|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Техническое задание**  **для оказания услуг по созданию социального видеоролика о неоплачиваемом домашнем труде женщин, а также его последующему распространению в социальных сетях и на телеканалах** | | | | **Terms of Reference**  **for production and broadcasting a short video on women’s unpaid care work and further promotion thereof via social networks and on TV channels** | | | | | |
| Контактная информация: | | Алтынай Молдоева  [altynai.moldoeva@helvetas.org](mailto:altynai.moldoeva@helvetas.org) | | Contact information: | | | Altynai Moldoeva  [altynai.moldoeva@helvetas.org](mailto:altynai.moldoeva@helvetas.org) | | |
| Номер проекта/мандата: | | KGZ\_1251.15.3.0 | | Project/mandate number: | | | KGZ\_1251.15.3.0 | | |
| Бюджетная линия: | | 0404.1100 | | Po number: | | | 0404.1100 | | |
| Название проекта/ мандат / страна | | «Улучшение услуг на местном уровне», финансируемый Правительством Швейцарии,  Фаза 2, Кыргызстан | | Project/mandate name/country: | | | Public Service Improvement project funded by the Swiss Government, Phase II, Kyrgyzstan | | |
| **Заказчик:** | | **ХЕЛЬВЕТАС** | | **Client** | | | **Helvetas in the Kyrgyz Republic** | | |
| Адрес: | | ул. 7-я Линия № 65, Бишкеке 720044, Кыргызстан | |  | | | 65 Str. 7-Liniya, Bishkek 720044, Kyrgyz Republic | | |
| 🕿 Teл: | | +996 312 214 572 | | 🕿 Tel: | | | +996 312 214 572 | | |
| E-Mail: | | kyrgyzstan@helvetas.org | | E-Mail: | | | kyrgyzstan@helvetas.org | | |
| **Партнер по консорциуму** | | **Институт политики развития** | | **Consortium partner** | | | **Development Policy Institute** | | |
| Адрес: | | ул. Шевченко 114, Бишкек 720001, Кыргызстан | | Address: | | | 114 Str. Shevchenko, Bishkek 72001, Kyrgyz Republic | | |
| 🕿 Teл: | | +996 312 976530 | | 🕿 Tel: | | | +996 312 976530 | | |
| E-Mail: | | [office@dpi.kg](mailto:office@dpi.kg) | | E-Mail: | | | [office@dpi.kg](mailto:office@dpi.kg) | | |
|  | |  | |  | | |  | | |
| **Исполнитель** | |  | | **Contractor** | | |  | | |
| 🕿 Teл: | |  | | 🕿 Tel: | | |  | | |
| E-Mail: | |  | | E-Mail: | | |  | | |
| **Длительность контракта:** | |  | | **Contract duration** | | |  | | |
| **1. Обоснование**  Проект «Улучшение услуг на местном уровне», финансируемый Правительством Швейцарии выполняется Хельветас и Институтом политики развития. Целью Проекта является создание устойчивой системы управления услугами на местном уровне, обеспечивающей своевременное и эффективное реагирование на запросы граждан.  Основной задачей первой фазы Проекта (2015–2019 гг.) было внедрение устойчивых, эффективных, действенных, подотчетных и оперативных управленческих решений в целевых муниципалитетах, которые учитывают реальные потребности и запросы граждан и обеспечивают значительные улучшения предоставляемых услуг.  Основными направлениями деятельности второй фазы Проекта являются углубление, репликация и расширение протестированных моделей и решений, полученных в результате первой фазы, а также распространение знаний и навыков по организации и предоставлению услуг по всей стране через национальный механизм.  Вторая фаза проекта PSI будет работать над достижением двух результатов, которые внесут вклад в общую цель:  Результат 1: Сельские муниципалитеты предоставляют услуги на местном уровне действенным и эффективным путем  Результат 2: Различные участники системы создают благоприятные условия – технические, правовые и финансовые – способствуя предоставлению услуг на местном уровне с учетом принципов гендерного равенства и социальной инклюзии.  На протяжении 4-летнего периода второй фазы Проект ставит перед собой следующие задачи:   1. повысить потенциал органов местного самоуправления (МСУ); 2. интегрировать подходы, отражающие принципы социальной и гендерной чувствительности (СГЧ), при улучшении качества оказываемых услуг на местном уровне; 3. использовать гендерно-ориентированное бюджетирование (далее ГОБ), а также мнения социально уязвимых групп в процессе принятия решений.   Наряду с социально- и гендерно-чувствительной политикой проектные муниципалитеты будут проводить информационные кампании по повышению активного участия населения в процессах принятия решений на местном уровне.  Пандемия COVID 19 повлекла за собой изменения во всех сферах общественной жизни: социальной, экономической и политической, а также в уровне безопасности людей. На рынке труда под особым ударом оказались женщины и уязвимые группы, поскольку значительное количество женщин, занятых на оплачиваемой работе или имеющих собственный бизнес, попали под сокращения и снижение зарплат. Помимо этого, именно на плечи женщин ложится основная нагрузка по выполнению неоплачиваемого домашнего труда, уходу за детьми, их воспитанию и дистанционному обучению, а также по уходу за заболевшими родственниками.  