

Лекція на тему: “Етапи організації проєкту”

Об’єкт лекції: *Організація мистецького та культурного проєкту.*

Предмет лекції: *Складові проєктного плану.*

Мета лекції: *Ознайомлення здобувачів вищої освіти зі складовими проєктного плану та методами його побудови.*

Завдання лекції: *Окреслення головних елементів проєктного плану, визначення термінів: проєкт, мозковий штурм, ідея, концепція, календарний план/сценарій, дедлайн, PR, донор, грант.*

План лекції:

1. Ідея та концепція
2. Етапи
3. Команда
4. Джерела фінансування

Проект-задуманий план дій; задум, намір, стадія розробки продукту, т.д [1].

1. Ідея та концепція: з чого почати проєкт?

Все починається з ідеї, за що би ми не бралися: чи то серія творчих робіт, відео, створення музики, організація виставки, перформансу, показу, фестивалю, проведення майстер-класів, подкастів, творчих або ж літературних вечорів, тощо. Але проблема утворення ідеї та пошуку її джерел є поширеною не лише серед початківців у організації івентів/продюсуванні, а й у досвідчених фахівців.

Ідея (гр. *ιδέα* — прообраз, початок, **основа**): Думка про щось, міркування з приводу чогось, погляд на щось. Основна думка, яка визначає зміст твору[1]. Ідея є водночас найпростішим, та найскладнішим етапом у створенні проєкту тому, що її завдання-окреслити образ та задати напрямок руху подальшого розвитку. Це є та крапка, у якій закладений увесь подальший шлях.

Способи знайти гарну ідею:

- 1) Пошук аналогів

Аналог- те, в чому виявляється схожість, подібність до іншого предмета або явища [2].

Такий спосіб пошуку ідей для проєкту є необхідним, особливо у разі якщо він експериментальний, і ми не маємо досвіду роботи з темою. Аналіз вже існуючих творів не тільки допоможе зрозуміти вже існуючі способи та форми втілення задуму, що працюють. Пошук аналогів чудово перевіряє вже можливі існуючі задуми на можливі збіги з іншими вже готовими продуктами. Також він

може дати інформацію про захопленість аудиторії у тому чи іншому питанні, та прогнози про те, наскільки працюватиме майбутній проєкт.

Кількість переглянутих аналогів має значення тому, що ідея народжується з досвіду та образів, які ми вже бачили. “Природна” ідея також базується на певній “надивленності”, тому пошук схожих проєктів допомагає згенерувати унікальну ідею.

2) **Мозковий штурм**-дієвий метод пошуку ідей у вже існуючій команді, що передбачає вільний обмін думками щодо варіантів рішення проблеми, асоціацій з певною обраною або замовленою темою.

Зазвичай мозковий штурм проходить наступним чином: оголошується тема, та кожному учаснику пропонується висунути свої варіанти: інтерпретації теми, образу, способу розповіді про тему, формату, тощо.

Особливістю мозкового штурму є відсутність критики. Важливо дати своїй творчості волі та без сорому пропонувати все, що спаде на думку. Тільки після того як ідей буде достатньо на ваш розсуд (30-50 в залежності від складності питання та кількості членів у команді) можна відібрати, та шляхом голосування (або відбору лідером) визначитися з найкращою.

Наступною за ідеєю у створенні проєкту йде концепція. Це слово має безмежну кількість тлумачень, але від ідеї концепція відрізняється тим, що має форму, і складається з ідеї або декількох ідей. По суті це є ідея, що описана на папері.

Концепція (лат., сприйняття)- 1. спосіб розуміння, тлумачення якихось явищ, основоположна ідея, її загальний задум. 2. В мистецтві — ідейно-творчий задум твору. У виставковій діяльності це ідея, розроблена і сформульована з точки зору значущих для її успіху цілей і засобів їх досягнення [5]. У кіно це короткий опис подій у стрічці, окреслення задач, необхідних ресурсів для виконання, тощо.

Концепція набагато ближче до плану проєкту, оскільки в ній є поставлені цілі, головна місія, загальний опис, і у найкращому випадку навіть місце, час та команда, але вона все ще не розгорнута, і схожа на невелике нагадування всіх найважливіших деталей.

Концепції бувають:

- деталізовані
- загальні[6].

Форма концепції та спосіб її оформлення може залежати як від внутрішніх потреб організації, команди, так і від замовника, партнера або донора. Наприклад, на грантодавчому сайті Українського Культурного Фонду у заявці з галузі кіно є готовий шаблон з концепцією кінопроєкту. Приклад шаблону концепції кінопроєкту на сайті

УКФ:https://ucf.in.ua/storage/docs/30042021/Kontseptsiya_kinoproekty_fa8a37fc1bae9c4c09da4031f8c9d8850f9d9bda.docx.

У момент, коли була створена концепція, проєкт вже можна назвати існуючим, оскільки навіть у цьому початковому вигляді він набуває цінності. Однак для того щоб втілити задум у реальність, його потрібно розмістити спершу у часі, і потім у просторі.

