

a.ba
ku.s

Abakus nadační fond
zakladatelů Avastu

Storytelling

Grantová výzva
2026/27



Otevíráme prostor příběhům, které mění svět.

Silný příběh zanechává stopu. Pomáhá porozumět složitým tématům, otevírá veřejnou debatu a může přispět ke konkrétní změně. Zachycuje minulost. Rezonuje v přítomnosti. Mění budoucnost.

Grantová výzva Storytelling 2026/2027 podporuje **projekty impaktivních kampaní k audiovizuálním dílům**, která mají jasný autorský základ a zároveň potřebují posílit to, co rozhoduje o jejich skutečném dopadu: odborné partnerství, uvedení, distribuci, komunikaci a práci s publikem.

Základní informace

Projekt

impaktivní kampaň k audiovizuálnímu dílu

Fáze díla

hotové, téměř hotové nebo v pokročilé postprodukcii

Téma

výzva není tematicky omezená

Povinné prvky

- odborný partner
- česká relevance a dopad
- komunikační a distribuční kapacity

Příjemce grantu

pouze právnická osoba

Výše grantu

až 500 000 Kč

Vstupní přihláška

systém Grantys, formulář, 90sekundové video, ukázka díla, potvrzení odborného partnera

Výběrový proces

dvoukolový, červen-listopad 2026

Obsah

04 - O výzvě

Proč výzva vzniká, jaký typ projektů podporuje a jaký je její účel.

04 - Co myslíme impaktovou kampaní?

Pojetí dopadu, práce s publikem a impaktu.

05 - Pro koho je výzva určena?

Způsobitelné typy děl, fáze dokončení, česká relevance a základní podmínky.

06 - Příjemce podpory

Kdo může být formálním příjemcem grantu a za co odpovídá.

07 - Klíčové role v projektu

Role tvůrčího týmu, odborného partnera a komunikační / distribuční kapacity.

09 - Propojení díla, tématu a dopadu

Jak má dílo souviset se společenským tématem a proč nemusí být vztah přímočarý.

09 - Otevřenost tématům a odpovědnost dopadu

Tematická šíře výzvy, rizika dopadu, etika a práce s citlivými tématy.

10 - Co je možné získat?

Mini grant pro shortlistované projekty, finální grant, nefinanční podpora a pravidla čerpání.

13 - Jak se přihlásit?

Přihlášení přes Grantys, formulář, potvrzení odborného partnera, 90sekundové video a výběrový proces.

13 - Proces výběru a realizace

Kritéria hodnocení projektů a role poroty, postup realizace.

18 - Odpovědnost a bezpečnost programu

Právní, etická a reputační odpovědnost příjemce podpory.

19 - Rámcový harmonogram

Klíčové termíny výzvy od otevření po veřejnou prezentaci výstupů.

20 - O Abakusu a programu

21 - Jak může vypadat vhodný projekt?

Ilustrativní příklad impaktové kampaně na téma závěru života v domovech pro seniory.

O výzvě

Výzva je určena pro česká i mezinárodní díla, která jsou dokončená, téměř dokončená nebo se nacházejí v pokročilé fázi postprodukce. Přihlásit se mohou také díla, která již byla uvedena, pokud od jejich prvního uvedení neuplynuly více než dva roky a vstupují do nové fáze práce s publikem. Vždy však musí mít jasnou relevanci pro Českou republiku, českého odborného partnera a potenciál přispět k reálnému dopadu v českém prostředí.

Program reaguje na situaci, kdy kvalitní audiovizuální díla často vznikají s velkou autorskou energií, ale pro svůj skutečný společenský dopad potřebují ještě něco dalšího: správné uvedení, promyšlenou distribuci, srozumitelnou komunikaci, odborné ukotvení tématu a práci s publikem.

Zároveň odpovídá na potřeby odborných, expertních a neziskových organizací v České republice, které často hledají kvalitní obsah na podporu svých témat, aniž by jej musely vyvíjet od nuly. Hotová nebo téměř dokončená díla s jasným tematickým přesahem pro ně mohou být silným nástrojem pro komunikaci, advokacii, osvětu i práci s komunitami.

Nejde o podporu prvotního vývoje ani o financování plné výroby od samého začátku. Těžiště programu spočívá v tom, aby se silné audiovizuální dílo dostalo k lidem způsobem a formami, které jsou promyšlené, odpovědné a vedou k reálnému společenskému dopadu.

Program stojí na propojení tří klíčových rovin:

1. silného tvůrčího hlasu a kvality díla,
2. odborného porozumění tématu v českém kontextu,
3. promyšlené cesty k publiku, partnerům a dopadu v České republice.

Co myslíme impaktovou kampaní?

Impaktová kampaň je pro nás promyšleným plánem, jak audiovizuální dílo dostat k relevantnímu publiku a navázat na něj aktivitami, které mohou vést k porozumění, veřejné debatě, změně postojů, posílení konkrétní komunity, advokacii, edukaci nebo jiné realistické společenské změně. Nemusí jít o velkou (mediální) kampaň. Důležité je, aby byla konkrétní, odpovědná, proveditelná a ukotvená v českém kontextu.

