

Школа політичної аналітики НаУКМА

Результати дослідження «ЯК ГОВОРИТИ ПРО ВІЙНУ МОВОЮ КУЛЬТУРИ»

ЩО МИ РОБИЛИ

- Проаналізували наявні культурні політики держави, що стосуються підтримки створення та поширення культурних продуктів про збройну агресію Російської Федерації проти України, тимчасово окуповані території України, внутрішньо переміщених осіб та інших осіб, які постраждали внаслідок бойових дій та тимчасової окупації територій України.
- Вивчили фільми, серіали, книжки, вистави, які повністю присвячені або торкаються тематики збройної агресії Російської Федерації проти України.
- За допомогою дослідницької агенції Info Sapiens провели **всеукраїнське репрезентативне опитування** з вибіркою 2000 респондентів та окремою довибіркою у 820 інтерв'ю в Донецькій, Луганській, Херсонській областях.
- Провели **6 очних фокус-груп** з мешканцями Донецької (Краматорськ, Волоноваха), Луганської (Северодонецьк, Старобільськ) та Херсонської (Херсон, Генічеськ) областей, а також **3 онлайн групи** – зі студентською молоддю цих регіонів.
- Поговорили з **20 експертами з питань культури**: посадовцями державних органів, митцями, культурними операторами.

ЩО РОБИТЬ ДЕРЖАВА

- Єдина політика, що визначала б засади державної підтримки створення та поширення культурних продуктів про збройну агресію Російської Федерації проти України, тимчасово окуповані території України, внутрішньо переміщених осіб та інших осіб, які постраждали внаслідок бойових дій та тимчасової окупації територій України, **відсутня. Ключові інструменти**, які є у держави для підтримки таких культурних продуктів, **це конкурси Державного агентства України з питань кіно, програми Українського інституту книги та Українського культурного фонду.**
- З початку 2017 р. по середину 2021 р. Державне агентство України з питань кіно (Держкіно) підтримало **42 фільми**, сюжет яких торкається або

присвячений темам збройної агресії Російської Федерації проти України, життя на тимчасово окупованих територіях України, внутрішньо переміщених осіб та інших осіб, які постраждали внаслідок бойових дій та тимчасової окупації територій України.

- **Щороку з 2018 р. Український інститут книги заковує видання про збройну агресію Російської Федерації проти України, тимчасово окуповані території України, внутрішньо переміщених осіб та інших осіб, які постраждали внаслідок бойових дій тимчасової окупації територій України, в межах програми поповнення фондів публічних бібліотек; а з 2020 р. – підтримує переклад, зокрема й таких книжок в рамках програми підтримки перекладів «Translate Ukraine».**
- **Український культурний фонд в рамках різних програм щороку підтримує кілька сотень проєктів, зокрема і тих, які торкаються або присвячені темам збройної агресії Російської Федерації проти України, життя на тимчасово окупованих територіях України, внутрішньо переміщених осіб та інших осіб, які постраждали внаслідок бойових дій тимчасової окупації територій України. Проте спеціальна тематична програма «Культура і ветерани» не була реалізована у 2021 р., а у 2022 р. вона відсутня в оновленому переліку програм УКФ.**
- **Також реалізуються окремі програми з підтримки виробництва та розповсюдження культурних продуктів, зокрема на воєнну тематику, Міністерства культури та інформаційної політики та Міністерства у справах ветеранів.**

ЩО ДУМАЮТЬ УКРАЇНЦІ: РЕЗУЛЬТАТИ ВСЕУКРАЇНСЬКОГО ОПИТУВАННЯ

- **Більшість українців поділяє думку, що необхідно створювати фільми, серіали, книжки про військову агресію Росії проти України та її наслідки. Зокрема, про дітей, яких торкнулися військові дії на сході України (85,9 %), про українських військових і ветеранів (84,4 %), про військові дії на Донбасі (73,3 %), про життя звичайних людей, які залишились на окупованих територіях Криму та Донбасу (72,7 %), про окупацію Криму (66,6 %), про життя внутрішньо переміщених осіб (64,6 %).**
- **Понад половину населення України (61,4 %) цікавлять фільми, серіали, книжки про життя окремих людей в контексті подій на Донбасі та в Криму**

від 2014 року. Загалом же українці хочуть дивитись історичні фільми (55,1 %), комедії (29,6 %), мелодрами (19,4 %) та пригодницьке кіно (19,2 %).