2. Етапи проєкту

Загальне життя проєкту поділяється на такі основні етапи, як:

- **Початок:** ідея, концепція
- **Планування:** Створення планів та строків
- **Комунікація:** Утворення партнерства, команди, подача заяв, тощо.
- **Реалізація:** Виконання поставлених планів.

Після того, як сформована ідея та концепція, виникає необхідність створення **робочого**, або **календарного плану**-складного списку задач із вказаними строками, **дедлайнами**, коротким описом приблизного порядку дій, ресурсів, та відповідальних за кожну задачу осіб.

Дедлайн (англ.DEADLINE - «мертва лінія», або «крайня межа», «крайній термін», «граничний термін», «межа», «останній рубіж») це запозичений з англійської мови термін, який означає крайній строк виконання якої-небудь роботи або поставленого завдання [9].

Зручна для багатьох організаторів установлена форма робочого плану-таблиця з етапами, датами, показниками виконання етапу, та у гранті бюджет заходу.

Робочий план у описі гранту для проєктів зазвичай починають з моменту **оформлення договірних відносин з членами команди**. Це важлива інформація у грантовому проєкті, але якщо він не є таким, цю ланку займає інша необхідна на перших етапах **комунікація**, що стосуватиметься приміщення, реклами, бухгалтерських та юридичних послуг, запрошення до проєкту у колаборацію інших організаторів, або фахівців зі створення фінального, чи то додаткового продукту. Тобто, це ті зв'язки які необхідно встановити з іншими організаціями для досягнення мети.

Наступна частина плану є **підготовчою**: це опис дій, що передбачають підготовку до головного заходу, або це опис процесу підготовки до створення певного продукту-**пре-продакшн**. У нього входить: транспортування, підготовка приміщення, апаратури, репетиції, опис робіт, тощо.

Етап **виробництва** передбачає творчу частину проєкту (продакшн, пост-продакшн). У виставці це складання куратором допоміжного тексту та утворення експозиції, у кінематографі це процес зйомки фільму, монтажу, озвучки, у івент менеджменті це проведення заходів. Поряд з цим етапом є варіант додавання **презентації продукту**. У разі якщо проєктом є виставка, це етап відкриття та тривалості експозиції, у випадку з фільмом або медіа-продуктом це покази.

Не менш важливою частиною є **Інформаційний супровід**. У ньому додається лист необхідних публікацій та контенту, що вони передбачають, створення рекламних компаній:, афіш, трейлерів, анонсів, оголошень, постів, тощо. Тобто ця частина плану присвячена Піару-PR.

PR, Public Relations – це технологія або комплекс заходів, спрямований на формування або підтримку певної репутації та громадської думки щодо конкретної компанії, організації або приватної особи. У буквальному розумінні, термін «Public Relations» або скорочено «PR», означає: «Публічні Відносини» або «Зв'язок з громадськістю» [8].

Останній пункт у плані-це **підготовка звітності**. Звітування проєкті є важливим у випадках: 1. проєкту на грант; 2. благодійного проєкту.

Звіт поділяється на фінансовий, змістовий та оціночний (висновок аудитора) . Фінансовий звіт відповідає за витрати, за кількість зібраних коштів, за прибуток, тощо. Змістовий включає у собі фото та відеозвіт подій, документальний опис заходів, тощо. Висновок аудитора складається зі статистики оцінок аудиторії. Кожна частина звіту має оцінювати та доводити ступінь досягнення мети проєкту.

Команда

Як можна побачити за планом, проєкт є складною системою, для функціонування якої необхідна команда. Розповсюджена помилка початківців у проєктах полягає у відсутності делегування, і перевантаженості обов'язками.

Джерела:

1. <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%B2%E4%E5%FF>
2. <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3>
3. <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3>
4. https://ucf.in.ua/storage/docs/30042021/Kontseptsiya_kinoproekty_fa8a37fc1bae9c4c09da4031f8c9d8850f9d9bda.docx
5. <http://ebib.pp.ua/kontseptsiya-vistavki-viznachennya-ponyattya-vistavkova-sprava.html#:~:text=%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B8%20%2D%20%D1%86%D0%B5%20%D1%96%D0%B4%D0%B5%D1%8F%2C%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0,%D1%86%D1%96%D0%BB%D0%B5%D0%B9%20%D1%96%20%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D1%96%D0%B2%20%D1%97%D1%85%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%8F%D0%B3%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F>
6. <http://teg.com.ua/sho-take-koncepcii-a-prostimi-slovami/>
7. https://ucf.in.ua/storage/docs/03122021/%20%20%D0%9B%D0%9E%D0%A2%201.%20%D0%A2%D0%95%D0%9B%D0%95%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%94%D0%A3%D0%9A%D0%A2_b9ae034d339f680c59324fc79993575437e5afb4.pdf
8. <https://termin.in.ua/piar-pr-public-relations/>
- 9.