



ИМПАКТ

# ТЕОРИЯ

И ПРАКТИКА

*От искусства к импакту*



IMPACTGUIDE.ORG

Пожалуйста, не распечатывайте!

[Получите версию для печати](#)



## 📍 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

# 2.0

# ПОДГОТОВКА ИМПАКТА

## 📍 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

### 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

### 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

### 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

### 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

### 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

### 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

**«Действие без видения — это напрасные потуги, видение без действия — это грезы, а вот видение, подкрепленное действием, действительно может изменить мир».**

Неельсон Мандела,  
бывший президент ЮАР



# ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

**Ч**тобы решать масштабные задачи, вам в первую очередь потребуется сформировать свое видение. Именно оно станет путеводной звездой для вашей команды. Видение редко меняется, ведь оно определяет, к чему вы хотите прийти.

Однако видение — это только начало: вы должны хорошо представлять себе, как держаться заданного курса. Для этого и нужна стратегия импакт-кампании, то есть план мероприятий, который позволит вам достичь поставленных целей. Стратегия неизбежно будет меняться по мере возникновения новых препятствий или возможностей.

Глава, **посвященная** планированию, рассказывает о том, как сформировать видение и стратегию, как очертить проблему, как определить желаемые результаты и как составить план действий при помощи предлагаемой нами **Таблицы подготовки стратегического** плана.

Рекомендуем ознакомиться с четырьмя практическими примерами из нашей **Библиотеки** — они помогут лучше усвоить материал данного раздела.



📍 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

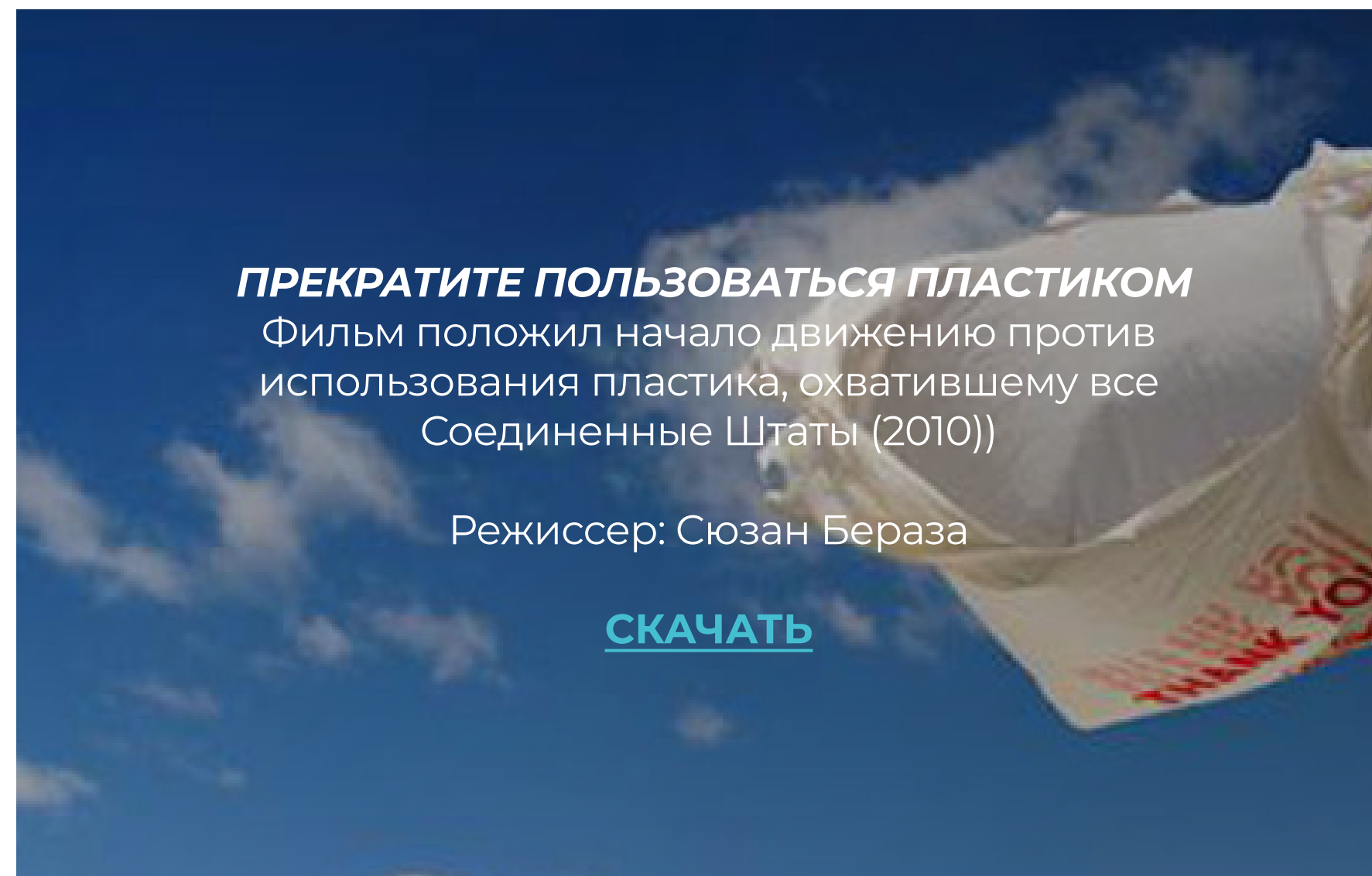
2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

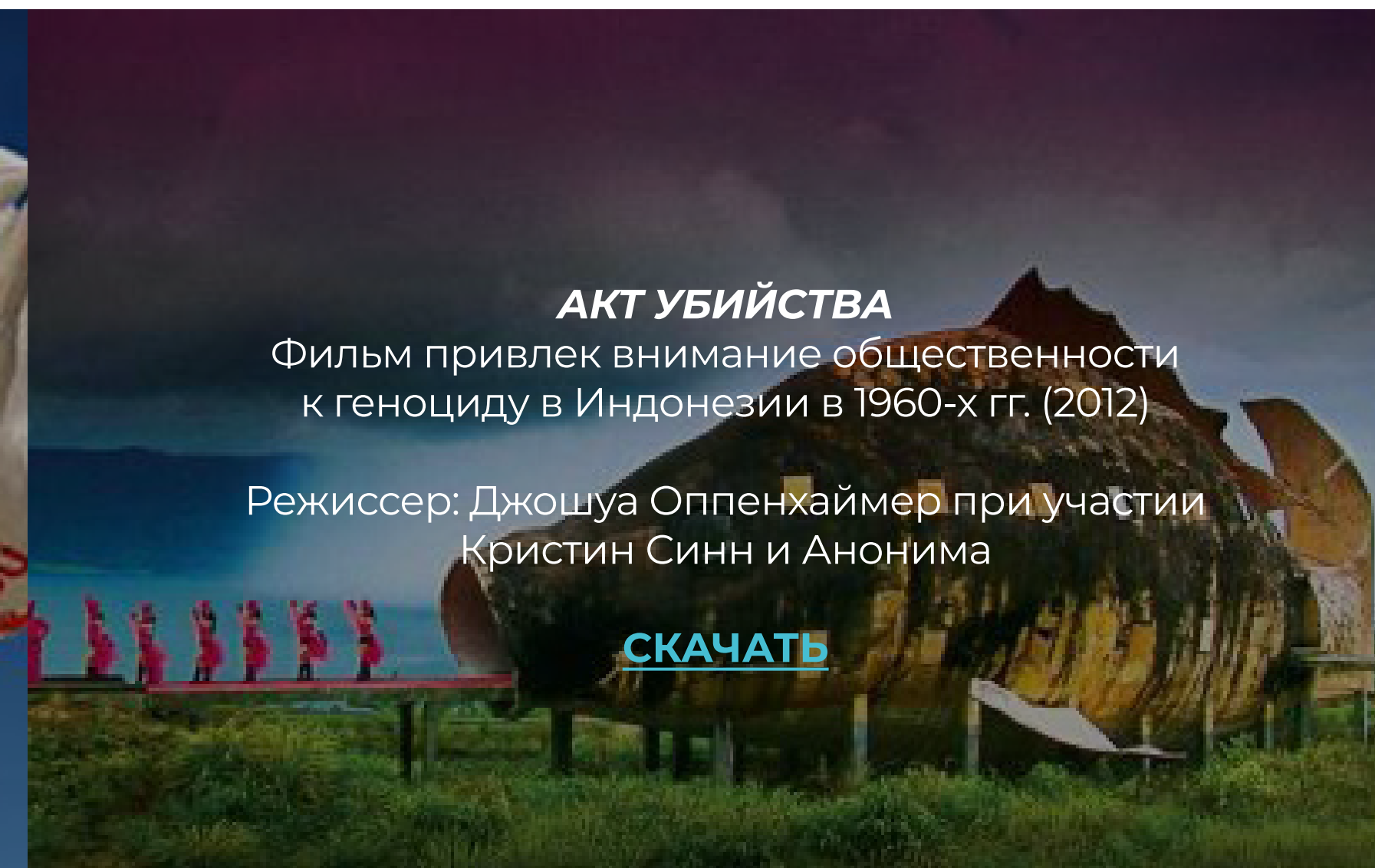


**ПРЕКРАТИТЕ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПЛАСТИКОМ**

Фильм положил начало движению против использования пластика, охватившему все Соединенные Штаты (2010))

Режиссер: Сюзан Береза

[СКАЧАТЬ](#)

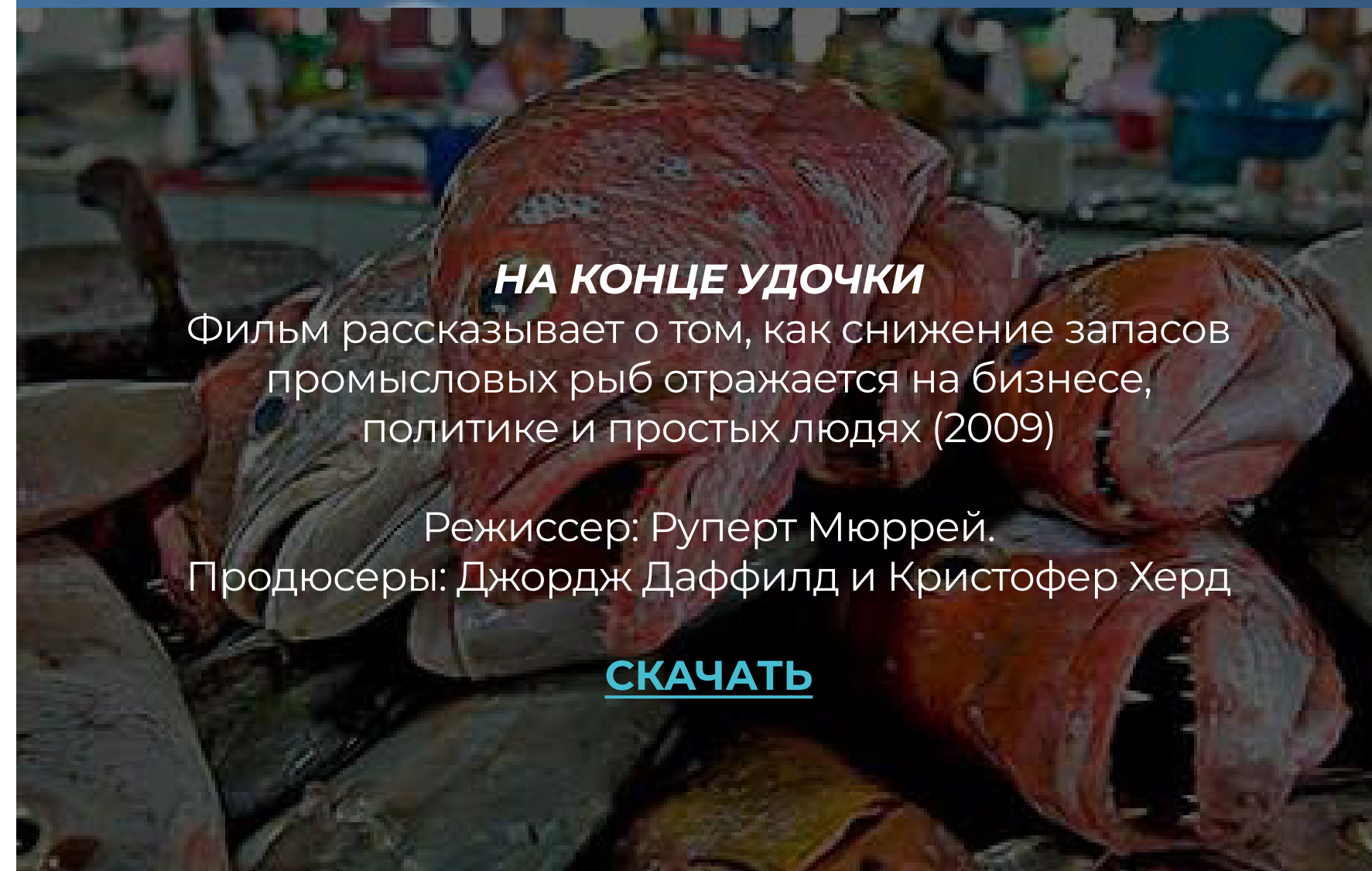


**АКТ УБИЙСТВА**

Фильм привлек внимание общественности к геноциду в Индонезии в 1960-х гг. (2012)

Режиссер: Джошуа Оппенхаймер при участии Кристин Синн и Анонима

[СКАЧАТЬ](#)