- В українському суспільстві є консенсус (73,1 % згодних) щодо необхідності включення до шкільної програми книжок та фільмів, присвячених подіям в Україні від 2014 року (зокрема, війні, окупації Криму та Донбасу).
- Майже 80 % (77,5 %) опитаних українців підтримують ідею державної підтримки фільмів, серіалів та книжок для привернення уваги суспільства до важливих тем і проблем. Ще більше – 90 % – громадян вважають необхідною державну підтримку українського кіно та книговидання.
- Половина опитаних (51,2 %) протягом останнього року подивилась принаймні один український фільм, зроблений після 2017 року. Водночас майже стільки ж (50,3 %) протягом останнього року навіть не чули про жоден фільм, серіал або мультсеріал, зроблений за підтримки Держкіно.
- Практично п'ята частина населення (18,5 %) зазначає, що НЕ має можливості дивитись українські телеканали по телевізору (зокрема через онлайн сервіси). Для вдвічі більшої кількості українців (36,1 %) проблеми принесло кодування супутникового сигналу українських телеканалів: спричинило незручності перегляду чи налаштування каналів.

ЩО ДУМАЮТЬ УКРАЇНЦІ: РЕЗУЛЬТАТИ ФОКУС-ГРУП У ДОНЕЦЬКІЙ, ЛУГАНСЬКІЙ ТА ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТЯХ

- Для мешканців прифронтових регіонів, які були учасниками фокус-груп, тема **війни травматична**, тому вони здебільшого не готові дивитись фільми чи серіали про воєнні дії.
«Я тоже начинала смотреть эти фильмы за 14 год, начала – и сразу выключила. Это просто как-то не по себе. Как раз где я жила раньше, там дома горели... И это вот все вспоминать не очень хотелось» (Донецька обл., жін)
- Водночас більшість інформантів зазначила, що **готова споживати культурні продукти «про людей, а не про війну»**, тобто такі, де в центрі – людська історія, що розгортається на тлі війни.
«Я считаю, что нужно [снимать], потому что, когда война, стреляют, танки, там есть сюжет. Может, солдат влюбился в девушку... Мне кажется, нужно снимать более про население, за детей, которые пережили это. Как они вели себя, что они делали в этой ситуации» (Донецька обл., жін.)

«Много людей пережило эти события и каждый человек вправе рассказывать свою историю, и кто-то из сценаристов может рассказать... Могут снять историю какой-то семьи, но во время того, что происходило или происходит».
(Луганська обл., чол.)

- **Ключове застереження**, яке висловлювали учасники фокус-груп щодо українських фільмів про війну, **стосувалось об'єктивності** українських фільмів та серіалів про війну.

«Как раньше снимали фильмы про войну, показывали две стороны. У нас сейчас если снимут этот фильм, будут всё равно показывать одну сторону. Он будет односторонний» (Донецька обл., чол.)

[Відповідаючи на питання модератора щодо доцільності створення фільмів про події, що відбулись з 2014 року] «А кто-то правду снимет?» (Луганська обл., жін.)

- **Значна частина культурних продуктів, що споживають мешканці невеликих міст та сіл Донецької, Луганської та Херсонської областей**, які взяли участь у дослідженні, є **радянською**; меншою мірою – російською.

«Я помню советские фильмы, которые развивали, учили чему-то хорошему. Сейчас... Даже не знаю, что смотреть, на чем остановиться и чему отдать предпочтение».

- **Більшість учасників фокус-груп зазначила, що не дивиться українське кіно**, більше того – має упереджене негативне ставлення до нього. Хоча є окремі фільми та серіали, які інформанти відзначили як якісні (наприклад, фільм «Скажене весілля»).

«У них просто финансирования нет, чтобы снять нормальные фильмы»
(Херсонська обл., чол.)

- Зустрічалась і поодинокі критика української літератури.

«Касательно литературы украинской... Мне кажется, она довольно однообразная... Вот я проучился в школе, я проучился в колледже, и когда мы обращаемся к украинской литературе - там всегда через все книги, через все рассказы идут 3 проблемы: село; люди о том, что их угнетают, о том, что они пытаются на свободу выбраться...» (Луганська обл. чол.)

- Попри все, значна кількість учасників фокус-груп заявила про **необхідність створення історичних фільмів**, зокрема про період Київської Русі або біографічні.

«У нас могут быть куча всяких, тех же украинских тем, те же «опришки» - Западная Украина, козаки, крещение Руси. Пусть даже будет полудокументальный, но хотя бы будет интересно» (Херсонська обл., чол).

«Было бы интересно, если бы они тоже исторические фильмы снимали про украинцев, которые чего-то достигли. У нас же немало таких украинцев» (Луганська обл., чол).

- Окрема **проблема**, про яку інформанти прямо не говорили, проте яка чітко кристалізувалась під час фокус-груп, **стосується низького рівня поінформованості про українські культурні продукти** загалом.

Більшість учасників також не чула про фільми чи серіали, зроблені за підтримки Держкіно.

- **Частина учасників фокус-груп пояснювала свою низьку поінформованість технічними обмеженнями.**

«В интернете редко натыкаешься на украинское кино, открываешь, сразу американские фильмы, русские... Вот например YouTube прям, я не знаю мне почему- то всегда приходят русские рекомендации, российские фильмы, такое ощущение что я живу в России, и мне шлют вот это русское все» (Херсонська обл., жін.).

- **Істотною перепорою для споживання культурних продуктів та послуг мешканцями маленьких міст та сіл є фізична недоступність кінотеатрів, театрів чи книжкових магазинів.**

«По поводу доступности культурных мест - оперы, балета, хотелось бы что-то такого в плане культурного развития, а так особо книжных магазинов тоже нет. Есть в канцелярии продаются книги, но их очень мало, одна полка и все» (Донецька обл., жін.).

РЕКОМЕНДАЦІЇ ОРГАНАМ ВЛАДИ

Формування політики

1. Міністерству культури та інформаційної політики України:

1.1. провести комплексний аналіз досягнення стратегічних та операційних цілей, визначених Довгостроковою стратегією української культури - стратегією реформ, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 01 лютого 2016 р. № 119-р., та оприлюднити його результати на власному вебсайті;

1.2. відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо загальних засад надання населенню культурних послуг» від 29 квітня 2021 року № 1432-IX розробити Стратегію розвитку культури на період до 2027 року, що:

базується на результатах дослідження стану розвитку української культури та досягнення цілей, визначених Довгостроковою стратегією української культури - стратегією реформ;

узгоджується із чинними стратегіями та іншими програмними документами, зокрема Стратегією інформаційної безпеки;

визначає напрями культурної політики в умовах децентралізації, які направлені на створення нових можливостей для культурного розвитку в територіальних громадах, зокрема шляхом розширення інструментів фінансування сфери. Такими інструментами можуть стати: цільові трансферти з державного бюджету місцевим бюджетам для сфери культури (субвенції, дотації); запровадження нових грантових програм, націлених на підтримку та розвиток сфери культури в територіальних громадах, зокрема через Український культурний фонд;

передбачає окрему стратегічну ціль щодо сприяння створенню культурних продуктів про збройну агресію Російської Федерації проти України, тимчасово окуповані території України, внутрішньо переміщених осіб та інших осіб, які постраждали внаслідок бойових дій та тимчасової окупації територій України;

передбачає чіткий та реалістичний план заходів з реалізації цієї Стратегії та належне бюджетне фінансування для виконання кожного завдання.

2. Міністерству культури та інформаційної політики України спільно з Міністерством реінтеграції тимчасово окупованих територій України розробити та формалізувати засади політики культурної реінтеграції з метою сприяння широкому суспільному діалогу, орієнтованому на порозуміння і консолідацію, а як наслідок - і формування громадянської ідентичності. Політика у цій сфері має включати перелік тем для суспільного обговорення та діалогові заходи, спрямовані на населення всіх регіонів України (наприклад, показ кінофільмів з обговоренням, публічні лекції та дебати за участі лідерів думок, громадських активістів, ветеранів тощо).

Крім цього, цим міністерствам необхідно узгодити підходи до написання стратегічних документів, включаючи різні складові політики реінтеграції до комплексних стратегій з реінтеграції, а не до інших галузевих/тематичних стратегій. Наприклад, Стратегія деокупації та реінтеграції тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та міста Севастополя не містить положень, що стосуються культурного аспекту реінтеграції Автономної Республіки Крим та міста Севастополя (за винятком питань культурної спадщини та розвитку культур корінних народів), натомість Стратегія

інформаційної безпеки включає розділ про інформаційну реінтеграцію мешканців тимчасово окупованих територій України.

3. *Міністерство культури та інформаційної політики України, Міністерство реінтеграції тимчасово окупованих територій України, Міністерство молоді та спорту України та Міністерство освіти та науки України* мають взяти до уваги, що державна політика у сфері культури, освіти, молодіжній сфері, особливо в контексті культурної реінтеграції тимчасово окупованих територій України, осмислення збройної агресії Російської Федерації проти України, консолідації та порозуміння, має пов'язуватись та впроваджуватись інтегровано, зокрема використовуючи потенціал формальної та неформальної освіти і організації дозвілля дітей, юнацтва і молоді. Одним з інструментів цього є включення культурних продуктів (фільмів, книжок, пісень) до навчальних програм закладів освіти. Це особливо актуально, зважаючи на те, що молодь, за результатами дослідження, є тією категорією, яка демонструє найменший рівень зацікавленості вказаною тематикою.

Виробництво культурних продуктів

1. *Міністерству культури та інформаційної політики України* проаналізувати результати поширення та споживання культурних продуктів, вироблених із залученням коштів державного бюджету, спираючись як на кількісні показники, такі як абсолютні чи відносні цифри “бокс-офісу” або тиражів і продажів, так і на результати кількісних та якісних досліджень, на т. зв. “соціологічний вимір” – «що споживачі зрозуміли», «що сподобалось», «що ні», «яким є ставлення до окремих культурних продуктів, героїв, тем, тощо».

2. *Міністерству культури та інформаційної політики України спільно з Українським інститутом національної пам'яті* визначити перелік пріоритетних тем конкурсів на здобуття державної фінансової підтримки для виробництва культурного продукту (у рамках Державного агентства України з питань кіно, Українського інституту книги), грантових програм Українського культурного фонду.

До таких тем мають належати:

- збройна агресія Російської Федерації проти України;
- події на тимчасово окупованих територіях України;
- історії осіб, що постраждали внаслідок бойових дій та тимчасової окупації територій України.

3. Міністерству культури та інформаційної політики України спільно з Державним агентством України з питань кіно, Українським інститутом книги пропонуємо:

- запровадити систему додаткових балів на пітчінгах Державного агентства України з питань кіно для проєктів, що торкаються вищезазначених тем, а не організувати окремі конкурси чи лоти за тематичними напрямками (існує ймовірність появи кон'юнктурних проєктів);

- відмовитись від терміну «патріотичне кіно» (або інший продукт), зосередившись на чітко окреслених тематичних запитах держави та принципах їх уточнення та перегляду. Саме запитом держави на конкретні теми мають керуватись експерти Державного агентства України з питань кіно при визначенні «суспільної значимості» та «актуальності теми» фільму, які є критеріями його оцінки під час пітчінгу;

- удосконалити процедури конкурсних відборів культурних продуктів у частині визначення чітких, зрозумілих та вичерпних критеріїв їх оцінювання (шляхом введення до відповідних нормативно-правових актів термінології, що розкриває поняття того чи іншого критерію);

- взяти до уваги таку потребу аудиторії щодо змісту культурних продуктів, виробництво яких фінансується з державного бюджету:

 - акцент на історії окремої людини чи родини, де, наприклад, військові дії виступають як тло;

 - історія має бути правдивою - тобто об'ємною, не чорно-білою, особливо якщо йдеться про персонажів. Водночас має транслюватися український погляд на події;

 - можуть підніматися складні і проблемні теми і питання, проте мають транслюватися ціннісні і суспільно-потрібні меседжі;

 - продукти повинні мати достатньо універсальні коди і повідомлення та рівень художньої якості, щоб зацікавити не тільки внутрішню, але й зовнішню аудиторію, що дозволяло б їх продаж за кордон.

4. Міністерству культури та інформаційної політики України спільно з Державним агентством України з питань кіно:

- забезпечити супроводження та схвалення на засіданні Уряду України Концепції Загальнодержавної програми розвитку національної кіноіндустрії на 2021-2025 роки з урахуванням пропозицій та зауважень експертної та професійної спільноти, що надійшли під час громадського обговорення відповідного проєкту акту;

- поступово збільшувати граничні показники вартості екранного часу для серіалів, виробництво яких фінансується з державного бюджету, з метою приведення їх у відповідність з актуальною ринковою вартістю;

- сприяти копродукції кінопродукції з закордонними партнерами, зокрема про збройну агресію Російської Федерації проти України, тимчасово окуповані території України, а також категорії населення, що постраждали внаслідок бойових дій та тимчасової окупації територій України.

5. *Міністерству культури та інформаційної політики України спільно з акціонерним товариством «Національна суспільна телерадіокомпанія України» забезпечити удосконалення законодавства з метою полегшення спільного виробництва аудіовізуальних продуктів, зокрема історично-документального, культурно-мистецького та навчально-пізнавального спрямування, Суспільного мовника з приватними юридичними особами, що провадять діяльність у сфері телебачення, радіомовлення, кінематографії.*

6. *Українському культурному фонду:*

- відновити програму «Культура і ветерани», продовживши її реалізацію у партнерстві з Міністерством у справах ветеранів України та додатково залучивши кошти міжнародних партнерів;

- розглянути можливість запровадження багатоканального фінансування через поєднання цієї чи подібних за тематичним спрямуванням програм Українського культурного фонду із фінансуванням за рахунок коштів від цільових конкурсів Міністерства у справах ветеранів України та/або за рахунок фінансування, залученого шляхом інших незаборонених законодавством джерел.

7. *Українському інституту книги:*

- закріпити тематику збройної агресії Російської Федерації проти України, тимчасово окупованих територій України, а також населення, що постраждало внаслідок бойових дій та тимчасової окупації територій України, серед пріоритетних тем програми «Translate Ukraine» з підтримки перекладів літератури іноземними мовами та сприяти виданню цих перекладів закордонними видавництвами;

- створити в межах програми поповнення фондів публічних бібліотек окремий напрям із закупівель літератури про збройну агресію Російської Федерації проти України, тимчасово окуповані території України, а також населення, що постраждало внаслідок бойових дій та тимчасової окупації територій України, в бібліотеки цільових для політики реінтеграції регіонів: Донецької, Луганської та Херсонської областей.

Доступ до культурних продуктів

1. *Обласним державним адміністраціям та органам місцевого самоврядування:*

- провести консультації з місцевими надавачами транспортних послуг щодо синхронізації з графіками роботи кінотеатрів і бібліотек часу роботи транспорту, що курсує між населеними пунктами, з таким закладами культури та навколишніми містами та селами. Зокрема, розглянути можливість запровадження рейсового транспортного засобу (автобусу, маршрутного таксі) з метою створення доступу мешканців територіальної громади до культурних послуг;

- розвивати багатофункціональні культурні центри або хаби, зокрема на основі вже наявних бібліотек та клубів, що дозволить територіальним громадам мати повноцінний доступ до культурних продуктів і задовольняти свої культурні потреби в межах своїх або найближчих населених пунктів.