В целях повышения осведомленности населения по данной проблеме и содействия усилиям по уменьшению несоразмерного бремени женщин, Проект планирует создать социальный видеоролик о неоплачиваемом труде женщин, продвигающий идею перераспределения неоплачиваемого домашнего труда между членами семьи и его облегчения путем улучшения услуг, оказываемых на местном уровне (водоснабжение, доступ к дошкольному образованию и т.д.). Подготовленный видеоролик будет распространяться через социальные сети и телевидение согласно плану продвижения, предоставленному Исполнителем. | | | | **1. Background**  The Public Service Improvement (PSI) project is a ten-year initiative funded by the Swiss Government and implemented by Helvetas Kyrgyzstan in consortium with the Development Policy Institute. The main goal of the Project is to contribute to the improvement of quality and access to services provided by municipalities for their population through introduction of systemic changes at the local level.  The main goal of PSI phase I (2015 – 2019) was to introduce sustainable, effective, efficient, accountable and responsive management solutions in targeted municipalities that address real needs and demands of citizens and that deliver tangible service improvements.  The main thrusts of PSI phase II (2019 -2023) will therefore be to deepen, replicate and scale up tested models and solutions from phase I to tangibly improve public services, development of inter-municipal cooperation to address local issues, as well as the dissemination of knowledge and skills in the organization and provision of services through national mechanism throughout the country.  PSI Phase II will work on achieving two outcomes that contribute to the overall goal:  Outcome 1: Rural municipalities provide local public services in an effective and efficient manner  Outcome 2: The various system actors create enabling conditions – technical, legal and financial – fostering socially inclusive and gender responsive local public service provision.  During the 4-year period of the second phase, the Project sets the following objectives:   1. strengthen / increase the potential of local authorities (LSG); 2. integrate approaches that reflect the principles of gender equality and social inclusion in improving the quality of services provided at the local level; 3. incorporate gender-responsive budgeting (hereinafter GRB); and consideration of the opinions of socially vulnerable groups in decision-making processes.   Along with socially inclusive and gender-responsive policies, the project municipalities will conduct information campaigns aimed at increasing public participation in the decision-making processes on the local level.  Since the impact of COVID 19 pandemic embraces all spheres: social, economic, political and security dynamics, its implications also lead to various consequences. If we highlight the negative impact on the labor market, women and vulnerable groups have been hit particularly hard: a significant number of women employed in paid work or with their own businesses have been subjected to layoffs and wage cuts. In addition, women bear the largest burden of unpaid care work, the reproductive burden of child care, child rearing and distance learning, as well as caring for sick relatives.  In order to raise public awareness on this problem and contribute to efforts to reduce women's disproportionate burden, the Project plans to produce a short video on women's unpaid care work advancing the idea of redistributing unpaid care work among family members and alleviating the burden of household work through the improvement of services at the local level (water supply, access to pre-school education, etc.). The produced video will be promoted through social networks and broadcasted on TV channels according to the promotion plan provided by the Contractor. | | | | | |
| **2. Цель технического задания:**  Создание и распространение через социальные сети и ТВ каналы социального видеоролика о неоплачиваемом труде женщин, продвигающего идею перераспределения неоплачиваемого домашнего труда между членами семьи, в том числе через улучшение услуг на местном уровне (водоснабжение, доступ к дошкольному образованию и т.д.). | | | | **2. Goal of the ToR**  Production of the video material and its promotion by means of social networks and TV channels of a short video on women's unpaid care work to advance the idea of redistributing unpaid care work among family members and alleviating it through the improvement of services at the local level (water supply, access to pre-school education, etc.). | | | | | |
