути, якою є Україна. На хвилі українізації та повернення до моди етно-мотивів, проект користуватиметься попитом 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 експортує

ДИРЕКТОР
КЛІЧЕНКО О.О.



продукт культурної індустрії. А це не тільки гроші – при грамотному позиціонуванні це привабливий інструмент м'якої сили та культурного впливу за кордоном.» (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

Шодо пстреби 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, досліджені щодо медіа-грамотності українців. Всі ці дослідження актуалізують тематику проекту та дають вектори шляхів донесення інформації щодо протидії маніпулятивної інформації, пропаганди, замовчуванню та викривленню інформації у мережі. 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 2018му році в межах проекту АРТЕФАКТ

<https://youtu.be/ADntT8tqfpA?t=89>

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

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

Дослідження Edelman Trust Barometer: <https://www.edelman.com/trust/2018-trust-barometer>

<https://www.edelman.com/trust>

В 2019-му році Міністерство цифрової трансформації України на чолі з Віце-прем'єром Михайло Федоровим провело дослідження щодо медіа-грамотності населення - <https://osvita.diiia.gov.ua/> Дослідження за посиланням: http://static.diiia.gov.ua/diiia-osvita/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82_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/>

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



wp-content/uploads/2019/02/ДОВІРА-ДО-ЗМІ-ВПЛИВ-РОСІЙСЬКСІ-
ПРОПАГАНДИ-presentation.pdf

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

Сторінка 20-21.

У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задоволеннями (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної (их) аудиторії?

Вся аудиторія отримає сучасний інноваційний культурний продукт у вигляді нових пісень та сучасних відео до них.

Відео будуть у тренді серед поціновувачів електронної музики та активно гратися серед діджейв. Це призведе до активного залучення аудиторії та обговорення проекту. Проект стане феноменом, що будуть обговорювати багато років. Багато людей залучиться у тему проекту.

Аудиторія інтернету (фейсбука ютут) отримає нові цікаві музичні композиції та сучасні відео-стріми, які можна подивитися, послухати, пошерити 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 треки, авторів та під різним кутом зможуть почути та проговорити проблему маніпулювання новинами, інформаційну частину трагедії Чорнобилю, фейк ньюз та інше. Це залучить до проблематики, наддасть 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 опрацювати 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 їм відомих міжнародних музикантів, це буде сприяти інтернаціоналізації української культури та її популяризації за кордоном.

Опосередкова аудиторія отримає цікавий незвичний актуальній та якісний культурний, де інноваційним засобом зможе залучитися до музичних-творів на актуальну тему Чорнобилю, медіа-грамотності, протидії фейкам, переосмислення історії власної країни.

Хто є зацікавленою стороною (ами) проекту (особи чи інституції, які можуть

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



– безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проект чи бути під впливом проекту)? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними

Музиканти та їх менеджмент, що будуть залучені до реалізації проекту - ARTBAT, Woo York, Etapp Kyle, Zavoloka та Kotra, Dakha Brakha, Kočah та Midi8, Poly Chain, Ponura, Yan Cook & Mays, Cape code Nils Frahm Brian Ino, Apparat (Moderat), Jan Bloomquist, Bob Moses, Mind Against. Безпосередньс беруть участь у проекті. Державне агентство з управління Зоною Відчуження підтримує проведення проекту та його заходи, допомагає у проведенні записів на території Зони Відчуження. Співпрацюємо з ними з минулого року. Експерти Чорнобилю: Національний Музей Чорнобилю, ДП Чорнобильська Атомна Електростанція, МГО «Європейський Інститут Чорнобиля», МГО «Центр Прип'ять ком», громадські об'єднання ліквідаторів аварії на ЧАЕС, ГО «Діти Чорнобилю» Залучаємо експертів до обговорення треків, посилів, візуальної айдентики, збираємо фідбек та просимо залучатися до проекту та поширювати інформацію про нього. Міністерства України: Міністерство екології та природних ресурсів України, Міністерство культури та інформаційної політики, Міністерство закордонних справ, Міністерство Соцполітики. Співпрацюємо із поширеннями результатів проекту та допомогою у залученні державних інституцій. 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 проекту за кордоном. Музичні телеканали M1 та M2, радіохолдинг ТАВР, які хочуть підтримати проект та популяризувати його для широкої аудиторії. Музиканти, що вже були залучені до проекту у минулих роках.

Які ключові повідомлення, яких спікерів буде обрано для поширення інформації про проект серед прямої (их) цільової (их) аудиторії (її), 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 медійне охоплення 80 000 000. Початок проекту "Звуки Чорнобиля" був дуже позитивно сприйнятий пресою та мав безліч публікацій. В цьому році спікерами також будуть музиканти минулих років: Гурт Казка, Сергій Міхалок, Вагоновожатіє, Стасік, Крутъ, Атомік Сімао, Телепопмьюзік, Гус Гус, Bjarki, Dub Fx. Спікерами

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О. О.



проекту завжди були його музиканти, куратори, митці та експерти. Проект ARTEFACT має свою базу експертного мистецького середовища, українських та міжнародних ЗМІ, які з чекають на продовження проекту та охоче приймуть участь в ньому, та вже розміщували новини про Звуки Чорнобиля. Кожен експерт має меседж до своєї аудиторії, у якої має найбільший рівень експертності та довіри. Наприклад, Анна Королевська – науковий директор музею Чорнобиля, Олександр Сирота – член Наглядової Ради ДАЗВ, Артем Біденко – колишній державний-секретар Міністерства Інформаційної Політики (з 28 жовтня 2019 року – державний секретар Міністерства культури, молоді та спорту), Юрій Лех – міжнародний експерт з саунд та медіа-арту, Ірина Прокоф'єва – програмна менеджерка Українського Інституту. Всі вони були учасниками стратегічної сесії проекту та сформували власні меседжі, які в подальшому були транслювані через медіа та соціальні мережі. Посилання: <http://artefact.live/?p=1435> Орієнтовні Лідери Думок та експерти з ким планується співпраця: музиканти проекту, Олександр Сирота, Наталья Шпітковська, Дарья Біленко, Олександр Санченко, Альона Романюк, Олександр Мілов, Олександр Барабошко, Марк Полок, Травкін, Артем Неба, куратори та музиканти проекту, представники партнерських організацій. МЕТА КК: Популяризувати міжнародний альбом та проект - «Sounds of Chernobyl: Stream of Radiation» Звуки Чорнобиля з українськими та міжнародними музикантами», з ціллю культурного переосмислення катастрофи Чорнобиля в минулому української нації, набуття нових сенсів, вшанування 35 роковини, популяризації української музики та привернення уваги до проблем маніпулювання інформацією на прикладі інформаційної складової катастрофи Чорнобилю, з за участю літніх людей, що постраждали в наслідок ліквідації наслідків аварії на ЧАЕС (ліквідатори) до загального українського культурного контексту. ЦЛІ КК: 1. Анонсування створення проекту, за участю аудиторії музикантів, створення власних каналів комунікації: оновлений сайт, блог, відео-блоги, фото-звіти, соціальні мережі. Налагодження комунікації через них. 2. Запрошення аудиторії до активної участі у проекті та перегляду відео-стрімів. Промотування відео на youtube та відео-блогів на facebook. 3. Висвітлення результатів проекту з популяризацією українського музичного продукту та привернення уваги до проблем маніпулювання інформацією на прикладі інформаційної складової катастрофи Чорнобиля. 4. Міжнародна комунікація та донесення треків, відео-блогів, відео-стрімів та ідей проекту до міжнародної аудиторії. Аудиторія для таргетованої реклами у youtube та facebook: 18-45, 50%/50% Ч/Ж, достаток: середній; Сегментація: - аудиторія проекту ARTEFACT та партнерів проекту (через підключені аккаунти), професіонали, музиканти, артисти, представники креативних індустрій Європи та України; - аудиторія, що цікавиться електроною музикою та



українською музикою; - аудиторія, що має відношення до Чорнобильської катастрофи, відселені, спілки ліквідаторів, їх сім'ї, постраждалі; - широка аудиторія українців з 18-45, 50%/50% ч/Ж, достаток: середній, вище середнього; високий. Повідомлення: В Україні продовжують проект із запису треків про Чорнобиль, тепер це електронні музиканти Потік Радіації – в Україні створюють сучасний альбом електронної музики про Чорнобиль 6 унікальних відео-стрімів із Чорнобилю Що ти знаєш про Чорнобиль? Подивись відео-блоги про створення унікального музикального альбому Звуки Чорнобилю за участі українських та міжнародних музикантів 6 нових електронних треків – що ми отримаємо в результаті проекту «Звуки Чорнобилю» Я ніколи по це не думав! – український музикант написав трек про Ліквідаторів після поїздки у Зону Відчуження Перші фстокартки із запису «Звуків Чорнобилю» та інтерв'ю з музикантами, що залучені у проект 6 різних історій про Чорнобиль від музикантів. Презентовано тематичний альбом Sounds of Chernobyl: Stream of Radiation (Звуки Чорнобиля: Потік Радіації) Чому про це не знає весь світ? – інтерв'ю міжнародного музиканта проекту Sounds of Chernobyl: Stream of Radiation після його відвідування Зони Відчуження. Sounds of Chernobyl: Stream of Radiation – unique streams from Chernobyl Exclusion Zone ІНФОРМАЦІЙНІ ПАРТНЕРИ: 1. Партнером проекту 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 музикальні продюсери проекту будуть ходити у ефіри радіостанцій, а пісні проекту будуть у ротації тому що ТАВР Медіа вследіє станціями, що різні по стилю та аудиторії та одна пісня проекту може грatisся на одній станції, а інша може активно бути у ротації на іншій. 2. Партнер проекту телеканал M2 (<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, поширити інформацію в українських та міжнародних медіа. 4. Державна Агенція з управління зоною відчуження розповсюджує інформацію по базі світів ЗМІ та сприятиме у створенні альбому. 5. Чорнобильські організації: МГС «Центр Прип'ять ком», громадські об'єднання ліквідаторів аварії на ЧАЕС, ГО «Діти Чорнобилю» 6. TCH.ua - разом працюємо на діджитальним великим спецпроектом, який буде підтримувати проект. 7. Інститут розвитку регіональної преси. Цей партнер допомагає нам розробити та поширити матеріали по фактчекінгу та медіаграмотності та імплементувати їх до проекту. 8. International public relation and support artist agency - Neighborhood. Допомагає з прес-підтримкою музичного альбому та кліпів у світових медіа. Проявлення УКФ під час комунікаційної кампанії Під час просведення комунікаційної кампанії проекту ми будемо використовувати

ДИРЕКТОР
КЛІЧЕНКО О.О.



Логотип УКФ згідно правил брендбука, — Наголошувати про підтримку від УКФ під час прес-конференцій, онлайн трансляцій, відео блогів (якщо досрочно), спілкування з пресою, — Також згадувати про підтримку та додавати посилання до постів у фейсбук, у прес релізи проекту, матеріали проекту. — Розміщувати логотип УКФ на віжуалах, 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 моніторінг ЗМІ, — Нагадувати про підтримку фонду в промо-матеріалах проекту, — Використовувати Дисклеймер при підготовці поліграфічної продукції, надавати примірники продукції, Комунікація проекту відповідає принципам толерантності, гендерної рівності та підтримки розмаїття.

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

Минулорічна комунікаційна кампанія зарекомендувала себе якісно та ефективно, тому більшість механік буде повторено.

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

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. Плануємо долучити на екскурсії до Чорнобиля 5-6 журналістів.

Також залучити пресу нам допомагає прес служба Міністерства енергетики та природних ресурсів, інформ.агенція УНІАН, прес служба Державного агентства з управління Зоною Відчуження, особисті контакти зацікавленої преси та ін. Є багато української та міжнародної преси з проектів минулих років, що цікавляться проектом, тому вони очікують нову інформацію від нас.

Ми будемо вести сторінки проекту у соц. мережах, щоб розповідати про проект, рекламиувати 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

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



комунікації с нашою ЦА, тому що саме у них проходять інформаційні атаки, розповсюджуються фейки та саме тут людям стають важливі навички свідомого споживання та поширення інформації. Наші соц. мережі будуть вести просвітницьку роботу.

Для привернення уваги до запису пісень, під час виробничого етапу та постпресдакшену ми будемо вести стріми, робити пости в інстаграм та іноді викладавати бекстейджи зі зйомок, а також вести соціальні мережі проекту та оновимо існуючий сайт. Просувати контент у мережах ми будемо через вбудовані рекламні інструменти facebook та youtube. Ми ставимо за ціль щоб кожний відео-стрім отримав по 100 000 переглядів у youtube та відеоблог отримав 100 000 переглядів у facebook. Тому велику частину бюджету ми закладємо на просування таргетованою реклами. Також ми будемо просувати новини проекту, інтерв'ю тощо.

Рекламна кампанія проходить здебільшого у соціальних мережах, зокрема Facebook, Instagram та youtube. Заплановано запуск таргетованої реклами в соціальних мережах та у youtube. Поширювати інформацію про проект заплановано через наявні комунікаційні засоби.

Охоплення у соц.мережах та youtube буде більше 1 500 000 контактів.

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, відео для активізації аудиторії на різних етапах комунікаційної кампанії. Будемо використовувати всі стандартні працюючи методи, такі як розсилка прес-релізів, великі публікації в ЗМІ, інтерв'ю на ТБ та радіо, імейл розсилки по партнерах, таргетовану рекламу для анонсування проекту та рекламу постів для знайомства більш широкої аудиторії з нашим проектом. Задаємо 5 нових партнерів ЗМІ.

Так як бюджет цьогорічної програми ІКП скорочено, то було скорочено послуги міжнародної агенції, але міжнародні медіа вже виявили зацікавленість проектом, тому ми маємо намір отримати 4-5 міжнародних публікацій у профільних виданнях про електронну музику. Можливо залучення міжнародних журналістів до прес туру на запис альбому за власний кошт.

Веб-сайт. Ми оновимо сайт проекту, де будемо викладувати новини проекту, відео-стріми та блоги, інтерв'ю та самі треки 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

ДИРЕКТОР
Кійченко О.О.



бекстейдж про створення тематичного альбому. Це також збільшить інформаційне покриття проекту та його сталість. Таким чином ми розширимо покриття проекту, зробимо його більш помітним у інформаційному просторі.

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

Плануємо більше 50 публікацій у ЗМІ та охоплення новин більше 500 000 контактів.

Також залучаємо сторінки учасників та партнерів проекту у соціальних мережах. Буде використано відео та фото. Активна частина комунікацій в соцмережах буде під час залучення музикантів та презентації результатів проекту (стріми, треки, новини про проект), тобто з липня по жовтень 2021 року (4 місяці). Отримаємо більше 30 постів від партнерів та музикантів проекту.

Також будемо розсылати прес-релизи та розміщувати новини у загальнонаціональних медіа у рубріках "музика", "культура", "інновації". Лайфстайл медіа у рубрики "культура", "розваги". Телеграм канали: різних медіа, про музику, мистецтво та можливості для розвитку в мистецтві, про освіту. Авторські медіа (блги) – тематичні "музика", "культура", "мистецтво", "технології";

Раз на місяць будемо робити інтерв'ю з командою проекту. 5 інтерв'ю із командою проекту та музикантами.

Минулого року у нас був спецпроект із медіа СЛУХ, він пройшов вдало, але, через зменшення цьогорічного бюджету на проект, цього року нам довелося спецпроект скоротити.

Які засоби масової інформації будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту (вкажіть назви засобів масової інформації та кількість публікацій/матеріалів, які заплановані)?

Загалом плануємо більше 100 публікацій за весь проект. Про минулорічний проект написало більше 270 публікацій у медіа.

Орієнтовний список ЗМІ, з якими вже працювали по проекту Звуки Чорнобиля та ARTEFACT: TCH.ua, UA TV, Обозреватель, Громадське, УНІАН, ICTV, Детектор медіа, Інтер, Радіо свобода, Асошиейтед Пресс, Рейтерс, РБК, Зік, Бабель, The Village, BZH, 24TV, ZN.ua, NV.ua, korrespondent.net, Бабель, Нмарочос, Bit.ua, Musicweek.ua, allkharkov.com, dumskaya.net, НашКиев, Жити у Львові, Культометр Одесса, Socportal.info, bigmir.net, gordon.ua, 057.ua, vgorode.ua, segodnya.ua. Platfor.ma, telegraf.design, bit.ua, csvitoria, the



insider, l'officiel online, korydor, your art, moviegram, okino, lb.ua

Маємо підтримку проекту 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 The Guardian, Independent, Vice. Деякі з них писали про проекти у Чорнобилі та приїжджають до Чорнобиля восени 2018.

Активзацію проекту ARTEFACT 2018 відвідало близько 200 представників преси та блогерів серед яких 1+1, Подробності, Інтер, Україна, НЛО ТВ, Радіо Свобода, Асошиейтед Пресс, Рейтерс, РБК, Зік, УНІАН, блогери Травкін, Артем Неба, Мамай, Смушков та інші, тож ми маємо на меті запросити їх на прем'єру стрічки та підсвітити її на вище перерахованих медіа.

Спілкуємось про партнерство з сайтами Комерсант, Обозреватель, Ліга.нет, ЛБ.юей, Бігмір про партнерство в розділі "культура". Більшість медіа дуже зацікавлені проектом, наразі створюємо схему співрабітництва.

Один з найбільших партнерів - ТСН.ua., обов'язково підтримають UATV, Bit.ua, RBK, Obozrevatel, УНІАН, УКРІНФОРМ, Segodnya.ua, NV.ua та багато інших.

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті виконання інформаційної складової проекту?

Якісні:

- Українськи артисти створили нові музичні композиції з використанням аудіо-бібліотеки Звуки Чорнобиля;
- Міжнародні артисти створили нові музичних композиції з використанням аудіо-бібліотеки Звуки Чорнобиля;
- Всі композиції є у вільному доступі на soundcloud чи youtube артистів та у відео-блогах з поїздки;
- Всі артисти відвідали Чорнобиль в рамках арт-резиденції;
- Презентовані відео-блоги з поїздки кожного артиста;
- Артисти презентували свої новостворені треки під час виступу в Чорнобилі;
- Зроблено відеозапис виступу артистів у Чорнобилі;
- Залучено ліквідаторів та постраждалих в наслідок аварії на ЧАЕС до зйомки стрімів;
- Розроблена комп'ютерна графіка та зроблено постпродакшн кожного відео запису виступу;
- Всі музичні записи з виступу артистів в Чорнобилі з ефектами 3D графіки є у вільному доступі на Youtube у форматі відео-стріму;

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



- Кожен виступ має популярність та перегляди від зазначеної аудиторії проекту;
 - Проведено успішну комунікаційну кампанію проекту, відео, реклама, новини, публікації, інтерв'ю тощо;
 - Маємо гарні відгуки від партнерів, ліквідаторів, музикантів, преси та аудиторії.
 - В проект залучено іноземний досвід промоції проектів із залученням до створення музичного продукту – ми орієнтуємося на соціальний – проект РЕД, що бореться з ВІЛ у Африці та застосовує схожі механіки - <https://www.red.org>.

Кількісні:

- Українські артисти створили 4 музичних композицій з використанням аудіо-бібліотеки Звуки Чорнобиля;
 - Міжнародні артисти створили 2 музичних композицій з використанням аудіо-бібліотеки Звуки Чорнобиля;
 - 6 артистів відвідали Чорнобиль в рамках арт-резиденції;
 - Презентовано 6 відео-блогів з поїздки кожного артиста та презентацією трека, кожен відео-блог набрав більше 100 000 переглядів;
 - 6 артистів презентували свої новостворені треки під час виступу в Чорнобилі;
 - Зроблено 6 відеозаписів виступів артистів у Чорнобилі;
 - До зйомки стрімів залучено більше 20 ліквідаторів та постраждалих в наслідок аварії на ЧАЕС;
 - Розроблена комп'ютерна графіка та зроблено постпродакшн для 6 відеозаписів 6 музичних відеозаписів з виступу артистів в Чорнобилі з ефектами Зд графіки є у вільному доступі на Youtube;
 - Кожен запис виступу має понад 100 000 переглядів на Youtube;
 - Проведено комунікаційну кампанію проекту з медійним охопленням понад 1 500 000"

Результати КК:

1. Медіа-схсплення через публікації, радіо, ТБ та ЗМІ – загалом, більше 3 000 контактів;
 2. Залучення до проекту 500 000 осіб, активно залучені до проекту - 120 000 осіб (лайки, перепости, коментарі);
 3. Більше 600 000 переглядів відео-стрімів у youtube;
 4. Більше 600 000 переглядів відео-блогів у facebook та instagram;
 5. Не менш 100 публікацій в медіа, 5 інтерв'ю;
 6. 4 міжнародних публікацій;
 7. Гарні експертні відгуки та рецензії на альбом:

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



8. Гарні відгуки відвідувачів у соціальних мережах проекту;
9. Одне велике звітне відео по проекту;
10. 350 000 контактів охоплення публікацій у Facebook;

Яких довгострокових результатів вдасться досягнути завдяки реалізації проекту? Що буде підтвердженням досягнення мети проекту?

Українські музиканти отримають державну підтримку у створенні конкурентоспроможного якісного продукту, що стане великим важелем у їх визнанні в Україні та за її межами, і отримання широкої популярності, в результаті якої отримаємо ще більше якісного культурного продукту. Відеостріми, 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, посилання на них час від часу будуть знову репоститися у соц.мережах, блоги у facebook теж наберуть сумарно більше 1 000 000 переглядів (минулого року, відео кліпи проекту набрали 1000 000 менше ніж за 10 діб, то ми орієнтуємося на віральність контенту, але не таку швидку, як у першому проекті, де були залучені і поп-зарки).

Участь у проекті стане для музикантів, продюсерів, продакшенів «візитною карткою» та підвищить їх популярність, дасть нові можливості та залучить до участі у більших проектах.

Наприклад як для Марії Коростельової, яка після кліпу для гурта Казка о 2020 році почала співпрацювати із гуртом як режисер-постановник живих виступів.

У наступні роки музикантів будуть запрошувати на тематичні концерти присвячені Чорнобилю, чи цьому проекту у світі, залучати дс інших соціальних проектів.

Міжнародні музиканти створють кліпи на свої треки, та будуть частіше запрошуватись до України з виступами.

Напередодні кожних роковин Чорнобилю ці треки та кліпи знову стають актуальними, музикантів запрошують з цими треками виступити на великої кількості подій в Україні та за її межами.