2. *Міністерству культури та інформаційної політики України спільно з Державним агентством з питань кіно ініціювати створення онлайн-платформи з усіма фільмами та серіалами, виробленими повністю або частково за рахунок коштів державного бюджету, що передбачає як індивідуальні, так і інституційні програми підписки/користування, та забезпечити проведення широкої інформаційної кампанії, таргетовану на різні цільові аудиторії щодо її створення та умов користування.*

3. *Міністерству культури та інформаційної політики України ініціювати власні та підтримувати приватні ініціативи з організації кінотурів регіонами України з показом українських фільмів, зокрема про збройну агресію Російської Федерації проти України, тимчасово окуповані території України, а також осіб, що постраждали внаслідок бойових дій та тимчасової окупації територій України.*

4. *Міністерству закордонних справ України та учасникам Тресторонньої контактної групи (ТКГ) у Мінському процесі піднімати на рівні ТКГ і міжнародних зустрічей питання забезпечення порушеного Росією права населення тимчасово окупованих територій Криму і Донецької та Луганської областей на доступ до інформації, зокрема до українських теле- та радіопрограм і передач, інтернет-ресурсів.*

5. *Міністерству культури та інформаційної політики України, Міністерству з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України, Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення України, Адміністрації Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації та іншим заінтересованим органам:*

- забезпечити усунення дублювання повноважень державних органів в інформаційній сфері (інформаційна безпека, сфера телебачення і радіомовлення, телекомунікацій тощо);

- визначити рівень доступності ефірного теле- та радіомовлення для населення, що проживає на території, що межує з Російською Федерацією та тимчасово окупованими нею територіями України, та забезпечити підвищення цього рівня;
- забезпечити розбудову та функціонування загальнонаціональної цифрової багатоканальної телемережі МХ-7;
- розглянути питання щодо стимулювання розвитку кабельного телебачення у населених пунктах, що межують з Російською Федерацією та тимчасово окупованими нею територіями України;
- повернутися до питання декодування супутникового сигналу найпопулярніших українських каналів до деокупації тимчасово окупованих територій України;
- забезпечити радіомовлення у середньохвильовому діапазоні;
- сприяти розробці та прийняттю ефективного, консолідованого та системного плану заходів з реалізації Стратегії інформаційної безпеки України.

Формування запиту на продукт та комунікація

1. *Міністерству культури та інформаційної політики України спільно з Державним агентством України з питань кіно* включити до критеріїв оцінки проектів, поданих на конкурси, що організовуються цими державними органами, чіткі вимоги, критерії та показники для моніторингу і оцінки комунікаційної промо-кампанії продукту (наявність промо-заходів, кількість учасників, кількість публікацій про продукт в традиційних та онлайн ЗМІ, охоплення, наявність інформаційних партнерств тощо).

2. *Міністерству культури та інформаційної політики України:*

- проводити на тендерній основі комунікаційні кампанії з просування культурних продуктів та моніторинг їхньої ефективності за визначеними критеріями;
- спільно з *Міністерством з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України* систематично висвітлювати, передусім для громадян, що проживають на тимчасово окупованих територіях України, або на території, що межує з ними, через засоби масової інформації, інші засоби комунікації інформацію щодо реалізації заходів зі стабілізації ситуації у Донецькій та Луганській областях, стану реалізації реформ в Україні, заходів, що провадяться для забезпечення мирного врегулювання.

3. *Міністерству культури та інформаційної політики України спільно з Міністерством у справах ветеранів України, Державним агентством України з питань кіно, Українським інститутом книги:*

- використовувати ширший арсенал інструментів при розробці промо-кампаній культурних продуктів з метою підвищення видимості, зокрема рекламу на телебаченні, радіо, промоути авторів та творчих команд, покази в маленьких містах та селах, у закладах освіти тощо;

- застосовувати нові способи досягнення певних цільових аудиторій (насамперед, молоді до 24 років), а саме – інформаційні кампанії, таргетовану рекламу в Instagram, TikTok, YouTube тощо;

- залучати до промо-кампаній та реклами культурних продуктів лідерів думок, зірок, відомих блогерів.

4. Питання автоматичного включення реклами та списків рекомендованого на YouTube (зокрема, по IP в прикордонних регіонах) має відслідковуватись відповідальними органами в контексті безпеки інформаційного простору України.