| **3. Объем работ:**  Исполнитель проводит следующие виды мероприятий:   1. Разработка сценария видеоролика и представление его на утверждение команде Проекта; 2. Съемки ролика; 3. Окончательная обработка ролика (постпродакшн), включая:  * черновой и чистовой монтаж * звуковой ряд, музыкальное сопровождение, сведение звука * закадровый текст диктора (если есть) * размещение титров, текстовых надписей, логотипов * создание анимационных и(или) графических элементов * цветокоррекция  1. Разработка плана продвижения видеоролика в социальных сетях и на телевидении (отдельно для кыргызского и русского языков) и представление его на утверждение команде Проекта, последующее исполнение утвержденного плана; 2. Предоставление команде Проекта отчета о продвижении видеоролика: статистика просмотров и описание обратной связи (комментарии, лайки, репосты) в социальных сетях, данные по количеству трансляций на телеканалах и охвате телевизионной аудитории. Отчет должен включать графическую визуализацию данных (графики, диаграммы, инфографика и т.д.)   **Целевая аудитория видеоролика:** преимущественно жители сельской местности, обоих полов, приверженцы традиционных взглядов на семью, а также на гендерные роли и распределение обязанностей в семье. Рекомендуемый позитивный посыл для целевой аудитории: экономические и социальные выгоды гендерного равенства на уровне страны, сообщества, индивидуума.  **Язык видеоролика:** Видеоролик должен быть изготовлен в трех версиях:   1. На кыргызском языке 2. Версия с дубляжом на русском языке 3. Кыргызскоязычная версия с субтитрами на английском языке.   **Программные требования к видеоролику:**   * Ролик должен вызывать у зрителей желание поделиться им в соцсетях или рекомендовать его знакомым * Приветствуется применение графического дизайна * Обязательно строгое соблюдение политики брендинга Заказчика * На всех этапах работы Исполнитель должен учитывать предложения и рекомендации проектной команды и в случае необходимости вносить изменения и проводить дополнительные съемки.   **Технические требования к видеоролику:**   * Хронометраж – не более 10 минут * Формат видеоматериала – не ниже Full HD (1920х1080) * Соотношение сторон – 16:9 без полей * Расширение видеофайла – .mp4 или .mov * Закадровый текст должен соответствовать видеоряду и начитываться профессиональным диктором на кыргызском и русском языке * Технические характеристики звука (формат, битрейт и т.д.) – стерео 48 КГц 16 бит   Объем работ по данному ТЗ с указанием мероприятий, сроков реализации и достигаемых индикаторов представлен в Таблице 1. | | | | **3. Scope of Work:**  The Contractor will perform the following tasks:   1. Draft a script for the video and submit it to the project team for approval; 2. Shoot the material; 3. Postproduction, including:  * draft and final editing * sound processing, musical accompaniment, sound mixing * voice-over text (if needed) * placement of subtitles, text inscriptions, logos * creation of animated and/or graphic elements * color corrections  1. Elaborate the video promotion plans (separately for the Kyrgyz and Russian languages) in social networks and on television and submit them for approval to the Project team, then implement the approved plan; 2. Provide the Project team with a report on the promotion of the video statistics on views and description of feedback (comments, likes, reposts) in social networks, data on the number of broadcasts on TV channels and coverage of the television audience. The report should include graphical data visualization (graphs, charts, infographics, etc.)   **Target audience of the video:** mainly residents of rural areas, men and women, adhering to traditional views on the family, gender roles and distribution of responsibilities in the family. Recommended positive message for the target audience: economic and social benefits of gender equality at the levels of country, community, individual.  **Language of the video:** The video is to be submitted in three versions:   1. In Kyrgyz language 2. Version with dubbing in Russian 3. Kyrgyz-language version with English subtitles   **Programmatic requirements for the video:**   * The video should induce viewers to share/repost it on their social networks or /recommend it to others * Incorporation of graphic design is encouraged * Strict adherence to the Customer's branding policy is mandatory * At all stages of work, the Contractor must take into account the proposals and recommendations of the project team and, if necessary, make changes and conduct additional shootings.   **Technical requirements for the video:**   * Timing – not to exceed 10 minutes * Video format – not lower than Full HD (1920x1080) * Aspect ratio – 16:9 borderless * Video file extension – .mp4 or .mov * The voice-over text must correspond to the video sequence and be recited by a professional announcer in Kyrgyz and Russian * Audio specifications (format, bit rate, etc.) – stereo 48 kHz 16 bit   The scope of work on this ToR, indicating the activities, deadlines and achieved indicators, is listed in Table 1. | | | | | |
| **Таблица 1. План и график реализации Технического задания** | | | | **Table 1. Plan and schedule for the ToR implementation** | | | | | |
| **№** | **Задача** | **Срок исполнения** | **Индикаторы** | **#** | | **Task** | | **Timeline** | **Indicators** |
| 1. | Разработка сценария видеоролика и представление его на утверждение команде Проекта | До 15 апреля | Утвержденный Проектом сценарий ролика, а также тексты русскоязычной озвучки и субтитров на английском языке | 1. | | Developing a script for the video and submitting it for approval to the Project team | | Until April 15 | A script approved by the Project team, as well as texts for the Russian dubbing and English subtitles |
| 2. | Съемки ролика | До 31 мая | Видеоматериал для дальнейшего монтажа | 2. | | Shooting of the film | | Until May 31 | Video-materials ready for postproduction |
| 3. | Окончательная обработка ролика (постпродакшн) | До 15 июня | 3 готовых версии видеоролика:   1. На кыргызском языке 2. Версия с дубляжом на русском языке 3. Кыргызскоязычная версия с субтитрами на английском языке | 3. | | Postproduction | | Until June 15 | 3 completed versions of the video:   1. Kyrgyz language version (original) 2. Version with dubbing in Russian 3. Original Kyrgyz version with English subtitles |
| 4. | Разработка плана продвижения видеоролика в социальных сетях и на телевидении | До 15 июня | План продвижения (отдельно для кыргызскоязычной и для русскоязычной версий видеоролика) |  | | Developing video promotion plans in social networks and on television | | Until June 15 | Promotion plans (separately for Kyrgyz and Russian language versions) |
| 5. | Продвижение видеоролика в социальных сетях и на телевидении | С 15 июня по 31 августа | Статистика просмотров и описание обратной связи (комментарии, лайки, репосты) в социальных сетях, данные по количеству трансляций на телеканалах и охвате телевизионной аудитории |  | | Active promotion of the video in social networks and on TV channels | | June 15 – August 31 | Statistics on views and description of feedback (comments, likes, reposts) in social networks, data on the number of broadcasts on TV channels and coverage of the television audience. |
| 6. | Предоставление команде Проекта отчета о продвижении видеоролика | До 16 сентября | Отчет, включающий статистику охвата, а также инфографику и другие визуальные элементы |  | | Providing the Project team with a report on the promotion of the video | | Until September 16 | A report including data on statistics of coverage, infographics and other visuals |
| Детальный график работ Исполнителя по исполнению технического задания согласовывается с менеджером Проекта в течении 3 рабочих дней после подписания контракта. | | | | | The detailed work plan of the expert for the implementation of the Terms of Reference is to be agreed on with the Project Manager within 3 business days after signing the contract. | | | | | |
| **4. Подотчетность:**  Исполнитель подотчетен в своей работе менеджеру Проекта. Менеджер Проекта оставляет за собой право запросить информацию о текущем статусе реализации Технического задания.  Контактным лицом Проекта на период выполнения технического задания является специалист Проекта по гендерным вопросам и управлению знаниями. | | | | | **4. Accountability and Reporting:**  The contracted party reports to the Project Manager. The Project Manager reserves the right to request information about the current status of the implementation of the ToR.  The Project’s focal point for the period of fulfillment of the Terms of Reference is the GSI and Knowledge Officer. | | | | | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | |