



“ОМНИБУС НА ПРИЕМАНЕТО”

Тематичен бриф

ЦЕЛИ НА ПРОЕКТА

В рамките на проект ACF/739 „Креативната комуникация в подкрепа на правата на човека“, изпълняван в рамките на Фонд Активни граждани България по Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство 2014-2021 г., фондация “Изящни дела” ще продуцира омнибус от **5 видеа на тема “превъзмогване на негативни стереотипи към уязвими групи в обществото”** и по-конкретно, превъзмогване на начините, по които се проявяват тези стереотипи - език на омразата, дискриминация, агресия и малтретиране. Всяко от 5-те видеа – обединени от **обща концепция и конкретно творческо ограничение** – ще бъде създадено в колаборация с **5 български режисьори** - по сценарии, развити от екипа на Fine Acts.

Омнибусът ще бъде ключов компонент в креативна кампания за преодоляването на негативните стереотипи спрямо уязвими групи в обществото, жертви на речта на омразата. Омнибусът ще увеличи чувствителността и нетърпимостта към речта на омразата, като увеличи дела на хората, които не одобряват използването ѝ в публичното пространство.

Омнибусът трябва да носи усещане за надежда, както и да разкрива стилистично разнообразие. Всяко видео следва да е различно от останалите, като се запази концептуална цялост между 5-те продукции.

Очаквана продължителност на всяко видео: **не повече от 00:05:00.**

КОНТЕКСТ НА ПРОЕКТА

Относно фондация “Изящни дела”

[Фондация “Изящни дела”](#) (Fine Acts) е глобално креативно студио за социално въздействие, създадено с мисията да подобри разбирането, ангажираността и подкрепата за правата на човека – в България и отвъд.

Фондацията работи на глобално ниво, като:

- свързва артисти и активисти, за да работят по съвместни проекти, които ефективно комуникират и промотират защитата на човешките права;
- продуцира и курира изкуство, което носи потенциал за социална промяна;
- създава креативни кампании, повишаващи осведомеността за правата на човека;
- развива иновативни интердисциплинарни проекти в сферата на изкуството, технологиите, науката и правата на човека;
- консултира неправителствени организации как да използват креативни похвати, за да комуникират своите каузи и да изграждат ефективни кампании.

Сред проектите на “Изящни дела” са:

- [Artists for Climate & Countdown](#) - колаборации с TED по темата климатични промени;
- [Love Speech](#) - кампания срещу речта на омразата;
- [Inside Out-Sofia](#) - кампания с ромската общност в България по темата принудителни евикции;
- [Родени готови](#) - кампания в колаборация с Българския център за нестопанско право, с фокус правата на хората с увреждания;
- [Fakery](#) - кампания срещу фалшивите новини;
- [Beat](#) - кампания срещу домашното насилие.

[Тук](#) можете да разгледате последния доклад за дейността на фондацията.

Ситуацията

През последните години ситуацията с човешките права в България се влошава драстично (БХК, 2018; Amnesty, 2018). Правата на човека все повече се разглеждат като нещо “привнесено” от чужбина и несъвместимо с „традиционните ценности“. Разпространението и налагането на негативни стереотипи и реч на омразата нараства и все повече хора се чувстват лично застрашени, като основните потърпевши са **роми, ЛГБТИ хора и бежанци** (ИООС, 2018).

ДЕФИНИРАНЕ НА АУДИТОРИЯТА

На кого говорим?

Основната таргет група на проекта са хората, чиито мнения по темата са „променливи“, и тези, които са съпричастни към трудностите на ЛГБТИ, ромските и бежански общности, но не са запознати с последиците от негативните стереотипи и речта на омразата поради малкото налична или липсваща информация по въпроса.

Целева аудитория

Целевата аудитория са хора, живеещи в градове, мъже и жени с ясно кариерно развитие, на възраст между 20-50 години, интересуващи се от заобикалящата ги среда и възприемащи се като критично мислещи.

Какво искаме да почувства аудиторията?

Омнибусът цели да подхрани съпричастността на аудиторията към проблема, **без да я кара да се чувства виновна**. Целта ни е да представим силен аргумент, чрез който да **ангажираме** хората, да **образоваме** и **вдъхновим** да споделят нашето съдържание, създавайки повод за онлайн и офлайн разговор с приятели, семейство и колеги по темата негативни стереотипи и реч на омразата.

ПРОЗРЕНИЕ

Как можем да провокираме хората да ги е грижа?

Омнибусът цели да провокира аудиторията като разкаже истории по неподозирани, положителен и **изпълнен с надежда начин**, говорейки за приемане, преодоляване на негативните стереотипи и преодоляване на речта на омразата. Историите следва да предразположат аудиторията да разбере посланията на човешко ниво.

Според изследвания от сферата на когнитивните и поведенчески науки, негативните и драматични послания обикновено карат хората да се чувстват безпомощни, а не мотивирани за действие и промяна. Целта на проекта е да предложи на аудиторията нов прочит на социално ангажирано и активистко съдържание. Работата на фондация "Изящни дела" се основава на изводите на науката за това какво кара хората да ги е грижа и какво ги провокира към действие.

ВИДЕО КОНЦЕПЦИЯ

Всеки успешен омнибус успява да вплете една обща нишка през различните си елементи, като същевременно запазва индивидуалността им. Това е и една от основните цели на тук изложеното задание. Омнибусът следва да бъде обединен от два основни компонента – **общ източник на вдъхновение, и творческо ограничение**.

Общ източник на вдъхновение

Най-добрите истории често са продукт на вдъхновение от реалния живот, комбинирано с фикция. Добавената творческа интерпретация има силата да направи дадена история по-ангажираща и да засили посланието в нея. Редица филми, които са считани за *модерни класики*, са базирани на реални събития, но определени аспекти в тях са променени или подобрили, за да се създаде по-добър разказ и финален творчески продукт.

Настоящото задание се цели към подобен процес. Следва да се използват **реалните истории** на хора от ромската, ЛГБТ и бежанската общност като **вдъхновение** и „художествен материал“, които да бъдат преосмислени в **изпълнен с надежда видео продукт**, който резонира на човешко ниво и кара зрителя да стане по-чувствителен, по-емпатичен и по-отворен към съответните групи.

Историите

Историите, които следва да бъдат база на креативната концепция за всяко от видеата в омнибуса, са събрани чрез организирани от фондация „Изящни дела“ фокус групи с членове на всяка от трите най-засегнати от негативни стереотипизации и език на омразата общности в България. На избрания изпълнител ще бъде предоставен списък с 10-те най-релевантни и вдъхновяващи извадки.

Важно е отново да се подчертае, че омнибусът не цели **директно представяне на събитията в историите и/или героите в тях**.

Детайлните сценарии за всяко видео ще бъдат развити от Fine Acts, след комуникация с режисьорите.

Включване на общностите в процеса

За да сме сигурни, че избраните режисьори действително са вникнали в темата, всеки от тях ще бъде включен в екип с консултант, член на една от общностите. Целта е да се създаде дискусия по темата между режисьора и консултанта, която да доведе до още по-голяма истинност, автентичност и проникателност на проекта.

По този начин омнибусът не само ще бъде базиран на реални емоции, но и ще остави засегнатите да говорят сами за себе си, както и да повлияят на начина, по който тяхната история е представена.

Творческо ограничение

За да гарантираме обща творческа рамка на омнибуса и да постигнем усещане за обединеност между отделните видеа, следва да бъде въведено творческо

ограничение, валидно за всяка отделна работа. Предложението за ограничение следва да бъде част от офертата на кандидатите.

Увеличаване на ефекта на историите

Един от най-важните аспекти на проекта е, че всеки режисьор следва да навлезе по-дълбоко в историята, която е избрал, да я използва като източник на вдъхновение и след това да покаже своята интерпретация за преодоляване на негативните стереотипи, злоупотреба, агресия, дискриминация и реч на омразата към ромските, ЛГБТ и бежански общности.

Очаква се режисьорите да обърнат изключително внимание на прозренията (insights), които могат да бъдат извлечени от историите на и разговорите с общностите. Как тези прозрения могат да бъдат надградени или превърнати в метафори? Какво е скритото ключово послание за приемането и преодоляването на негативните стереотипи? Как може то да бъде визуализирано, така че зрителят да разбере същността на посланието? Какъв е изпълненият с надежда обрат на ситуацията?

Особен приоритет ще имат идеите, които избягват стандартните творчески похвати на повечето активистки видеа.

ПРОДУКЦИОННИ ДЕТАЙЛИ

Настроение на видеата

Неутрално, положително, обнадеждаващо, вдъхновяващо, с интелигентен хумор.

Канали за дистрибуция

Финалните видеа от омнибуса ще бъдат разпространявани чрез платформи за споделяне на видео съдържание (напр. YouTube, Vimeo, Facebook Video, Instagram TV), по телевизията, на външни локации (напр. метростанции) и популяризирани във всички основни социални медии (Facebook, Instagram, Twitter).

ВАЖНО: Достъпност

Необходимо е да се осигури достъпност на всички произведени материали за хора с увреждания (например - цветови контраст, субтитри с подходящ шрифт и размер и тн.).

Финални продукти:

- Български (чиста и със субтитри) и английски (със субтитри) версии на 5 видеа с висока резолюция във формати за интернет (YouTube & Vimeo), използване в телевизия и социални медии (персонализирани за публикуване в Instagram, Facebook и Twitter);
- Статични кадри с висока резолюция, които да се използват за промоционални цели.

ОБОБЩЕНИЕ

- Създаване на 5 видеа, обединени в омнибус, режисирани от 5 български режисьори, по сценарии, развити от Fine Acts;
- Очаквано времетраене на всяко видео: максимум 00:05:00;
- Видеата са вдъхновени от реални истории и данни за негативните стереотипи и речта на омразата, но също така представят оригинална творческа интерпретация на режисьорите;
- Общо творческо ограничение във всяко видео;
- Фокусът е винаги върху темата и посланието е представено по ясен начин;
- Положително, остроумно и обнадеждаващо настроение във видеата е приоритет.