Аудиторія поціновувачів електронної музики зацікавилася тематикою Чорнобиля, дізналася про факти замовчування інформації, дізналася історії ліквідаторів та переселених із Зони Відчуження. Стала ставитися до тематики більш свідомо та з повагою.

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 кейсу Чорнобиля, проведуть паралелі з гібридною війною та побачуть, до чого

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



може привести маніпулювання та замовчування інформації. Створені композиції та відео-стріми стали цікавими за кордоном, ти привернули увагу загальної міжнародної аудиторії до українського культурного продукту. 4 українських музикантів презентують Україну за межами у тематичному перформансі «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 новими музичними продуктами.

Цей альбом покаже діячам мистецтва, в першу чергу - музикантам, що такі колаборації та робота на суспільно-важливі теми є актуальними, 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 РЕД, що бореться з ВІЛ у Африці та застосовує схожі механіки - <https://www.red.org>;
 - підвищено загальний рівень зацікавленості культурним контентом широкою ЦА у кореляції з високою якістю створеного культурного продукту

Опишіть соціальну (супільну) цінність результатів проекту

Важливим є залучення прихильників електронної музики до важливого соціального проекту та створення культурного діалогу між ліквідаторами та молоддю, адже в ліквідаторів є сприйняття молоді як нерозумної та такої



що не цікавиться українською історією. А у молоді є сприйняття, що тема Чорнобилю настільки не цікава, сумна та жахлива, що про неї навіть не треба замислюватись. Тільки можна шуткувати про те, що якщо ти пойдеш у Чорнобіль, то потім будеш світитися. Такі жарти дуже болісні ліквідаторам та показують, яка прірва між поколіннями і яке тстале нерозуміння. Це товкає ліквідаторів та молодь один від одних, створюється поляризація думок. Один не сприймають інших. Проект буде поєднувати ці покоління через культурний продукт та його обговорення та стане першим проектом, що дасть шанс обидвом аудиторіям бути почутими.

Цей проект творче та через залучення різних музикантів, продюсерів та різних продакшенів відео-стрімів, через різну Зд графіку 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 сьогоденні, адже ця тема живе з нами у кожній сім'ї.

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

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 катаstrofu, залучає увагу суспільства на історичну «білу пляму» та допомагає подивитись на аварію на ЧАЕС через нові мистецькі 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 35 роки після аварії в Україні були культурні проекти, що присвячені Чорнобилю, але всі вони розповідали тільки частково, концентруючись на одному з моментів чи куті погляду. Також, як правило, ці проекти задіювали тільки один сектор культури.

Актуальна тема фейків цікава зараз у всьому світі і буде гарячої ще довго. Це стосується загального розвитку суспільства і дс чого в майбутньому призведе діджиталізація. Втеча людей в соціальні мережі, втрата душі.

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКЭ О.О.



отримання великих знань як у комп'ютера, хто за цим стоїть, біг дата, корпорації, GDPR, питання з приватних даних в інтернеті, маніпулювання інформацією та зміна її сприйняття. Це зараз актуально в соціумі, культурі, арті. Проблематика фейків, гібридної війни, кейсів фейків прости України та Чорнобилю дуже актуальні та цікаві. Музичний проект на таку тему буде мати інтерес від аудиторії в Україні та за її межами. Спілкуючись з музикантами 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 приклад замовчування та спаплюження цієї інформації ми бачимо як працюють методи створення фейків, спаплюження 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, наприклад, чи було право відмовитися від залучення до ліквідації аварії о 1986 році 20-річних юнаків, що проходили строкову службу у радянській армії? Чи знали вони. Шо частина з них помре відразу. Або до 50 років, або бути мати у організмі генетичні дефекти, що будуть передаватися всім їх нащадкам? Чи історії вагітних жінок, яким примусово робили аборт. Таких історій і аспектів про Чорнобиль є чимало.

Питання доступу до інформації – замовчування, пропаганда та дезінформація власного населення.

Екологічна сталість – питання щодо використання атомної енергетики тсшо.

Соціальна відповідальність, подолання наслідків російської агресії, залучення літніх людей, що постраждали від Чорнобилю до спільнотного українського культурного ділкурусу (це дуже важливе питання, яке ми припрацьовуємо із залученими ліквідаторами). Ця соціальна цінність є невід'ємною частиною проекту.

Також на меті ми ставимо шанування трагедії Чорнобилю, адже у 2021-му році виповнюється 35 років з моменту аварії на ЧАЕС. Щоб вшанувати всіх постраждалих ми розповімо про замовчування та викривлення інформації про трагедію владою. 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

ДИРЕКТОР
ЛІЙЧЕНКО О.О.



навчитися та побачити жахливі наслідки, що можуть бути зроблені інформаційним маніпулюванням, пропагандою та замовчуванням!

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, треки та стріми буде розміщено на веб-ресурсі, тож скачати та прослухати їх у відкритому доступі можна буде будь-коли. Створення відео-стрімів дає доступ іноземної аудиторії до візуальної адаптації треків, перегляди зростатимуть з кожним роком. У 2021 році світ вшановуває 35 роковини трагедії, тож альбом, треки та стріми 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, оновимо сайт - це наддасть аудиторії можливість подивитися за лаштунки проекту та підсилити її зацікавленість проблематикою. Фото та відео звіти про зйомки будуть розміщені в інтернеті. Ми продовжимо популяризувати інформацію щодо катастрофи та надавати розголосу проблематиці проекту. Музиканти будуть виступати на тематичних подіях присвячених 35 роковинам аварії на ЧАЕС. Кінцевим результатом проекту також стануть якісні цікаві відео-стріми з 3d графікою та аудіо продукт, який буде у вільному доступі, розміщений на діджитальній платформі youtube та буде у вільному доступі для поціновувачів електроної музики по всій Україні. Більш того, так як маємо загальний дефіцит на український сучасний аудіо продукт більшість музичних творів, які стануть результатами проектом, будуть використані як примірник якісного сучасного музичного продукту. Після закінчення проекту діджитальна платформа буде продовжувати своє існування. Кожен з молодих музикантів чи просто зацікавлених спостерігачів зможе використати викладені у вільний доступ бібліотеку «Звуків Чорнобиля». Аудиторія матиме можливість вільно слухати всі створенні в результаті проекту треки та дивитись у вільному доступі відеоблоги 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

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



засадах (самоокупності, фінансування з державного або місцевого бюджету, грантової чи спонсорської підтримки тощо)?

Минулого року ми писали про довгострокові результати, якими, по суті, і є цей проект, що розвиває ідеї та механіки минулорічного проекту. Цим проектом ми підтверджуємо ідеї, що були закладені минулого року та розвиваємо їх у нові можливі проекти.

Також, треба сказати, що музикантів минулорічного проекту зараз залучено до музичних проектів та концертів на честь 35 роковин аварії на ЧАЕС, та вони досі дають інтерв'ю на цю тему. Саме після минулорічного проекту було залучено нових музикантів, що дуже зацікавлені проектом зараз.

Проект може розвиватися в нові тематичні альбоми інших тематик, або глибше проопрацювання 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 роковини Чорнобилю в Україні та на 36 роковини у світі. Це проект сецесіального напряму тому його монетизація складна і можлива, при умові залучення ГО ветеранів і ліквідаторів Чорнобиля. 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.

Можлива співпраця із регіонами та навчання регіональних культурних операторів механікам проекту. Команда проекту готова брати участь у конференціях, робочих групах та ділитися досвідом.

Якщо проект отримає любов народу та великі музиканти, телеканали та радіо-групи будуть бачити інтерес у аудиторії, можливо повторення проекту на принципах самоокупності за рахунок проланої ТБ та Радіо реклами.

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

Команда проекту готова співпрацювати із УКФ, поширюючи інформацію про проект через різні канали комунікації.

?

Як організація-заявник планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями? Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?

ДИРЕКТОР
КЛІЧЕНКО О. О.



Після завершення проекту ми працюватимемо над просуванням здобутків проекту: продовжиться промоція відео-стрімів, співпраці з музикантами, популяризація треків та пісень проекту. Запис треків та відео – лише перший ступінь у становленні артиста: проектом передбачено подальший розвиток проекту, сприяння 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 впровадження 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 (час складання заяви) на ЧАЕС ми плануємо зробити тематичний музичний проект із залученням всіх учасників проекту та працівників станції.

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

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 прагнемо 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. 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.

ДИРЕКТОР
Кійченко О.С.



та змінити фокус в бік глобального контексту. Планується створення партнерств з об'єднаннями діаспори та музичними фестивалями, що працюють в схожому творчому полі. Плануємо розробити дੱਚکілька концертів на українських фестивалях діаспори, маємо перемсвіни із BWV Toronto Ukrainian Festival <https://www.facebook.com/torontoukrainianfestival/>

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Кійченко Олександр Олексійович

Роль у проекті

Координатор проекту- проект менеджер

Перелік основних обов'язків

Контроль та управління проектом. Переговори та домовленості з партнерами. Контроль проведення подій проекту. Моніторинг результатів проекту. Звітність

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)

50%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

З 2007 року – керівник підприємства ТОВ «Лавіна Концерт», яке входить до складу найбільшого музичного холдінгу в Україні «Lavina» https://uk.wikipedia.org/wiki/Lavina_music

Більше 20-ти років працює у сфері шоу-бізнесу, має досвід загального планування, комплексної організації, менеджменту та проведення масових заходів різних рівнів - фестивалів, турів, державних та професійних свят, Днів міст, благодійних та комерційних концертів. Має успішний досвід у співпраці з артистами у напрямках менеджменту, промоушн, організації виступів. Має досвід у співпраці з радіо та телебаченням у розміщенні реклами та інтеграції ТМ в телепроекти.

В 2020 був координатором проекту "Запис альбому "Звуки Чорнобиля" з українськими та міжнародними музикантами".

У 2019 році був координатором проекту «Участь українців у знаковій події Burning Man, США», за підтримки Українського Культурного Фонду.

Проекти було проведено успішно, з широкими медійними результатами в



Україні та світі.

Попередні місця роботи, які пов'язані з профільною діяльністю: - 1996 - 1997 р. – продюсерська агенція у складі ТРК «Золоті Ворота», м. Київ, менеджер; - 1997 - 1999 р. – ТОВ «Фестиваль «Червона Рута»», м. Київ, технічний директор; - 2001 - 2006 р. – ЗАТ «Таврійські Ігри», м. Київ, керівник департаменту музичних програм; - з 2006 р. – ТОВ «Лавіна Концерт», м. Київ, керівник концертного департаменту, директор.
Основні івенти, які були організовані та успішно проведені: - 2006 – 2008 р. – концертні заходи до Дня Незалежності та Дня Молоді, м. Київ, Майдан Незалежності, Європейська площа; - 2007 р. - концерт «Georgian Legends» танцювального колективу «Єрісоні» (Грузія) за підтримки посольства Грузії в Україні, Національний палац України; - 2008 р. – концертний тур гурту «Morandi» (Румунія) на підтримку мобільного оператора, 7 міст-мільйонників, площи; - 2008 р. – концерт гурту «Scorpions» (Німеччина) на підтримку кандидата в мери Києва, Європейська площа; - 2006 – 2009 р. - професійні свята до Дня Металурга з концертною програмою, м. Кривий Ріг, ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», стадіон Металург; - 2008, 2010, 2011, 2012 р. - організація виступів європейських та українських артистів на міжнародних змаганнях з авторалі «Прайм Ялта Авторалі»; - 2013 р. – концертне шоу «Кароліна» співачки Ані Лорак, Київ, Палац спорту, координатор проекту, менеджмент та організація шоу; - 2010, 2011, 2012, 2013, 2015 р. – щорічний благодійний «Пікнік» до Дня Незалежності США, організація виступів українських артистів; - 2016 р. – промо-тур від ТМ «Comfy», 10 міст України, площи, промо-заходи та концертна програма; - 2017 р. – День міста Авдіївка, захід з концертною програмою для захисників та жителів фронтового міста, Донецька обл., м. Авдіївка, міський стадіон, спільно з військово-цивільною адміністрацією; - 2017 р. – захід з нагоди офіційної зустрічі бійців особового складу 72-ої ОМБр, що повернулись із зони АТО, святковий концерт з участю відомих українських артистів, м. Біла Церква, центральна площа. Співпраця з телевізійними каналами: - 2013 р. – розміщення реклами на телеканалах групи StarLight Media; - 2013 – 2014 р. – розміщення реклами на телеканалах групи Інтер, інтеграція ТМ у проекти «Орел и решка», «Школа доктора Комаровського». Співпраця з артистами та музичними проектами: - 2006 – 2013 р. - співачка Гайтана, концертний менеджмент, просування; - 2006 – 2015 р. – гурт СКАЙ, концертний менеджмент, просування; - 2012 – 2016 р. – проект Соломіна, концертний менеджмент, просування; - 2016 - 2019 р. – гурт LCA, менеджмент, просування.

Освіта Вища, Національний Технічний університет України (Київський

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



Політехнічний інститут), 1996 р. - інженер-електрик; Незакінчена вища, Академія адвокатури України, м. Київ, з 2016 р. студент заочної форми навчання - право.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

штатний працівник

ПІБ члена команди

Козаченко Артем Олегович

Роль у проекті

Менеджер по роботі з артистами. Контроль виконання забов'язань за проектами.

Перелік основних обов'язків

Залучення міжнародних музикантів, що будуть брати участь у проекті. Узгодження домовленостей, підготовка до поїздок у Зону Відчуження та індивідуальних арт-резиденцій всіх учасників проекту. Комунікація з українськими артистами проекту. Узгодження графіку створення треків. Робота з юристами музикантів. Створення відео-блесгів у Чорнобиль

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)

70%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Успішний досвід роботи ведучим, діджеєм, музичним і креативним редактором на радіостанціях понад 12 років. • Досвід роботи пsonad 15 років організатором, провідним і діджеєм на заходах різного рівня. • Досвід проведення заходів в інших країнах. • Робота на заходах з різною аудиторією, великими компаніями і агентствами, аж до великих концертних майданчиків в кілька тисяч осіб. (Tuborg, Pepsi, Jaguar, Audi, Red Bull, New Balance та інше.) • Резидент багатьох культових клубів і автор вечірок в CHI, ARENA DECADANCE, THE LAB, BOOM BOOM ROOM, HEAVEN • Досвід роботи на відомих фестивалях: GLOBAL GATHERING, OSTROV FESTIVAL, Z GAMES & more. • Досвід провідним і спікером на бізнес інтернет-форумах. • Досвід в медіаринку та рекламних компаніях. • Відмінні знання всіх внутрішніх процесів організації та проведення заходів. • Хороший досвід проведення переговорів з особами, які

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



приймають рішення. Уміння налагоджувати довгострокові й довірчі ділові відносини з Клієнтами та Партнерами. • Хороша напрацьована база контактів. • Особисті якості: сильний організаторські навички, Time management, високий рівень самостійності та відповідальності, клієнт орієнтованість, націленість на результат. Досвід роботи: • Досвід роботи понад 15 років організатором, провідним і діджеєм на заходах різного рівня і з різною аудиторією, великими компаніями і агентствами (концертні майданчики понад 2000 тисяч осіб) (Tuborg, Pepsi, Jaguar, Audi, Red Bull, New Balance і багато інших). • Ведучий і спікер на бізнес інтернет-форумах. • Робота в медіаринку та великих рекламних компаніях. 2006 р. - т.ч. Радіостанція KISS FM, <https://www.kissfm.ua/> - найбільша танцювальна радіостанція в Україні з покриттям 82 городових і понад 2 мільйонів слухачів. Ведучий і діджеї радіостанції. Обов'язки: • Пошук, аналіз інформації, редагування матеріалів, наповнення та роботи ефіру. • Проведення зустрічей з клієнтами, підготовка комерційних пропозицій, боротьба з запереченнями, укладення договорів. • Написання та затвердження тексту для ефіру. Робота в прямому ефірі. • Ведення випусків новин у прямому ефірі. Запис рекламних роликів. • Підготовка матеріалу, цікавих питань для спілкування з гостями студії. 2004 - 2006 рр. Радіостанція СІД FM Музичний і креативний редактор радіостанції. Освіта: 1998 - 2003 рр. Волинський державний університет, м Луцьк, Спеціальність: Політологія. Додаткова освіта: • Музична освіта. Курси ділової української мови, риторики і роботи з аудиторією, економіки. Додаткова інформація: • Знання мов: українська, російська – вільно, англійська – середній. • Впевнений користувач ПК: Microsoft Word, Excel, Power Point, Outlook, специфічні редакторські програми. • Водійські права: категорія «В», Наявність власного авто.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
договір цивільно-правового характеру

ПІБ члена команди

Корнійко Олена Дмитрівна

Роль у проекті

Прес-менеджер

Перелік основних обов'язків

Контроль, координування та моніторинг комунікаційної стратегії під час

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



проекту. Адаптація та запуск комунікаційної кампанії.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
60%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Має 15-річним досвідом комунікаційного супроводження культурних та соціальних проектів, менеджменту та промо таких артистів, як: Ляпіс-98, BRUTTO, Ляпис Трубецької, Соня Сотнік, Сергій Кузін, «ТИК», Коля Серга, «Брати Гадюкіни», «Mad Heads».

Має великий досвід роботи в культурному полі, напрацьовані зв'язки із медіа, рекламними та промо агенціями. Займалась організацією та промоцією концертів та турів:

- Сольні концерти:

Ляпіс-98, BRUTTO, Соні Сотник (ведучою ранкового шоу КАМТУГЕЗА на радіо ROKS); Сергія Кузіан, "Перкалаба", Валентина Стрикало, MRK, Qarpa, Тараса Чубая («Плач Єремії», "THE TOOBS" (Білорусь), "KOZAK SYSTEM", «Настя» (Настя Полєва і Єгор Бєлкін, Росія), «Мегаполіс» (Росія), «Biplan» (Литва), "RasKar", "Stramash" (Великобританія),

• Тури: «Ляпіс Трубецької», Федора Чистяков (екс група "Нуль", Росія), The Tooobs (Білорусь), «Брати Гадюкіни», «Mad Heads», Соня Сотнік, БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ, ювілейні тури та окремі концерти ранкового шоу КАМТУГЕЗА (радіо-шоу №1 в Україні) на радіо РОКС, гурт «Арія» по Україні.

• Фан-зона Євробачення – музичний фестиваль на Троїцькій площі у Києві протягом 15 днів • Концерт-триб'ют пам'яті соліста групи "Брати Гадюкіни" Сергія Кузьмінського "Я вернувся домів" у Палаці спорту, 2011р, в якому взяли участь такі групи як «Океан Ельзи», «Бумбокс», «Воплі Відоплясова», «Перкалаба», «THM Конго», «Ляпис Трубецкій», «Пікардійська терція», «ТИК», «Кому вниз», «ДахаБраха», «Мандри», «The Віо», «Mad Heads XL», «Гуцул Каліпсо», «Гайдамаки» і «Димна Суміш». PR - супроводження та промо арт-подій: концертів, турів, виставок, кіно:

- Виставка благодійного фонду «Відкриваємо двері дітям»
- Вистава "Он - моя сестра"
- Презентація мультимедійної енциклопедії сучасної культури Ukraine. The Best у Києві та у Львові на Форумі видавців
- Фан-зона Євробачення – проект Kyiv Art Fort – найбільший в Україні арт-

планер сучасного українського мистецтва, протягом 15 днів

• Презентація музичного фільму-симфонії "Арка" та 10-тисячний концерт на Поштовій площі - до річниці Чорнобиля за участі ОNUKA та оркестру Наоні (2018)

- Виставки робіт Анатолія Криволапа
- Міжнародна медіа-арт виставка Artefact: Chernobyl 33
- Документальне арт-кіно Артефакти Чорнобиля
- проект роздялові арт-агенції АртПоле Організація та PR підтримка благодійних концертів за участю гуртів: Бумбокс, Гайдамаки, КОЗАК SYSTEM, TRUBETSKOY, СКАЙ, Друга ріка, Ярмак, БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ, «Шабля», Сергій Кузін, Соня Сотник та інших.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

фізична особа - підприємець

ПІБ члена команди

Русанівський Кирило Генадійович

Роль у проекті

Продакшн менеджер проекту

Перелік основних обов'язків

Пошук підрядників щодо звукозапису та зйомки стрімів, узгодження графіку створення треків та зйомок, актуалізація домовленостей, комунікація з відео-продакшном, проведення зйомок. Монтаж, пост-обробка стрімів. Презентація перших відео-стрімів у інтернеті.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)

80%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків):

РЕДАКТОР/БІБЛІОГРАФ/ДИЗАЙНЕР/ ФОТОГРАФ/ВІДЕООПЕРАТОР 06.2010 – дотепер 1. Наповнення та оновлення бібліографічних баз даних. 2.

Редагування тексту та створення макету і обкладинки бібліографічних покажчиків. 3. Участь у ролі доповідача в науково-практичних конференціях і семінарах. 4. Створення аудіовізуальних презентацій для виступів на наукових заходах. 5. Розробка графічного дизайну

ДИРЕКТОР
К. ЙЧЕНКО О.О.



читацького квитка. 6. Проведення фотозйомки на бібліотечних заходах. 7. Створення тематичних відеороликів про діяльність Бібліотеки. 8. Створення інформаційних карток та постерів для публікації на веб-ресурсах Бібліотеки. 9. Адміністрування веб-сайту та сторінок Бібліотеки у соціальних мережах. ФОТОГРАФ/ВІДЕООПЕРАТОР/РЕЖИСЕР МОНТАЖУ/ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙНЕР 06.2013 – дотепер 1. Фотозйомка у жанрах: репортаж подій (концерти, вечірки, дні народження, весілля, хрестини), портрет, вулична фотографія, пейзажна фотографія, предметна фотографія. 2. Відеозйомка і монтаж у жанрах: репортаж подій (концерти, вечірки, весілля, новини, відеоблог), музичне відес, художній кінематограф, документальне відео, реклама (відеогляд продуктів та послуг). 3. Звукозапис репортажних відео (інтерв'ю, промови). 4. Постановка освітлення для репортажних відео, інтерв'ю, відеоблогів. ЗНАННЯ ТА НАВИЧКИ Вільне володіння українською мовою, володіння англійською мовою на рівні Intermediate. Впевнене володіння програмним забезпеченням: Adobe Lightroom, Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro, Adobe InDesign. Практика роботи в програмному забезпеченні: Adobe Photoshop, Adobe After Effects, Adobe Audition, Ableton Live, Logic Pro, Resolume Arena, Wirecast. Практика роботи з цифровими камерами Sony, Canon, Fujifilm, GoPro, кінокамерами Blackmagic, аудіорекордерами ZOOM, петличними та «пушка» мікрофонами, системами електронної стабілізації (DJI Ronin-S), студійним і мобільним освітленням (Dedolight, KinoFlo, Godox, Aperture і подібні). РЕЗЮМЕ 5. Верстка текстових видань, фотокниг, каталогів. 6. Графічний дизайн обкладинок (для книжкових видань, фотокниг, каталогів, музичних синглів та альбомів), постерів, візитівок. ВІДЕООПЕРАТОР/ФОТОГРАФ 09.2013–05.2014 1. Фотозйомка, відеозйомка та монтаж роликів про участь учнів-членів КМАНУМ в науково-просвітницьких заходах. ВИКЛАДАЧ 11.2015–06.2016 1. Проведення лекційних, семінарських та практичних занять для студентів денної та заочної форм навчань з навчальної дисципліни «Електронний документообіг». Проведення заліків та іспитів з предмету. УЧАСТЬ В ПРОЕКТАХ EUROTrips 12.2019–01.2020 Фотограф туристичного туру містами ЄС: Амстердам-Паріж-Берлін-Прага. YOUTUBE КАНАЛ АННІ БОГІНСЬКОЇ 12.2019–01.2020 Оператор-постановник та режисер монтажу ARTEFACT MEDIA ART PROJECT 07.2019–11.2019 1. Оператор та фоторепортер міжнародної медіа-арт виставки «ARTEFACT: Chernobyl 33. Зйомка етапів підготовки та проведення виставки. 2. Проджект-менеджер та оператор-постановник документальної стрічки ARTEFACT of Chernobyl. Зйомка репортажних епізодів та інтерв'ю з експертами. 3. Репортажний фотограф заходів арт-проекту ARTEFACT. UPGRADE / АЛЛА И СЧАСТЬЕ 07.2019 – дотепер Другий оператор та звукооператор на відеозйомках



інтерв'ю для влогу Алли Клименко X-FORCE PRODUCTION 10.2018 –
дотепер Репортажний фотограф, відеооператор та режисер монтаж студії
виробництва медіаконтенту у сфері шоу-бізнесу LOVE MUSEUM 06.2018 –
дотепер Репортажний фотограф нічних цвечірок проекту Love Museum
APLAY 03.2018 – дотепер Репортажний фотограф нічних вечірок проекту
APLAY МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ БЕЗПЕРВНОГО НАВЧАННЯ 02.2018 –
дотепер Репортажний фотограф, оператор-постановник та режисер
монтажу освітніх відеокурсів iall.pro GLOBAL STAGE DESIGN 05.2015 –
дотепер Репортажний фотограф, відеооператор та режисер монтаж студії
сценічного дизайну UA TRANCE FAMILY 12.2013-06.2019 Репортажний
фотограф та відеооператор українського комюніті фанів електронної
музики “UA Trance Family” Вільне володіння українською мовою,
володіння англійською мовою на рівні Intermediate. Впевнене володіння
програмним забезпеченням: Adobe Lightroom, Adobe Premiere Pro, Final
Cut Pro, Adobe InDesign. Практика роботи в програмному забезпеченні:
Adobe Photoshop, Adobe After Effects, Adobe Audition, Ableton Live, Logic
Pro, Resolume Arena, Wirecast. Практика роботи з цифровими камерами
Sony, Canon, Fujifilm, GoPro, кінокамерами Blackmagic, аудіорекордерами
ZOOM, петличними та «пушка» мікрофонами, системами електронної
стабілізації (DJI Ronin-S), студійним і мобільним освітленням (Dedolight,
KinoFlo, Godox, Aperture і подібні). ОСВІТА Гімназія № 117 ім. Лесі Українки
з поглибленим вивченням іноземних мов (м. Київ) Повна середня освіта
09.1997–06.2007 Національна академія керівних кadrів культури і
мистецтв Бакалавратура 09.2007–06.2011 Документознавство та
інформаційна діяльність Магістратура 09.2011–03.2013 Документознавець-
менеджер інформаційно-аналітичних структур, викладач спеціальних
дисциплін Аспірантура 01.2015–12.2017 Документознавство та
інформаційна діяльність

**Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа
- підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір,
волонтер, інше)**

фізична особа - підприємець

ПІБ члена команди

Ніколаєнко Тамара Миколаївна

Роль у проекті

Бухгалтер

Перелік основних обов'язків

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



Бухгалтерський супровід проєкту, робота із підрядниками, проведення оплат, підготовка бухгалтерського звіту.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)

80%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Має досвід ведення первинної документації (приходні, видаткові накладні, накладні наповернення, акти виконаних робіт, авансові звіти, рахунок-фактур), обліку касової документації, банк, еквайрінг; розрахунки з постачальниками та покупцями, акти звірок; розрахунки з підзвітними особами; контроль документації з постачальниками та покупцями; облік РРО, акциз. Є досвід роботи електронної реєстрації податкових накладних в системі Медок, реєстер налогових накладних, оформлення та продовження ліцензій на роздрібну торгівлю алкоголем та тютюном, реєстрація РРО. Досвід по звірки з органами ДФС (за вимогою виїзд до ДФС), контроль залишків на складах, інвентаризація, аналіз інвентаризації, аналіз продажів, контроль за вхідними цінами; планування грошових потоків управлінський облік. Досвід: з 2014р. – теперішній час. Співпраця з ТОВ «ЛАВІНА КОНЦЕРТ» та холдингом Lavina Music з 2009р. Зареєстрована як Фізична особа-підприємець. КВЕД 69.20 «Діяльність у сфері бухгалтерського обліку й аудиту» 2006-2009р. директор ПП «Бухгалтерська фірма «АНТАМ» м. Київ 2004р.-2006р. головний бухгалтер ТОВ «Центр бухгалтерського обліку «Фахівець» м. Київ 2003р.-2004р. бухгалтер ТОВ «Маракеш» (сеть ресторанов «Мировая карта») м. Київ 1988-2003р. інженер, старший інженер Центр комп’ютерних технологій «Київінформцентр» НПО «Міськсистемотехніка». Професійні навички: Стратегічне бачення, системне та аналітичне мислення, керування проектами, керування людськими ресурсами, ведення справ у судах (господарські, цивільні, адміністративні), договірне, корпоративне, податкове право. Знання мов: Українська та російська мови – вільно. Особисті якості: Комунікабельність, відповідальність, чесність, вміння працювати в команді, ініціативність, креативність, амбіційність, постійних пошук нових знань і підвищення професійних навичок. Програми: 1:C Бухгалтерия 7, Word; Excel, Медок, клиент-банк, Store Hause, R-keeper. Освіта: Вища, Київський Національний Економічний Університет, 1988 р.; Прослухала курс CAP (Certified Accounting Practitioner) програми CAP/CIPA

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа)



- підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
фізична особа - підприємець

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: Таймінг. Під час проекту можуть відбуватися значні розходження від початкового таймінгу. Тому що музиканти можуть надавати нові ідеї та глибоко занурюватись у проект. Чи може не співпадати графік концертів тощо. Ми знаємо про це заздалегідь і орієнтуємося на те, що в нас буде час на можливий зсув таймінгу, але головне, створення пісень та відео кожного артисту іде паралельно, тобто, для кожного треку та відео є біля 3-4 місяців. Що доволі багато.

Організаційні. Музиканти, ліквідатори або експерти, з якими була встановлена попередня домовленість, з певних причин не зможуть долучитись до проекту. Оскільки проект зібрал навколо себе багато митців, очевидців трагедії, вчених-дослідників, а також її учасників. В складі команди є досвічені професіонали, що знайоми 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 готові варіанти заміни субпідрядників за музикантів.

Можливість виникнення проблем комунікації всередині команди. Буде вирішена за рахунок планування всієї комунікації заздалегідь, аналізу проблемних місць та чіткого визначення алгоритму внутрішніх комунікацій.

Емоційне вигорання членів команди. Буде вирішено за рахунок продуманого робочого плану який виключає перевантаження членів команди і виключатиме позанормовану роботу та роботу у вихідні дні. Карантин і неможливість офлайн зустрічей. Буде вирішено за рахунок вже відпрацьованого алгоритму онлайн зустрічей, які можуть майже повністю замінити зустрічі офлайн.

За моніторингом проекту слідкує проектний менеджер. Він регулярно проводить наради із перевіркою виконання планових показників відповідного етапу проекту. Це вказано у робочому плані.

Раз на тиждень бухгалтер та фінансист проекту доповідатимуть про стан виплат підрядникам, піар-менеджер - про стан виконання комунікаційної стратегії, результативність її впровадження та можливі корегування, які необхідні, враховуючи ту чи іншу зворотню реакцію від аудиторії; а особа,



яка забезпечуватиме юридичний супровід проекту - про поточну ситуацію щодо укладання договорів з підрядниками та проблеми, які виникають у цьому процесі.

Раз на 2 тижні команда проекту буде збиратися задля обговорення поточних питань та затвердження оперативного плану дій на наступні 2 тижні.

Щодо внутрішнього моніторингу аудиторії проекту, в першу чергу, це моніторинг реакцій шляхом таргетування через соціальні мережі, слідкування за коментарями, комунікація із митцями проекту, а також анкетування відповідно до вимог УКФ після проведення кожного із заходів, передбаченого проектом.

Зацікавлені сторони, члени команди та партнери інформуються про зміну у таймінгу чи умовах проекту заздалегідь, завжди підбирається гарне рішення дляожної зміни.

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

Технічні неполадки під час проведення зйомок. Технічне забезпечення будуть надавати перевірені підрядники. У випадку виникнення технічної неполадки під час зйомок або виключення техніки, неполадку буде операцівно усунено відповідальним за це фахівцем.

Також, ми беремо трохи більше часу на зйомки, тож буде можливість пересняти чи досняти додатковий матеріал із різних ракурсів.

Форс-мажор. Непередбачені обставини. Вирішення, оперативне та адекватне реагування з боку усіх членів проектної команди. Форс-мажорні і політичні ризики розглядаються за загальним підходом щодо діяльності установи відповідно до чинного законодавства України.

Коливання цін. Враховуючи, що формування кошторису відбувалося за цінами наданими підрядниками станом на січень 2021 рік, а активна стадія підготовки до реалізації проекту розпочнеться у червні 2021 року, а фактична сплата послуг відбудеться після, то ймовірне зростання цін на окремі товари/послуги. Проект користується переважно послугами перевірених підрядників-партнерів, з якими співпрацює вже не один рік, тому розраховує на їхню лояльність та розуміння, і буде звертатися з проханням знижок до рівня цін вказаних у кошторисі

Нормальною практикою є внесення змін до комунікаційної стратегії, виходячи з реакції на інформаційні приводи цільовою аудиторією задля

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



оперативного реагування, що дозволить ефективно працювати з аудиторією та досягнути запланованих показників ефективності. Функцію оперативного коригування комунікаційної стратегії покладено на піар-менеджера.

Можлива наявність гучних інфоприводів, що спричинить розсіяння уваги з боку преси . Однак, проекти у Чорнобилі завжди користуються попитом та актуальні для масмедіа. Цього року відбудуться 35-ті роковини аварії, що є вагомим інфоприводом та гарантам уваги суспільства. У разі гучного світового інфоприводу ми залучимо інформаційних партнерів проекту для щільного осбістого опрацювання списку преси для прес-турів.

Менша кількість переглядів та участі у проекті, ніж планові показники. До вересня-жовтня через посилені карантинні обмеження українцям може набриднути перегляд у режимі онлайн, також є ймовірність відкриття кінотеатрів та/або проведення інших офлайн подій.

Стратегія зменшення ризиків. Проект планує розгорнути активну інформаційну кампанію та оперативно вносити у неї коригування, орієнтуючись на зворотній відгук від цільової аудиторії, а також проводити якомога більше інтерактивних подій задля підвищення зацікавленості аудиторії.

Поширення коронавірусу та впровадження обмежувальних карантинних заходів. Проект та інші заходи, передбачені проектом, буде проведено онлайн. Якщо будуть уведені карантинні обмеження, які ускладнять пересування проектної команди по Зоні Відчуження, буде збільшено обсяг робіт, який буде виконуватися дистанційно. Також буде розглянуто альтернативні варіанти організації підготовчих та інших процесів. Можливо робити зйомки із музею Чорнобиля та там організувати зустрічі. Також можливо більше використання 3d графіки та контенту про Чорнобиль. Зацікавлені сторони, члени команди та партнери інформуються про зміну у таймінгу чи умовах проекту заздалегідь, завжди підбирається гарне рішення для кожної зміни.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Дублюємо текст з питання про ризики, тому що там також було написано про моніторинг.

За моніторингом проекту слідкує проектний менеджер. Він регулярно проводить наради із перевіркою виконання планових показник в відповідного етапу проекту. Це вказано у робочому плані.



Раз на тиждень бухгалтер та фінансист проекту доповідатимуть про стан виплат підрядникам, піар-менеджер - про стан виконання комунікаційної стратегії, результативність її впровадження та можливі корегування, які необхідні, враховуючи ту чи іншу зворотню реакцію від аудиторії; а особа, яка забезпечуватиме юридичний супровід проекту - про поточну ситуацію щодо укладання договорів з підрядниками та проблемами, які виникають у цьому процесі.

Раз на 2 тижні команда проекту буде збиратися задля обговорення поточних питань та затвердження оперативного плану дій на наступні 2 тижні.

Щодо внутрішнього моніторингу аудиторії проекту, в першу чергу, це моніторинг реакцій шляхом таргетування через соціальні мережі, слідкування за коментарями, комунікація із митцями проекту, а також анкетування відповідно до вимог УКФ після проведення кожного із заходів, передбаченого проектом.

Засікавлені сторони, члени команди та партнери інформуються про зміну у таймінгу чи умовах проекту заздалегідь, завжди підбирається гарне рішення для кожної зміни.

У робочому плані моніторинг вказано.

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 треків та стрімів проекту;
- Гідготовка звіту про запис альбому та створення проекту;
- 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, віжуалів, соц.сереж, 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.

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, впровадження та реалізації проекту у ширшому колі працівників інституцій-партнерів та участі представників залучених до підготовки експертів та ініціатив;
- залучення зовнішніх експертів, які надаватимуть менторську підтримку і фідбек по проекту та його частинам, сенсам;
- 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, відео-стрімів та їх постобробки, вихід на своєчасний результат;
- кількість переглядів відео-стрімів 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 6 музикантів та розробки творчої частини;
- етап проведення арт-резиденції, створення відео-блогів, інтерв'ю;
- зйомка та створення відео-стрімів, обробка, аранжування, зведення;
- робота з міжнародними та українськими музикантами, договори;
- робота з матеріалами катастрофи Чорнобиля, аналіз та опрацювання;
- реалізація комунікаційної кампанії;
- розробка дизайну, ведення сторінок у соц. мережах, сайту;
- презентація результатів.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

5

Кількість жінок у команді проекту

2

Кількість людей віком від 17 до 34

1

Кількість людей віком від 35 до 50

2

Кількість людей віком від 51 до 60

2

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів



0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту

0

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з інвалідністю? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

так

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

Так

Декларація добroчесності

Я, шляхом підписання проектної заяви, 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.

Так

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 конкурсу відбору та фінансування проектів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсу 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.

Так

В розрізі та з урахуванням норм Закону України «Про санкції» та рішень Ради національної безпеки і оборони України щодо застосування і скасування персональних спеціальних, економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій) відносно громадян та юридичних осіб та з метою отримання гранту інституційної підтримки, цим гарантійним листом, шляхом підписання проектної заяви, підтверджую відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками (юридичними та фізичними особами) держави-агресора Російською Федерацією з 2014 року до цього часу.

Так



Декларація добroчесності

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 заяви, 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

Кійченко О.О.

Підпис



ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.

Дата заповнення

Грантоотримувач:

Андрій
ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Додаток № 2

до Договору про надання гранту № 41/СР221-03.325
від "20. листопада" 2021 року

Назва конкурсної програми: Інноваційний культурний продукт

назва ЛОТ-у. ЛОТ 2. Музика

назва Заявника: ТОВ Павіна Концерт

назва проекту: Запис електронного альбому "Sound of Chornobyl. Radiation" з українськими та міжнародними музикантами

Дата початку проекту: червень 2021

Дата завершення проекту: 30.10.2021

| Організація-донор | Фінансування проекту, в % | Фінансування проекту, Сума в грн. |
|--|---------------------------|-----------------------------------|
| РОЗДІЛ I НАДХОРДЖЕННЯ | | |
| 1. Український культурний фонд | 100,00% | 1 469 700,00 |
| 2. Співфінансування*: | 0,00% | 0,00 |
| 2.1. Кошти організацій-партнерів (повна назва організації) | 0,00% | 0,00 |
| 2.2. Кошти державного та місцевих бюджетів (повна назва організації) | 0,00% | 0,00 |
| 2.3. Кошти інших донорів (повна назва організації) | 0,00% | 0,00 |
| 2.4. Кошти інших донорів (повна назва організації) | 0,00% | 0,00 |
| 2.5. Власні кошти організації-заявника | 0,00% | 0,00 |
| Рейнвеститіл (доход отриманий від реалізації кінг, концертів, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проекту) | 0,00% | 0,00 |
| Всього по розряду I "Надходження": | 100,00% | 1 469 700,00 |

*За наявності співфінансування Грантоотримувач самостійно вирішує, на які статі витрат іде співфінансування.



Директор

(посада)

(підпис, печатка)

О.О. Кійченко
(ІПБ)

Кошторис витрат проекту

Назва Заявника: ТОВ Лавіна Концерт

Назва проекту: Запис електронного альбому "Sound of Chernobyl. Radiation" з українськими та міжнародними музикантами

Дата початку проекту: червень 2021

Дата завершення проекту: 30.10.2021

| Розділ: | Стаття № | Найменування витрат | Одиниця виміру | Витрати за рахунок гранту УФ | | | Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=7+10+13) | Об'єднання та деталізація витрат (копонок обов'язкова для заповнення) |
|----------------------------|----------|--|----------------|------------------------------|---------------------------|----------------------------|--|--|
| | | | | Кількість/Період | Вартість за одиницю, грн. | Загальна сума, грн. (=5*6) | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 14 | 15 |
| Розділ: II ВИТРАТИ: | | | | | | | | |
| Стаття: | 1 | Винагорода членам команди проекту | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | |
| Підстатя: | 1.1 | Оплата праці штатних працівників організації-заявника (лише у випадку з премією) | Місяців | | 0,00 | | 0,00 | |
| Пункт: | 1.1.1 | | Місяців | | 0,00 | | 0,00 | |
| Пункт: | 1.1.2 | Повне ПІБ, посада (роль у проекті) | Місяців | | 0,00 | | 0,00 | |
| Пункт: | 1.1.3 | Повне ПІБ, посада (роль у проекті) | Місяців | | 0,00 | | 0,00 | |
| Підстатя: | 1.2 | За трудовими договорами | 5,00 | | 25 000,00 | | 25 000,00 | |
| Пункт: | 1.2.1 | Киїченко Олександр, Керівник проекту | Місяців | 5,00 | 5 000,00 | 25 000,00 | 25 000,00 | Керівник проекту, підрядники, договори, досягнення цілей та результатів проекту, таймінг, звітність. Контроль комунікації з музикантами та режисерами |
| Пункт: | 1.2.2 | Довнє ПІБ, посада (роль у проекті) | Місяців | | 0,00 | | 0,00 | |
| Пункт: | 1.2.3 | Повне ПІБ, посада (роль у проекті) | Місяців | | 0,00 | | 0,00 | |
| Підстатя: | 1.3 | За договорами ЦПХ | 5,00 | | 40 000,00 | | 40 000,00 | |
| Пункт: | 1.3.1 | Артем Козаченко, Менеджер комунікації з артистами | Місяців | 5,00 | 8 000,00 | 40 000,00 | 40 000,00 | Менеджер комунікації з артистами. Комунікація з міжнародними музикантами, домовленості, контроль поїздок у Зону Відчуження, контроль створення треків |
| Пункт: | 1.3.2 | Повне ПІБ, зазначити конкретну назву | Місяців | | 0,00 | | 0,00 | |
| Пункт: | 1.3.3 | Повне ПІБ, зазначити конкретну назву | Місяців | | 0,00 | | 0,00 | |
| Стаття: | 1.4 | Соціальні внески з оплати праці (нарахування ЕСВ) | | 65 000,00 | | 14 300,00 | 14 300,00 | |
| Пункт: | 1.4.1 | Штатні працівники | Місяців | 0,00 | 0,22 | 0,00 | 0,00 | |
| Пункт: | 1.4.2 | За строковими трудовими договорами | Місяців | 25 000,00 | 0,22 | 5 500,00 | 5 500,00 | |
| Пункт: | 1.4.3 | За договорами ЦПХ | Місяців | 10 000,00 | 0,22 | 8 800,00 | 8 800,00 | |
| Підстатя: | 1.5 | За договорами з ФОП | 15,00 | | 137 500,00 | | 137 500,00 | |
| Пункт: | 1.5.1 | Кирило Русалівський, Продакшн менеджер проекту. | Місяців | 5,00 | 8 000,00 | 40 000,00 | 40 000,00 | Продакшн менеджер проекту Режисер стрімів. Контроль створення та виготовлення відеоблогів з поїздок, організація запису відео-стрімів із додаванням 3d графікі, контроль своєчасної здачі відеоматеріалів. |



ДИРЕКТОР
Киїченко О.О.
Директор філії «Діагностіка»

| | | | | | | | | |
|--|--------------|--|---------|------|--------------|-------------|-------------------|---|
| Пункт: | 1.5.2 | Корнійко Олена, прес-менеджер | місяців | 5,00 | 13 500,00 | 67 500,00 | 67 500,00 | Поступи прес-менеджера, контроль, координування та моніторинг комунікаційної стратегії під час проекту. Адаптація та запуск комунікаційної кампанії. Зразок зарплати: |
| Пункт: | 1.5.4 | Ніколаєнко Тамара Миколаївна, бухгалтер проекту | місяців | 5,00 | 6 000,00 | 30 000,00 | 30 000,00 | https://www.work.ua/salary-kyiv-PR-%D0%BC%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BB%D0%BA%D0%BD%D0%BB%D1%82%D0%BD%D1%80/ |
| Всього по статті 1 "Винагорода членам команди": | | | | | | | | |
| Статті: | 2 | Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників) | | | | | | |
| Підстать | 2.1 | Вартість проїзду (для штатних працівників) | | | 0,00 | | | 0,00 |
| Пункт: | 2.1.1 | Вартість квитків (з деталізацією маршруту і привищем | шт. | | | 0,00 | | 0,00 |
| Пункт: | 2.1.2 | Вартість квитків (з деталізацією маршруту і привищем | шт. | | | 0,00 | | 0,00 |
| Пункт: | 2.1.3 | Вартість квитків (з деталізацією маршруту і привищем | шт. | | | 0,00 | | 0,00 |
| Підстать | 2.2 | Вартість проживання (для штатних працівників) | | | 0,00 | | | 0,00 |
| Пункт: | 2.2.1 | Рахунки з готелів (з вказаним привищем відрядженої | добра | | | 0,00 | | 0,00 |
| Пункт: | 2.2.2 | Рахунки з готелів (з вказаним привищем відрядженої | добра | | | 0,00 | | 0,00 |
| Пункт: | 2.2.3 | Рахунки з готелів (з вказаним привищем відрядженої | добра | | | 0,00 | | 0,00 |
| Підстать | 2.3 | Добові (для штатних працівників) | | | 0,00 | | | 0,00 |
| Пункт: | 2.3.1 | Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відрядженну особу) | добра | | | 0,00 | | 0,00 |
| Пункт: | 2.3.2 | Добові, вказати ПІБ (розрахунок на відрядженну особу) | добра | | | 0,00 | | 0,00 |
| Пункт: | 2.3.3 | Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відрядженну особу) | добра | | | 0,00 | | 0,00 |
| Всього по статті 2 "Витрати пов'язані з відрядженнями": | | | | | | | | |
| Статті: | 3 | Обладнання і нематеріальні активи | | | | | | |
| Підстать | 3.1 | Облаоднання, інструменти, інвентар, які необхідні | | | 0,00 | | | 0,00 |
| Пункт: | 3.1.1 | | шт. | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 3.1.2 | | шт. | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 3.1.3 | | шт. | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| Підстать | 3.2 | Нематеріальні активи, які необхідні до прибутання | | | | | | |
| Пункт: | 3.2.1 | Програмне забезпечення (з деталізацією технічних | послуга | | | 0,00 | | 0,00 |
| Пункт: | 3.2.2 | Інші нематеріальні активи | послуга | | | 0,00 | | 0,00 |
| Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи": | | | | | | | | |
| Статті: | 4 | Витрати пов'язані з орендою | | | | | | |
| Підстать | 4.1 | Оренда приміщення | | | 0,00 | | | 0,00 |
| Пункт: | 4.1.2 | Адреса орендованого приміщення, із зазначенням | кв. м | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.1.3 | Адреса орендованого приміщення, із зазначенням | кв. м | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.1.4 | Адреса орендованого приміщення, із зазначенням | кв. м | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| Підстать | 4.2 | Оренда техніки, обладнання та інструменту | | | 48,00 | | 226 500,00 | 226 500,00 |



| | | | | | | | | |
|---------------|--------------|---|-------|------|-----------|------------|-------------------|--|
| Пункт: | 4.2.1 | Оренда генераторів для роботи звукового обладнання музикантів та світлового обладнання підсвітки локації на зйомках у Чорнобилі. | зміна | 6,00 | 2 300,00 | 13 800,00 | 13 800,00 | Оренда генераторів у Зону Відчуження для роботи світлового та звукового обладнання музикантів. |
| | | Розрахунок за 1 зйомку: 1 генератор від 10 кВт для звукового обладнання - 1200 грн. Другий генератор від 6 кВт для роботи світлового обладнання - 600 грн. Забезпечення паливом - 500 грн. Всього 6 зйомальних зйм. 1 зміна - 8 годин. | | | | | | |
| Пункт: | 4.2.2 | Оренда проекторів для виведення відео контенту при зйомки стрімків у Чорнобилі. | зміна | 6,00 | 2 400,00 | 14 400,00 | 14 400,00 | Оренда проекторів для виведення відео контенту при зйомки стрімків у Чорнобилі. |
| | | Проектор від 5000 Лм. Ноутбук, комутація. Всього 6 зйомальних змін. 1 зміна - 8 годин. https://rentall.in.ua/catalog/165/47/ | | | | | | |
| Пункт: | 4.2.3 | Послуги оренди дрону для зйомок у Чорнобилі | зміна | 6,00 | 1 000,00 | 6 000,00 | 6 000,00 | Послуги оренди дрону для зйомок у Чорнобилі mavic pro 2 - 1000 грн. |
| | | Всього 6 зйомальних змін. 1 зміна - 8 годин. https://recrental.com.ua/rent-a-drj-mavic-pro-2/ | | | | | | |
| Пункт: | 4.2.4 | Оренда звукового обладнання для зйомок. | зміна | 6,00 | 3 960,00 | 23 760,00 | 23 760,00 | Послуги оренди акустичної системи для проведення зйомок відео-стріму. Акустична система не менше 4кВт. 2 топа, 2 сабуфера. Акустичні монітори - 2 шт. Мікшерний пульт, компресор, комутація, стійки. |
| | | AC - 2500 грн. або аналог https://rentall.in.ua/catalog/43/3271/ Акустичні монітори 2 шт. - 100 грн. https://rentall.in.ua/catalog/43/408/ Сітки під монітори 2 шт. - 100 грн. https://rentall.in.ua/catalog/53/11812/ Звуковий пульт - 300 грн. https://rentall.in.ua/catalog/48/4486/ Компресор/лімітер - 150 грн. https://rentall.in.ua/catalog/527/5709/ Всього 6 змін. 1 зміна - 8 годин. | | | | | | |
| Пункт: | 4.2.5 | Послуги оренди світлового обладнання для зйомок у Зоні Відчуження. 1 раз для кожного артиста. | зміна | 6,00 | 17 100,00 | 102 600,00 | 102 600,00 | Послуги оренди світлового обладнання для зйомок у Зоні Відчуження. 1 раз для кожного артиста. |
| | | Led par - 8 шт., по 300 грн. - https://rentall.in.ua/catalog/555/4727/ Light beam - 6 шт. по 450 грн. - https://rentall.in.ua/catalog/556/184/ Light stripe - 16 шт. по 100 грн. Генератор диму 500 грн. та 100 грн. заправка - https://rentall.in.ua/catalog/59/2579/ Laser world 5000 wт - 1 шт. 6000 грн. Пульт керування світлом - 1 шт. Або аналог пульт grandMa 2, 1500 грн. - https://rentall.in.ua/catalog/557/2623/ Медіа-сервер для роботи лазера. 2000 грн. Комунація - 300 грн. Всього 6 змін. 1 зміна - 8 годин. | | | | | | |
| Пункт: | 4.2.6 | Послуги оренди звукоаппаратури обладнання | зміна | 6,00 | 1 000,00 | 6 000,00 | 6 000,00 | Послуги оренди звукоаппаратури обладнання Рекордер зум h6 - 200 грн. https://recrental.com.ua/zoom-h6/ Мікрофон для зйомки допоміжного звуку (бум) - 300 грн. https://recrental.com.ua/sennheiser-tmkh-416-bum/ Радіопетля - 500 грн. https://recrental.com.ua/sennheiser-2000-radiochestya/ Всього 6 змін. 1 зміна - 8 годин. |
| | | | | | | | | |

ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО О.О.



| | | | | | | | | | |
|-----------|-------|---|---|------|----------|-----------|-----------|------------|--|
| Пункт: | 4.2.7 | Послуги оренди відео-техніки для зйомок у Чорнобилі | зміна | 6,00 | 8 440,00 | 50 640,00 | 50 640,00 | 50 640,00 | Послуги оренди відео-техніки для зйомок у Чорнобилі |
| | | | | | | | | | Blackmagic Design Pocket Cinema Camera 6K 1000 грн. - https://irecrental.com.ua/arenda-blackmagic-design-pocket-cinema-camera-6k/ |
| | | | | | | | | | Sony Alpha A7 III 2 шт. по 600 грн. - https://irecrental.com.ua/arenda-sony-alpha-a7-iii/ |
| | | | | | | | | | Фотоаппарат SONY a9 body 900 грн. - https://irecrental.com.ua/product/fotapparat_sony_a9_body |
| | | | | | | | | | Об'єктив Carl Zeiss 700 грн. - https://irecrental.com.ua/carl-zeiss-cp-2-50-mm-t2-1/ |
| | | | | | | | | | Об'єктив Sony FE 24-70mm 500 грн. - https://irecrental.com.ua/arenda-sony-fe-24-70mm-f2-8-gm-lens/ |
| | | | | | | | | | Об'єктив FE 24-105mm 350 грн. - https://irecrental.com.ua/arenda-sony-fe-24-105mm-f4-gos-lens/ |
| | | | | | | | | | GoPro HERO7 Black 2 шт. по 300 грн. https://irecrental.com.ua/arenda-gopro-hero7-black/ |
| | | | | | | | | | Кріплення під Go Pro 2 шт. по 20 грн. - https://irecrental.com.ua/arenda-gopro-jaws-flex-clamp/ |
| | | | | | | | | | Сгабінатор Ronin. 1 шт. 500 грн. - https://irecrental.com.ua/arenda-slidecamera-hsk-5-pro-2000-x-slider/ |
| | | | | | | | | | Штатив. 2 шт по 200 грн. - https://irecrental.com.ua/montfrotto-503-shativ/ |
| | | | | | | | | | 2 додаткових акумулятори для Blackmagic - 200 грн. https://irecrental.com.ua/arenda-dopomожних-akumulyatori-dlya-blackmagic-200-grn/ |
| | | | | | | | | | 4 додаткових акумулятори для 2 SONY - 150 та 100 грн. Всого 250 грн. |
| | | | | | | | | | Стійки під обладнання музикантів 2 шт. - по 200 грн. https://irentall.in.ua/catalog/53/5719/ |
| | | | | | | | | | Потужний вентилятор 1 шт. - 250 грн. https://irentall.in.ua/catalog/219/2673/?phrase_id=88122 |
| | | | | | | | | | Мережеві фільтри - 3 шт. - 100 грн. |
| | | | | | | | | | Система безперебойного живлення - 1 шт. - 500 грн. |
| | | | | | | | | | Всього 6 змін. 1 зміна - 8 годин. |
| | | | | | | | | | Всього 6 змін. 1 зміна - 8 годин. |
| Пункт: | 4.2.8 | Оренда допоміжних технічних засобів для зйомок у Чорнобилі | зміна | 6,00 | 1 550,00 | 9 300,00 | 9 300,00 | 9 300,00 | Оренда допоміжних технічних засобів для зйомок у Чорнобилі. |
| | | | | | | | | | Столи 2 шт. по 150 грн. https://irentall.in.ua/catalog/24/13249/ |
| | | | | | | | | | Стійки під обладнання музикантів 2 шт. - по 200 грн. |
| | | | | | | | | | https://irentall.in.ua/catalog/53/5719/ |
| | | | | | | | | | Потужний вентилятор 1 шт. - 250 грн. |
| | | | | | | | | | https://irentall.in.ua/catalog/219/2673/?phrase_id=88122 |
| | | | | | | | | | Мережеві фільтри - 3 шт. - 100 грн. |
| | | | | | | | | | Система безперебойного живлення - 1 шт. - 500 грн. |
| | | | | | | | | | Всього 6 змін. 1 зміна - 8 годин. |
| Підстать: | 4.3 | Оренда транспорту | | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.3.1 | Оренда легкового автомобіля (із зазначенням маршруту, км (годин) | | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.3.2 | Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням маршруту, км (годин) | | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.3.3 | Оренда автобуса (із зазначенням маршруту, км (годин) | | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Підстать: | 4.4 | Оренда сценічно-постановочних засобів | | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.4.1 | Найменування (з деталізацією технічних характеристик) | шт. | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.4.2 | Найменування (з деталізацією технічних характеристик) | шт. | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.4.3 | Найменування (з деталізацією технічних характеристик) | шт. | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Підстать: | 4.5 | Інші обсяги оренди | | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.5.1 | Найменування (з деталізацією технічних характеристик) | шт. | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.5.2 | Найменування (з деталізацією технічних характеристик) | шт. | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 4.5.3 | Найменування (з деталізацією технічних характеристик) | шт. | | 0,00 | | | 0,00 | 0,00 |
| | | Всього по статті 4 "Витратами пов'язані з орендою": | | | 48,00 | | | 226 500,00 | 226 500,00 |
| Стаття: | 5 | Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекти | та не отримують оплату праці галбо винагороду | | 0,00 | | | 0,00 | ДИРЕКТОР |
| Підстать: | 5.1 | Послуги з харчування | | | 0,00 | | | 0,00 | Кіїченко О.І. |

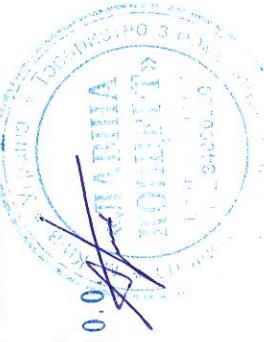


Кіїченко

О.І.

Ісповідь

| | | | | | | | |
|---|--------------|--|-----------|-------------|--|-------------|-------------|
| Пункт: | 5.1.1 | Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк) | учасн. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 5.1.2 | Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк) | учасн. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 5.1.3 | Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк) | учасн. | | | 0,00 | 0,00 |
| Підстать: | 5.2 | Витрати на проїзд учасників заходів | | 0,00 | | 0,00 | |
| Пункт: | 5.2.1 | Вартість квитків (з лотереєю маршуру і привіцием | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 5.2.2 | Вартість квитків (з лотереєю маршуру і привіцием | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 5.2.3 | Вартість квитків (з лотереєю маршуру і привіцием | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Підстать: | 5.3 | Витрати на проживання учасників заходів | | 0,00 | | 0,00 | |
| Пункт: | 5.3.1 | Рахунки з готелів (з вказаним привіцием видрідженої | Добра | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 5.3.2 | Рахунки з готелів (з вказаним привіцием видрідженої | Добра | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 5.3.3 | Рахунки з готелів (з вказаним привіцием видрідженої | Добра | | | 0,00 | 0,00 |
| Всього по статті 5 "Витрати учасників проєкту, які беруть участь у заходах проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду" | | | | | | 0,00 | 0,00 |
| Стаття: | 6 | Матеріальні витрати | | | | | |
| Підстать: | 6.1 | Основні матеріали та сировина | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 6.1.1 | Найменування | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 6.1.2 | Найменування | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 6.1.3 | Найменування | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Стаття: | 6.2 | Носії, накопичувачі | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 6.2.1 | Найменування | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 6.2.2 | Найменування | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 6.2.3 | Найменування | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Стаття: | 6.3 | Інші матеріальні витрати | | 0,00 | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 6.3.1 | Найменування | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 6.3.2 | Найменування | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 6.3.3 | Найменування | шт. | | | 0,00 | 0,00 |
| Всього по статті 6 "Матеріальні витрати": | | | | | | 0,00 | 0,00 |
| Стаття: | 7 | Поліграфічні послуги | | | | | |
| Пункт: | 7.1 | | шт. | 0 | | - | 0,00 |
| Пункт: | 7.2 | | шт. | 0 | | - | 0,00 |
| Пункт: | 7.3 | | шт. | 0 | | - | 0,00 |
| Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги": | | | | | | 0,00 | 0,00 |
| Стаття: | 8 | Видавничі послуги | | | | | |
| Пункт: | 8.1 | Послуги коректора | сторінка | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 8.2 | Послуги верстки | сторінка | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 8.3 | Друк книг | екземпляр | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 8.4 | Друк журналів | | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 8.5 | Інші витрати (вказати надану послугу) | екземпляр | | | 0,00 | 0,00 |
| Пункт: | 8.6 | Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками | | 0,22 | | 0,00 | 0,00 |
| Всього по статті 8 "Видавничі послуги": | | | | | | 0,00 | 0,00 |
| Стаття: | 9 | Послуги з просування | | | | | |
| Пункт: | 9.1 | | шт | | | 0,00 | 0,00 |



ДИРЕКТОР
КЛІЧЕНКО О.О.

| | | | | | | |
|------------|--|----------|-------|------------|------------|--|
| | Всього по статті 9 "Послуги з просування": | | | | | |
| Стаття | 10 Створення web-ресурсу | 21,00 | | 454 800,00 | 454 800,00 | |
| Пункт: | 10.1 Комплексні послуги з оновлення веб-сторінки проекту українською та англійською. Лендинг пейдж, де буде проведено презентацію артистів. Оптимізація для пошуковиків. | шт | 1,00 | 22 200,00 | 22 200,00 | Комплексні послуги з оновлення веб-сторінки проекту soundsofchentobu.com українською та англійською. Великий лендінг пейдж, де буде додано нових музикантів, їх цитати, фотокартки, відео з побажання тощо. Анонсований концерт, розташування локації, правила відвідування концерту тощо. Презентовано фінальне відео. Оптимізація для пошуковиків. 2 мови. Зразок ціни: https://space-site.com.ua/создание-портала-разработка-сайта-портал-цена-киев-заказать |
| Пункт: | 10.2 Виграти її створення сайту (зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання) | | | 0,00 | 0,00 | |
| Пункт: | 10.3 Виграти її створення сайту (зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання) | | | 0,00 | 0,00 | |
| Пункт: | 10.4 Виграти з обслуговуванням сайту | Місяців | | 0,00 | 0,00 | |
| Пункт: | 10.5 Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЕСВ) розділу "Створення web-ресурсу" | | 0,22 | 0,00 | 0,00 | |
| | Всього по статті 10 "Створення web-ресурсу": | | 1,00 | 22 200,00 | 22 200,00 | |
| Стаття: | 11 Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електроннихносіях інформації | | | | | |
| Пункт: | 11.1 Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів | шт. | | 0,00 | 0,00 | |
| Пункт: | 11.2 Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів | шт. | | 0,00 | 0,00 | |
| | Всього по статті 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електроннихносіях інформації": | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | |
| Стаття: | 12 Послуги з перекладу | | | | | |
| Пункт: | 12.1 Усний переклад (синхронний поспідний, з якої на яку година | | | 0,00 | 0,00 | |
| Пункт: | 12.2 Письмовий переклад (зазначити, з якої на яку мову) | сторінка | | 0,00 | 0,00 | |
| Пункт: | 12.3 Редагування письмового перекладу | сторінка | | 0,00 | 0,00 | |
| Пункт: | 12.4 Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССРД, земельні "Порядки з використанням" | | 0,22 | 0,00 | 0,00 | |
| | Всього по статті 12 "Послуги з перекладу": | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | |
| Стаття: | 13 Інші прямі витрати | | | | | |
| Підстатті: | 13.2 Адміністративні витрати | | 10,00 | 79 000,00 | 79 000,00 | |
| Пункт: | 13.1.1 Юридичні послуги. 2 мови: Англійська та українська. | Місяців | 5,00 | 5 000,00 | 25 000,00 | Послуги підрядника із юридичного супроводження, 2 мови: Англійська та українська, розробка та складання договорів із публірдниками, створення та міжнародних договорів, супроводження міжнародних субпідрядників, міжнародні авторські права. Орієнтовно, 20 підрядників. Договора по авторським правам, орієнтовно 6 шт. Міжнародні договори по авторським правам, орієнтовно 2 шт У разі потреби. Юридичне супроводження з запущеними кредитними коштами. Супроводження із стапі фінансового звітування. Зразок ціни https://www.work.ua/salary-kviv-%D1%88%D1%8E%D0%80%D0%8B%D1%81%D0%BA%D0%BD%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82/ |
| Пункт: | 13.1.2 Аудиторські послуги. 2 мови: Англійська та українська. | послуга | | 0,00 | 0,00 | Послуги аудітора під час проекту. 2 мови. Англійська та українська. Проведення незалежного фінансового аудиту. Орієнтовно, 20 підрядників. Договора по авторським правам, орієнтовно 2 шт. Міжнародні договори по авторським правам, орієнтовно 2 шт. Супроводження на етапі фінального звітування. |



ДИРЕКТОР
Кітченко О.О.
ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ
КОД 340000520



ДИРЕКТОР
КІЙЧЕНКО

| | | | | | | | |
|--------|--|---------|--------------|-----------|---------------------|---------------------|--|
| Пункт: | 13.4.5 Організація поїздок 4 українських та 2 міжнародних музикантів у Зону Відчуження | шт | 6,00 | 17 300,00 | 103 800,00 | 103 800,00 | Організація поїздок 4 українських та 2 міжнародних музикантів у Зону Відчуження. |
| | | | | | | | Під час проекту буде організоване 6 таких поїздок. |
| | | | | | | | Орієнтовний склад осіб у одну поїздку - 12-13 осіб: Музикант (один чи дует), 2 представника команди проекту, |
| | | | | | | | 1 Тур менеджер артистів (займається організацією із боку музикантів), 3 оператори для зйомки стріму, |
| | | | | | | | 1 оператор для зйомки відеоблогу-бекстейджу, 1 фотограф, |
| | | | | | | | 1 супроводжуючий від Зони Відчуження (обов'язкова оплачувана присутність згідно правил відвідування зони відчуження), 1 оператор дрону, |
| | | | | | | | 1 водій. |
| | | | | | | | Оплата послуг супроводжуючого від Зони Відчуження з знанням української та англійської мови - 6500 грн. |
| | | | | | | | Оплата за програму перебування у Зоні Відчуження за групу - 500 грн. |
| | | | | | | | Оплата в'їзду за кожного з групи, хто їде у Зону Відчуження - 2300 грн. (230 грн. з особи) |
| | | | | | | | Оренда мікроавтобуса (Фольцваген Транспортер, Мерседес Віто), 12 місць, 1 доба - 9000 грн. |
| | | | | | | | Треба врахувати, що водій займає одне місце та супроводжуючий від Зони Відчуження також займає одне місце. |
| | | | | | | | З весни 2021го року тарифи на відвідування Зони Відчуження збільшилися. |
| Пункт: | 13.4.6 Банківська комісія за переказ | місяців | 5,00 | 500,00 | 2 500,00 | 2 500,00 | Банківська комісія за переказ. Комісія за міжнародні платежі міжнародним музикантам. |
| Пункт: | 13.4.7 Розрахунково-касове обслуговування | місяців | 5,00 | 100,00 | 500,00 | 500,00 | Розрахунково-касове обслуговування |
| Пункт: | 13.4.8 Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу "Інші прямі витрати" | | | 0,22 | 0,00 | 0,00 | |
| | <i>Всього по статті 13 "Інші прямі витрати":</i> | | 50,00 | | 549 400,00 | 549 400,00 | |
| | <i>Всього по розділу II "Витрати":</i> | | | | 1 469 700,00 | 1 469 700,00 | |
| | РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ | | | | 0,00 | 0,00 | |
| | | | | | | | /Директор (посада) |
| | | | | | | |  O.O. Кіченко (підпись) ДИРЕКТОР КІЧЕНКО О.О. |