Jak rozumíme dopadu?

Dopad vnímáme jako změnu, která nastává díky setkání díla s publikem a následné práci s tímto setkáním. Nejde pouze o počet diváků nebo mediální zásah.

Dopad může mít podobu:

- lepšího porozumění tématu,
- otevření nebo posunu veřejné debaty,
- posílení hlasu konkrétní skupiny,
- vzniku a zapojení komunit nebo institucí,
- vzniku nových spoluprací, aktivit nebo nástrojů,
- změny praxe služeb, institucí nebo systémových struktur,
- změny v mediálním obrazu tématu,
- aktivace konkrétní skupiny k akci,
- vytvoření bezpečného prostoru pro sdílení zkušenosti.

Nejde o složité metriky, ale o srozumitelnou a realistickou představu, co se má díky projektu stát.

Pro koho je výzva určena?

Výzva je určena **tvůrcům, tvůrkyním a tvůrčím týmům**, které mají hotové nebo téměř hotové audiovizuální dílo a chtějí jej smysluplně uvést k publiku v České republice.

Může jít například o krátký i celovečerní film, seriálový nebo epizodický formát, digitální sérii či jiný audiovizuální výstup. Podporujeme také formáty, které kombinují více přístupů a médií, pokud mají silný autorský základ a realistickou cestu k publiku.

Dílo může být dosud neuvedené, ale i již uvedené, pokud od jeho prvního uvedení neuplynuly více než dva roky, vstupuje do nové fáze práce s publikem a má potenciál oslovit další cílové skupiny, otevřít nová partnerství nebo vytvořit novou vlnu společenského zájmu a dopadu skrze impaktivní kampaň.

Formálním příjemcem grantu může být pouze právnická osoba.

Tým musí:

- uvažovat o společenském dopadu projektu v České republice,
- mít od první fáze zapojeného českého odborného partnera,
- mít dostupnou ukázkou, pracovní verzi nebo hotové dílo,
- mít k dispozici nebo být připraven doplnit ve druhé fázi chybějící kreativní, komunikační nebo distribuční kapacitu,
- umět popsat, komu má dílo sloužit a jakou změnu může podpořit.

Příjemce podpory

Příjemcem grantu může být pouze právnická osoba, která nese odpovědnost za realizaci projektu a uzavírá s Abakusem smlouvu o nadačním příspěvku.

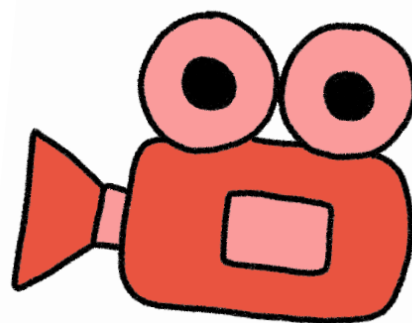
Může jít například o:

- produkční společnost,
- neziskovou organizaci,
- jinou právnickou osobu odpovědnou za projekt.

Příjemcem grantu nemůže být fyzická osoba ani neformální tvůrčí tým bez právní subjektivity.

Příjemce grantu odpovídá za:

- realizaci projektu,
- spolupráci s odborným partnerem,
- využití prostředků v souladu s rozpočtem,
- doložení povinného podílu pro odborného partnera,
- dodržení harmonogramu,
- reporting vůči Abakusu,
- právní a etické ošetření projektu.



Klíčové role v projektu impaktové kampaně

Tvůrce / tvůrkyně / tvůrčí tým

Tvůrce, tvůrkyně nebo tvůrčí tým nese autorskou kvalitu, vyprávění a podobu díla. Pokud je zároveň právníčkou osobou, může být také formálním příjemcem podpory. Pokud ne, musí být do projektu zapojen právní subjekt (s IČ), který převezme smluvní odpovědnost vůči Abakusu.

Tvůrčí tým odpovídá zejména za:

- autorskou kvalitu a integritu díla,
- dokončení díla, pokud je ve finální fázi postprodukce,
- spolupráci s odborným partnerem,
- přípravu a realizaci plánu uvedení, distribuci, komunikaci a dopad v součinnosti s profesionály na dané oblasti.

Program respektuje autorskou autonomii. Odborný partner ani další zapojené subjekty nemají nahrazovat tvůrčí vedení projektu. Jejich úkolem je posílit schopnost díla pracovat s tématem odpovědně, zasáhnout relevantní publikum a přispět k reálnému dopadu.

Odborný partner

Odborný partner je povinnou součástí projektu už od první fáze přihlášky.

Odborným partnerem je nezisková organizace nebo instituce působící v České republice, která:

- má hlubokou znalost tématu a jeho českého kontextu,
- rozumí reálným potřebám cílových skupin,
- má zkušenost s tématem v praxi,
- přináší etickou citlivost a orientaci v dopadech komunikace,
- pomáhá definovat, jaký typ změny je smysluplný a dosažitelný,
- spoluvytváří dopadovou logiku projektu.

Ve fázi 1 stačí doložit e-mailové potvrzení spolupráce „letter of intent” nebo jiné jednoduché písemné potvrzení, že odborný partner o projektu ví a je připraven se do něj zapojit. Před podpisem smlouvy o nadačním příspěvku musí příjemce doložit formální dohodu s odborným partnerem.

Odborný partner nezasahuje do autorského vedení díla, ale ukotvuje projekt v realitě tématu a pomáhá nastavit jeho společenský dopad. Odborný partner se musí aktivně zapojit (např. obsahově, komunitně nebo expertně), nikoli pouze formálně či symbolicky potvrdit spolupráci.

Projekt musí mít **alespoň jednoho českého odborného partnera**; bez něj není pro výzvu způsobilý. Zapojení více odborných partnerů je možné, pokud to odpovídá tématu, cílovým skupinám a plánované impaktové kampani. V takovém případě je třeba v přihlášce jasně určit **hlavního odborného partnera odpovědného za odborné ukotvení projektu**.

Přínos pro odborného partnera

Jedním z cílů výzvy je přinést hodnotu také odborným partnerům.

Projekt může partnerovi přinést:

- posílení viditelnosti tématu,
- rozšíření dosahu jeho práce k veřejnosti,
- nové nástroje pro komunikaci, edukaci a advokacii,
- oslovení nového publika či komunit,
- příležitost navázat partnerství s kreativním sektorem,
- materiál využitelný v dlouhodobé práci s tématem.

Projekt by měl být přínosný pro obě strany: pro dílo i pro partnera a jeho misi.

Kreativní, komunikační a distribuční kapacita

Součástí projektu musí být jasná odpovědnost za uvedení, komunikaci, distribuci a práci s publikem.

Tuto roli může zajišťovat:

- impact producent/ka
- komunikační agentura,
- PR nebo marketingový expert/ka,
- kreativní studio,
- člen týmu se zkušeností s komunikací, kampaněmi nebo prací s publikem.

Tato kapacita nemusí být kompletně zajištěna při podání přihlášky. Pokud v týmu chybí, její doplnění je součástí druhé fáze.

Propojení díla a tématu

Vztah mezi dílem a společenským tématem nemusí být přímočarý ani didaktický.

Podporujeme i projekty, které:

- umožňují divákům porozumět složité realitě skrze konkrétní zkušenost,
- pracují s metaforou, osobním příběhem nebo symbolickou rovinou,
- otevírají téma nepřímě,
- přinášejí nové perspektivy.

Klíčové ale je, aby toto propojení bylo funkční ve vztahu k zamýšlené změně v českém prostředí.

Projekt by měl umět odpovědět na otázky:

- Jaké téma budou společně dílo a kampaň řešit?
- Jak dílo zpřístupňuje nebo otevírá téma?
- Proč je téma nyní relevantní pro Českou republiku a proč ho chceme řešit právě my?
- Jaký typ reakce u publika vyvolává?
- Jak na tuto reakci navazuje práce s publikem a impaktová kampaň?
- Koho chceme kampaní oslovit a proč?
- Jakou roli v tom má český odborný partner?
- Proč je právě toto audiovizuální dílo vhodným nástrojem?

Otevřenost tématům

Program není omezen pouze na konkrétní kmenová témata Abakusu.

Podporujeme široké spektrum tematických zaměření, pokud:

- má jasný vztah ke společnosti v České republice,
- má potenciál konstruktivně přispět k pozitivní změně,
- pracuje odpovědně, citlivě a bez zjednodušování,
- umožňuje navázat smysluplnou práci s publikem.

Nejde o to, jak přímočaře dílo o tématu mluví, ale jak dobře může fungovat jako nástroj pro smysluplnou změnu v reálném prostředí.

Nadační fond Abakus skrze výzvu nehledá nové tematické okruhy k dlouhodobé podpoře. Hledá způsoby, jak mohou audiovizuální díla sloužit jako univerzální nástroj porozumění, spolupráce a dopadu napříč obtížnými společenskými problémy.

Projekty v kontextu svého tématu musí zohlednit i možná nechtěná rizika dopadu (např. stigmatizace, zjednodušení tématu, mediální zkreslení nebo dopad na protagonisty) a popsat, jak s nimi pracují.

Rizika a odpovědnost dopadu

Dopad může mít i nechtěné důsledky. Projekt může například:

- zjednodušit komplexní téma,
- nechtěně posílit stereotypy nebo stigmatizaci,
- vystavit protagonisty nebo zapojené osoby tlaku,
- být interpretován způsobem, který není v souladu se záměrem tvůrců.

Očekáváme, že projekty tato rizika reflektují a aktivně s nimi pracují. Důležitou roli v tomto procesu má odborný partner.

Co je možné získat?

Vybrané projekty získají finanční i nefinanční podporu.

Minigrant pro shortlistované projekty

V první fázi bude vybráno přibližně 12 projektů na shortlist. Každý shortlistovaný projekt získá mini grant **20 000 Kč** a možnost konzultací k dopracování prezentace projektu.

Cílem mini grantu je pomoci týmu připravit druhou fázi programu: dopracovat základní plán uvedení, komunikace, práce s publikem, role odborného partnera, rozpočtu a dopadu.

Tým by měl ve druhé fázi umět jasněji popsat zejména:

- co chce projektem změnit nebo ovlivnit,
- pro koho je tato změna důležitá,
- jak k ní může audiovizuální dílo přispět,
- jaké konkrétní aktivity povedou od uvedení díla k dopadu,
- jakou roli v tom má odborný partner,
- jak bude využít případný finální grant.

Konkrétní požadavky na druhou fázi budou upřesněny společně s oznámením postupu na shortlist.

Grant pro finální projekty

Finální projekty mohou získat grant až 500 000 Kč. Žádat je možné i o nižší částku.

Grant je poskytován na základě smlouvy o nadačním příspěvku mezi Abakusem a právnickou osobou jako příjemcem podpory.

Grant bude vyplacen ve dvou splátkách:

- | 1. splátka | 70 % | po podpisu smlouvy o nadačním příspěvku
- | 2. splátka | 30 % | na základě průběžného reportingu na konci prvního čtvrtletí roku 2027

Grant musí být rozdělen mezi tyto hlavní oblasti, při grantu 500 000 Kč:

- | Spolupráce s odborným partnerem | minimálně 20 % | minimálně 100 000 Kč |
- | Dokončení díla pro uvedení | maximálně 20 % | maximálně 100 000 Kč |
- | Uvedení, distribuce, komunikace a dopad | minimálně 50 % | minimálně 250 000 Kč |
- | Řízení projektu, administrativa, rezerva | maximálně 10 % | maximálně 50 000 Kč |

Pokud bude udělen nižší grant než 500 000 Kč, procentuální pravidla se přepočítají podle skutečné výše podpory.

Toto rozdělení chrání smysl programu: podpora nemá sloužit primárně k výrobě díla, ale k tomu, aby hotové nebo téměř hotové dílo mělo odborně ukotvený, odpovědný a dobře provedenou cestu směrem k publiku a definované změně.

Využití části pro odborného partnera

Minimálně 20 % grantu musí být určeno na zapojení odborného partnera.

Tuto část lze využít například na:

- odborné služby,
- odborné konzultace,
- fact-checking,
- práci na dopadové strategii,
- etické a věcné posouzení kampaně,
- přípravu odborných podkladů či analýz,
- účast na debatách, projekcích, workshopech nebo komunitních aktivitách,
- cestovní náklady spojené s projektem,
- tvorbu nebo revizi doprovodných materiálů,
- další náklady odborného partnera přímo související s projektem.

Využití této části musí být doložitelné smluvně, účetně nebo výstupově podle pravidel uvedených ve smlouvě o nadačním příspěvku.

Dokončení díla pro uvedení

Na dokončení audiovizuálního díla lze využít maximálně 20 % grantu. Podpora dokončení slouží pouze k uvedení díla do distribuční podoby, nikoli k jeho zásadnímu přepracování.

Za dokončení díla pro uvedení lze považovat zejména kroky, které umožní dílo zpřístupnit relevantním cílovým skupinám a bezpečně jej používat v rámci impaktové kampaně, například:

- titulky a jazykové verze,
- audiopopis,
- úpravy pro přístupnost pro osoby se zrakovým nebo sluchovým znevýhodněním,
- technické úpravy potřebné pro projekce, online uvedení nebo práci v komunitách a institucích,
- master pro distribuci,
- základní zvukové nebo obrazové dokončení,
- drobnou postprodukcí nezbytnou pro uvedení,
- nezbytné licence související s uvedením díla.

Grant nelze využít na:

- hlavní natáčení,
- vývoj scénáře,
- plnou výrobu díla od začátku,
- rozsáhlou produkci,
- nákup techniky,
- běžný provoz produkční společnosti,
- aktivity bez přímé vazby na uvedení, distribuci, komunikaci nebo dopad.



Nefinanční podpora

Program dále nabídne nefinanční podporu, jejíž konkrétní podoba bude nastavena podle složení shortlistovaných a finálně vybraných projektů, jejich témat, potřeb a fáze připravenosti.

Může zahrnovat zejména:

- konzultace pro shortlistované projekty,
- podporu při dopracování impaktové kampaně a finální prezentace,
- možnost prezentace projektu širšímu odbornému nebo partnerskému publiku,
- vzdělávání nebo mentoring pro finálně vybrané projekty podle jejich konkrétních potřeb.

Jak se přihlásit?

Výběr probíhá ve dvou krocích: v první fázi bude vybrán shortlist přibližně 12 projektů, následně až 6 finálních projektů k podpoře.

Cílem výběru není hledat „nejlepší film“, ale projekty, které propojují silné audiovizuální dílo, jasnou relevanci pro český kontext, důvěryhodného odborného partnera a realistickou cestu k publiku a společenskému dopadu.

FÁZE 1: přihláška → shortlist → mini grant → FÁZE 2: dopracování kampaně → prezentace → finální grant → FÁZE 3: realizace a sdílení dopadu

Fáze 1: Přihláška a výběr shortlistu

Ve fázi 1 týmy vstupují do grantového systému Grantys, kde je třeba se nejprve zaregistrovat nebo přihlásit, pokud již profil organizace existuje, a následně pod záložkou VÝZVY otevřít formulář, jehož prostřednictvím odevzdáte:

- odkaz na 90sekundové video,
- odkaz na dílo nebo jeho ukázkou,
- formulář v češtině,
- potvrzení českého odborného partnera.

O 90sekundovém videu

Součástí přihlášky je odkaz na **90sekundové video**, které stručně představí dílo i základní záměr impaktivní kampaně. **Video by mělo odpovídat zejména na tyto otázky:**

- kdo jste,
- co je dílo a o čem je,
- v jaké je fázi,
- proč je projekt impaktivní kampaně relevantní pro Českou republiku,
- koho chcete oslovit,
- jaký dopad chcete podpořit — tedy co se má změnit,
- kdo je odborný partner a jakou v projektu hraje roli.

Video neposuzujeme podle technické kvality, ale podle schopnosti **představit složité téma přehledně** a jasně ukázat propojení díla, tématu, publika, odborného partnera a zamýšleného dopadu.

Abakus nejprve provede základní kontrolu způsobilosti. Ověří zejména:

- zda je přihláška úplná,
- zda je příjemcem grantu právnická osoba,
- zda má projekt českého odborného partnera,
- zda existuje ukázka, pracovní verze nebo hotové dílo,
- zda projekt odpovídá účelu výzvy,
- zda má jasnou relevanci pro Českou republiku.

Tato kontrola není kreativním předvýběrem. Slouží pouze k tomu, aby porota hodnotila projekty, které splňují základní podmínky výzvy. Abakus si také kdykoli během výběrového procesu může vyžádat doplňující nebo aktualizované informace.

Jeden subjekt může podat maximálně dvě přihlášky, ale k podpoře bude vybrán zpravidla nejvýše jeden projekt od stejného příjemce grantu. Výjimku může Abakus udělit pouze v odůvodněných případech, pokud projekty prokazatelně stojí na odlišných týmech, partnerech, kapacitách a tematických záměrech.

Všechny způsobilé přihlášky následně posoudí porota. Všichni členové poroty budou mít přístup ke všem způsobilým projektům.

Na základě hodnocení **bude vybráno přibližně 12 projektů do shortlistu.**

Co získají shortlistované projekty?

Každý shortlistovaný projekt získá:

- mini grant 20 000 Kč,

Výstupem této fáze bude prezentace projektu a základní plán, který popíše:

- co je cílem projektu,
- komu je určen,
- jak bude uveden k publiku,
- jakou roli má odborný partner,
- jaké aktivity povedou k dopadu,
- jaká jsou hlavní rizika a etické otázky,
- jak bude využit případný finální grant.

Jazyk a lokální relevance výzvy

Výzva, přihláška i komunikace s programem probíhají v češtině.

Projekt může být český i mezinárodní, ale musí mít:

- jasnou relevanci pro Českou republiku,
- českého odborného partnera,
- plán práce s českým publikem,
- potenciál konkrétního dopadu v českém prostředí.

Ukázka projektu může být předložena i bez českých titulků, pakliže je v češtině nebo angličtině.

V ostatních případech jsou nutné české nebo anglické titulky.

Fáze 2: Prezentace a výběr finalistů

Shortlistované projekty následně představí dopracovaný plán porotě. Na základě prezentací a dopracovaných materiálů porota doporučí až 6 projektů k finální podpoře. Požadavky na obsah prezentací a podrobnosti k jejich předložení budou upřesněny společně s informací o postupu do druhé fáze. Finálně vybrané projekty získají od nadačního fondu Abakus grant až 500 000 Kč a možnost nefinanční podpory programu.

Abakus si vyhrazuje právo podpořit menší počet projektů, pokud přihlášky nebudou v dostatečné míře odpovídat účelu a kritériím výzvy. Na poskytnutí podpory není právní nárok.

Výběrová kritéria

Projekty budou posuzovány podle následujících kritérií. Cílem výběru není ocenit nejlepší audiovizuální dílo, ale projekt s nejpřesvědčivějším celkem: silným dílem, jasnou relevancí pro český kontext, důvěryhodným odborným partnerstvím a realistickou impaktovou kampaní.

1. Kvalita a připravenost audiovizuálního díla

Hodnotí se zejména:

- síla autorského záměru,
- srozumitelnost tématu,
- fáze dokončení,
- dostupnost ukázky nebo pracovní verze,
- realistická možnost projekt uvést v období programu.

Nejde o podporu raných námětů. Dílo musí být hotové nebo téměř hotové.

2. Relevance a aktuálnost pro Českou republiku

Hodnotí se, zda projekt:

- otevírá téma relevantní pro českou společnost a časově je dobře zasazený,
- má jasně popsany český kontext,
- dokáže oslovit konkrétní publikum v České republice,
- má potenciál přispět k debatě, porozumění nebo změně v českém prostředí.

Projekt může být mezinárodní, ale musí být zřejmé, proč a jak má být uveden právě v České republice.

3. Síla odborného partnerství

Hodnotí se, zda odborný partner:

- přispívá k dopadu, etice a práci s publikem.
- působí v České republice,
- má důvěryhodnou expertizu k tématu,
- je do projektu zapojen smysluplně, nikoli pouze formálně,
- pomáhá ukotvit projekt v realitě tématu,

Projekt bez českého odborného partnera není způsobilý.

4. Potenciál společenského dopadu

Hodnotí se, zda projekt umí popsat:

- jakou změnu chce podpořit,
- pro koho má být důležitý,
- jakou reakci má vyvolat,
- co se má stát po jeho uvedení,
- jak budou zapojeni partneři, publikum nebo komunity
- jak může dílo fungovat i po skončení kampaně – například v podobě vzdělávacích materiálů, dlouhodobé spolupráce s partnery nebo další práce s publikem

Dopad nemusí znamenat velkou kampaň. Důležité je, aby byl realistický, konkrétní a navázaný na povahu projektu.

5. Promyšlenost uvedení, distribuce a komunikace

Hodnotí se, zda projekt má realistickou představu o tom:

- kde a jak bude uveden,
- koho chce oslovit jako první,
- jaké distribuční cesty dávají smysl,
- jaká komunikace projekt podpoří,
- jak bude navazovat práce s publikem,
- jakou roli mohou sehrát média, partneři, komunity nebo odborné akce a materiály.

6. Proveditelnost

Hodnotí se, zda je plán realistický vzhledem k:

- fázi díla,
- rozpočtu,
- časovému rámci,
- kapacitám týmu,
- zapojení odborného partnera,
- plánovaným aktivitám.

Důležité je, aby grant nebyl pouze symbolickou částí velkého rozpočtu bez jasného vlivu na uvedení, distribuci nebo dopad.

7. Etika a odpovědnost

Hodnotí se, zda projekt pracuje citlivě s:

- protagonisty,
- zranitelnými skupinami,
- citlivými informacemi,
- osobními příběhy,
- možnými reputačními nebo bezpečnostními riziky,
- rizikem zjednodušení, stigmatizace nebo nechtěného poškození.

Součástí hodnocení je i to, jakou roli má odborný partner při věcném a etickém posouzení projektu.

Porota

O výběru shortlistu a finalistů bude rozhodovat odborná porota jmenovaná Abakusem. Porota bude kombinovat zkušenosti z oblastí, které jsou pro výzvu klíčové: audiovizuální tvorby, festivalového a distribučního prostředí, impaktových kampaní, strategické komunikace, marketingu, nadačního rozhodování a českého společenského kontextu.

Pro druhou fázi může být porota případně rozšířena o další expertní hlasy podle složení shortlistovaných projektů, jejich témat a potřeb hodnocení.

Členové poroty budou před hodnocením seznámeni s pravidly pro střet zájmů. Pokud bude hodnotitel v osobním, pracovním, finančním nebo jiném významném vztahu k přihlášenému projektu, nebude se podílet na jeho hodnocení.

Fáze 3: Realizace, vzdělávání a veřejné prezentace

Finálně vybrané projekty následně vstoupí do realizační fáze. V této části budou týmy pracovat na uvedení díla, komunikaci, distribuci, zapojení odborného partnera, práci s publikem a dalších aktivitách impaktové kampaně dle svých individuálních plánů.

Podoba podpory ve třetí fázi bude nastavena podle potřeb vybraných projektů, jejich témat, kapacit a typu plánovaných kampaní. Může zahrnovat například vzdělávání, mentoring, konzultace, networking nebo podporu při přípravě veřejných a odborných prezentací.

Program počítá také s možností veřejného nebo odborného sdílení prvních výstupů. První prezentace projektů může proběhnout na jaře 2027, například v návaznosti na festival Jeden svět. Další sdílení zkušeností, výsledků a dopadů projektů je možné plánovat na podzim 2027.

Cílem třetí fáze není pouze realizace jednotlivých kampaní, ale také společné učení: co funguje při práci s audiovizuálním dílem jako nástrojem společenského dopadu, jakou roli hraje odborný partner, jaké formy komunikace jsou účinné a jak lze podobné přístupy univerzálně využívat i po skončení podpory.

Odpovědnost a bezpečnost programu

Abakus není producentem, koproducentem, distributorem ani vydavatelem podpořených děl a nenesे odpovědnost za jejich obsah, právní vypořádání, produkční proces ani veřejnou komunikaci mimo aktivity později sjednané ve smlouvě o nadačním příspěvku.

Odpovědnost za autorská práva, souhlasy, ochranu osobních údajů, práci s citlivými informacemi, bezpečnost protagonistů a etické nastavení projektu nese v plném rozsahu příjemce grantu.

Součástí podpory je přiměřené sdílení průběhu, výstupů a zkušeností z realizace projektu. Příjemce grantu se zaváže prezentovat projekt, jeho vývoj nebo výsledky na vybraných akcích programu Storytelling, pokud to bude odpovídat povaze projektu, bezpečnosti zapojených osob a dohodnutým pravidlům veřejné komunikace. Způsob prezentace, rozsah sdílených informací a komunikace podpory Abakusu budou upřesněny ve smlouvě o nadačním příspěvku.

Abakus si vyhrazuje právo projekt nepodpořit, podporu podmínit doplněním informací nebo nastavením ochranných opatření, případně podporu neposkytnout, pokud by realizace projektu mohla být v rozporu s účelem výzvy, dobrým jménem Abakusu, právními předpisy nebo etickými principy programu.

Rámcový harmonogram

- **31. července 2026, 23:59** – uzavření přihlašování
- **srpen 2026** – formální kontrola způsobilosti přihlášek a hodnocení projektů odbornou porotou
- **druhá polovina září 2026** – oznámení shortlistu a informování všech žadatelů a online onboarding pro shortlistované projekty (online, k dispozici záznam)
- **říjen – listopad 2026** – dopracování impaktových kampaní a příprava prezentací
- **prosinec 2026** – prezentační event shortlistovaných projektů a výběr až 6 finálně podpořených projektů
- **prosinec 2026 – prosinec 2027** – realizace impaktových kampaní, vzdělávání, mentoring a konzultace podle potřeb vybraných projektů
 - **jaro 2027** – první sdílení výstupů
 - **podzim 2027, případně 2028** – navazující prezentace zkušeností, výsledků a dopadů podpořených projektů

Harmonogram je rámcový a může být upraven podle počtu přihlášených projektů, složení shortlistu a potřeb finálně vybraných týmů.



O Abakusu a programu

Avast • Baudiš • Kučera • Spolu

Abakus - nadační fond zakladatelů Avastu navazuje na desetiletí rodinné filantropie Pavla Baudiše, Eduarda Kučery a jejich rodin. Podporuje účelná řešení v náročných společenských tématech: v péči o lidi na konci života, v nezávislém životě lidí se zdravotním znevýhodněním a ve zlepšování systému vzdělávání.

Tato témata jsou různá, ale jedno je spojuje: potřeba porozumění, spolupráce a schopnosti mluvit o složitých věcech srozumitelně, citlivě a lidsky.

Program Storytelling vychází z přesvědčení, že silný příběh může být nástrojem komunikace i společenské změny. Pomáhá najít společnou řeč mezi lidmi, kterých se téma přímo týká, odborníky, institucemi, státní správou, podporovateli i veřejností. Polidštuje statistiky, dává abstraktním pojmům konkrétní kontext a otevírá cestu k pochopení, zapojení i změně.

První ročník Storytellingu Abakus realizoval v roce 2024 jako uzavřenou výzvu pro vybrané partnerské organizace ze svých kmenových programů. Jedenáct organizací tehdy získalo podporu na spolupráci s profesionálními kreatívci a na nové způsoby vyprávění a sdílení vlastních témat.

Storytelling 2026/2027 na tuto zkušenost navazuje otevřenou grantovou výzvou. Zaměřuje se na impaktové kampaně k hotovým nebo téměř dokončeným audiovizuálním dílům, která mají potenciál oslovit relevantní publikum, otevřít důležité společenské téma a přispět ke konkrétnímu dopadu v českém prostředí.

Jak může vypadat vhodný projekt?

Tvůrčí tým dokončuje dokumentární film o závěru života v domovech pro seniory. Film sleduje několik obyvatel, jejich rodiny a pracovníky zařízení v situacích, kdy se péče postupně přesouvá od léčby k úlevě od bolesti, komunikaci s rodinou a respektu k přání člověka. Film je ve finální fázi střihu a tým má k dispozici pracovní verzi.

Téma je relevantní pro Českou republiku, protože velká část lidí tráví závěr života v institucích, kde ne vždy existuje dostatečná kapacita a podpora pro paliativní přístup. Projekt nechce jen „otevřít téma umírání“, ale konkrétně přispět k tomu, aby se o přáních, potřebách a kvalitě života lidí v závěru života mluvilo dříve, citlivěji a praktičtěji, mezi personálem, vedením zařízení, rodinami, zřizovateli i veřejností. Odborným partnerem je česká nezisková organizace, která se dlouhodobě věnuje rozvoji paliativní péče v pobytových sociálních službách. Pomůže určit, pro koho může být film nejvíce užitečný, jak ho bezpečně uvádět, jak vést následné debaty a jak předejít zjednodušení tématu nebo nechtěnému tlaku na protagonisty, rodiny či pracovníky zařízení.

Tým si zároveň přizve komunikačního experta nebo agenturu se zkušeností s citlivými společenskými tématy. Jejich úkolem není udělat „reklamu na film“, ale pomoci najít srozumitelný a odpovědný jazyk kampaně, připravit práci s médii, navrhnout cílené oslovení profesních skupin a zajistit, aby komunikace podporovala dopad.

V první fázi tým odevzdá:

Tým se nejprve zaregistruje do grantového systému Grantys a vytvoří profil žadatele a v příslušné výzvě vyplní přihláškový formulář.

V rámci přihlášky odevzdá:

- odkaz na 90sekundové video, které představí film, téma a záměr kampaně,
- odkaz na pracovní verzi filmu,
- potvrzení odborného partnera,
- základní představu, že chce film využít primárně směrem k pracovníkům domovů pro seniory, vedení zařízení, rodinám a lidem, kteří nastavují podmínky péče.

Video stručně ukáže nejen to, o čem film je, ale i proč má smysl s ním pracovat v českém prostředí: koho chce tým oslovit, co se má změnit a jakou roli v tom bude mít odborný partner.

Pokud se projekt dostane na shortlist:

Tým ve druhé fázi dopracuje konkrétní impaktový plán. Například:

- vytipuje 10 domovů pro seniory nebo dalších organizací, kde může film sloužit jako nástroj pro interní debatu a vzdělávání,
- rozdělí cílové skupiny podle toho, co u nich má film vyvolat: pracovníci přímé péče, vedení zařízení, rodiny, zřizovatelé, odborná veřejnost, média,
- připraví s odborným partnerem metodický list k projekci pro pracovníky v sociálních službách,
- vytvoří bezpečný formát debaty po filmu: kdo ji vede, jaké otázky se otevírají, čemu se vyhnout,
- nastaví pravidla ochrany protagonistů a rodin při veřejném uvádění,
- společně s komunikačním expertem připraví slovník kampaně: jak o tématu mluvit citlivě, přesně a bez vyvolávání strachu,
- navrhne media kit pro odborná a veřejná média: základní fakta, doporučený jazyk, kontakty na odborného partnera, pravidla práce s příběhy protagonistů,
- připraví jednoduchou webovou stránku kampaně s filmem, metodickým listem, kontaktem na odborného partnera a možností přihlásit se k projekci nebo debatě,
- vytvoří plán, jak se výstupy po pilotních projekcích vrátí do praxe — například do vzdělávání pracovníků, interních porad zařízení nebo odborných setkání.

Příklad prvků kampaně:

Kampaň nemusí stát jen na projekcích a debatách. Může kombinovat několik vrstev:

1. Uzavřené projekce v praxi

Film se nejprve uvede v malém počtu domovů pro seniory, kde ho sledují pracovníci, vedení a případně rodiny. Cílem není veřejná publicita, ale bezpečné otevření tématu uvnitř organizace.

2. Reflexní nástroj pro týmy

Odborný partner vytvoří jednoduchý pracovní list: co ve filmu poznáváme z vlastní praxe, kde narážíme na limity, o čem potřebujeme mluvit dříve, jak zapojujeme rodiny, jak pracujeme s přáním klienta.

3. Série krátkých výstupů

Vedle filmu vzniknou krátké doprovodné formáty: například tři krátká videa nebo audio výstupy pro sociální sítě a odborné partnery. Každý otevře jednu praktickou otázku: rozhovor s rodinou, přání klienta, role personálu.

4. Odborný kulatý stůl

Po pilotních projekcích proběhne setkání tvůrců, odborného partnera, vybraných zařízení, zřizovatelů a médií. Cílem je sdílet, co film v praxi otevřel, ne pouze prezentovat výsledek kampaně.

5. Přenositelnost

Výstupem není jen uvedení filmu, ale balíček, který může odborný partner dál používat: film / ukázka, metodický list, doporučený formát debaty, komunikační pravidla a stručné poučení z pilotu.

Finální grant může tým využít například na:

- honorář odborného partnera za přípravu metodiky, konzultace a účast na debatách,
- zapojení komunikačního experta nebo agentury,
- titulky, audiopopisy, jazykové verze nebo technické dokončení filmu pro projekce,
- produkci pilotních projekcí v domovech pro seniory a odborných institucích,
- moderaci debat a přípravu facilitátorů,
- tvorbu doprovodných materiálů pro pracovníky, vedení zařízení a rodiny,
- cílenou komunikaci směrem k odborným médiím, zřizovatelům a veřejnosti,
- vytvoření jednoduché digitální stránky nebo balíčku materiálů,
- koordinaci celé kampaně,
- základní vyhodnocení toho, co projekce vyvolaly a k čemu byly využity.

Jak může vypadat úspěch projektu?

Úspěchem projektu nemusí být jen počet diváků. Konkrétním výsledkem může být například:

- několik domovů pro seniory použije film jako podklad pro interní setkání týmu,
- vznikne praktický materiál k vedení rozhovorů o závěru života,
- do debat se zapojí pracovníci přímé péče, vedení zařízení, rodiny i odborný partner,
- odborný partner získá nový nástroj pro vzdělávání a komunikaci,
- projekt pomůže pojmenovat, co v praxi brání důstojnému závěru života a kde se dá začít s konkrétní změnou,
- vznikne model, který lze opakovaně použít i po skončení grantu.

Cílem není slíbit systémovou změnu během několika měsíců. Cílem je využít silné audiovizuální dílo jako praktický nástroj, který pomůže lidem v praxi mluvit o těžkém tématu, lépe mu rozumět a udělat první konkrétní kroky ke změně.

**a●ba
ku●S**



www.abakus.cz
f: abakusnadacnifond