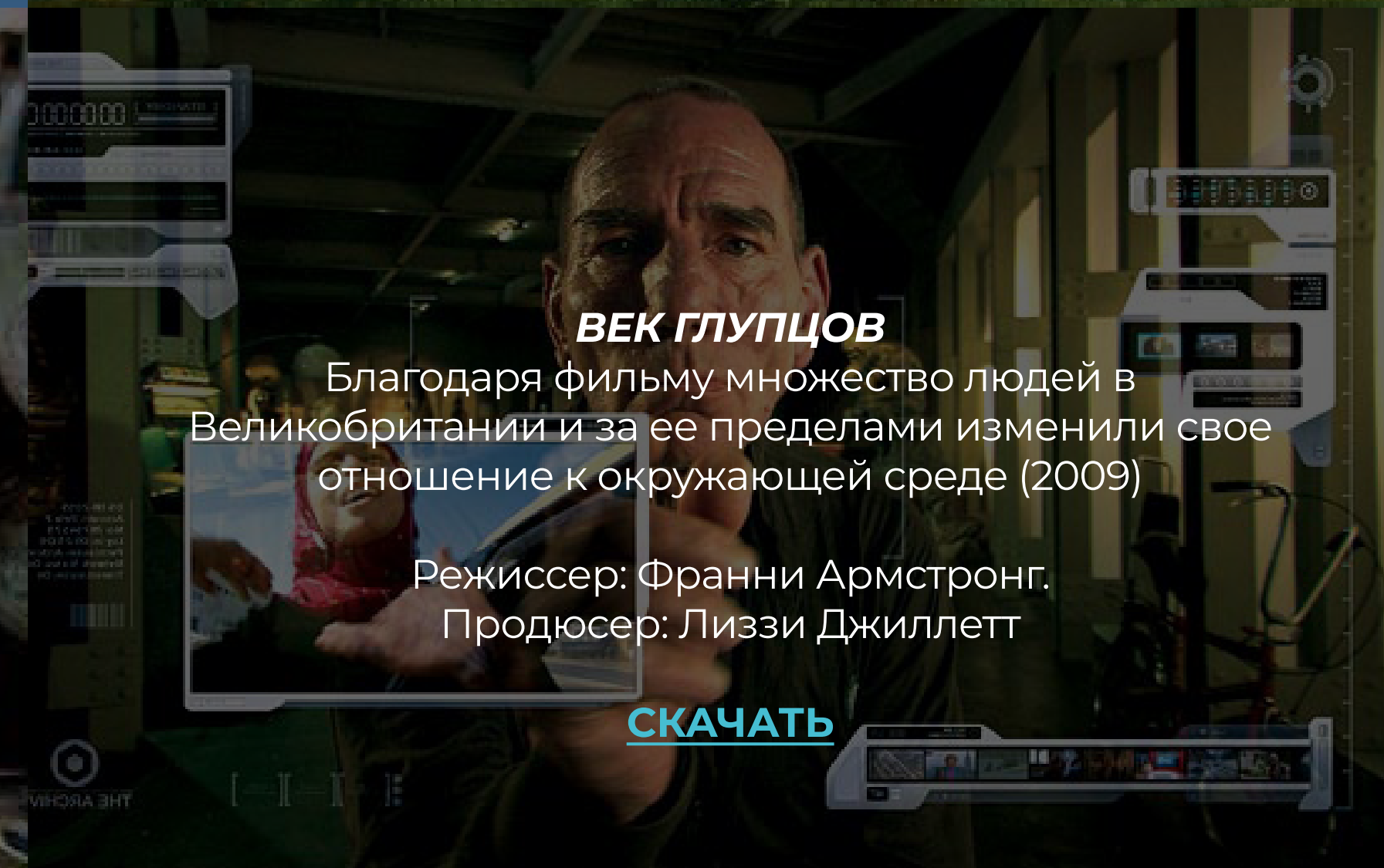


**НА КОНЦЕ УДОЧКИ**

Фильм рассказывает о том, как снижение запасов промысловых рыб отражается на бизнесе, политике и простых людях (2009)

Режиссер: Руперт Мюррей.  
Продюсеры: Джордж Даффилд и Кристофер Херд

[СКАЧАТЬ](#)



**ВЕК ГЛУПЦОВ**

Благодаря фильму множество людей в Великобритании и за ее пределами изменили свое отношение к окружающей среде (2009)

Режиссер: Франни Армстронг.  
Продюсер: Лиззи Джиллетт

[СКАЧАТЬ](#)



## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

---

## 🎯 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

---

### 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

---

### 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

---

### 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

---

### 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

---

### 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

---



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

📍 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

При работе над импакт-фильмом видение всегда имеет две составляющие:

**Художественное видение:** представление о внутреннем устройстве фильма — каким он должен быть?

**Импакт-видение:** представление о том, какого эффекта должен достичь фильм

**Художественное видение** — это ключ к успеху проекта: при художественной неудаче социальный эффект недостижим. Это нужно понять и принять. Художественное видение — прерогатива режиссера и выбранных им членов творческого коллектива.

**Импакт-видение** основано на идее о том, что фильм вызовет масштабные изменения во всем мире и по этой причине объединит вокруг себя множество людей. Импакт-видение дополняет художественное видение и формируется всем коллективом. Вы должны хорошо понимать себя и свои приоритеты, о чем говорилось в предыдущем разделе, но не менее важно представлять, как они соотносятся с вашим общим видением, а также со взглядами ваших коллег и затрагиваемых социальных групп — иногда эти взгляды отличаются от ваших сильнее, чем вам кажется.

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 🎯 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

### 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

### 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

### 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

### 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

### 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ВИДЕНИЕ

Готовых рецептов нет, но было бы полезно сформулировать основную идею в двух предложениях.

Джошуа Оппенхаймер описывал свой подход к созданию «Акта убийства» следующим образом: «“Акт убийства” — это фильм об опасности отрицания, от которого нас спасает пространство кинематографа... Оно помогает нам осознать, насколько наша, на первый взгляд, перегруженная информацией реальность наполнена вымыслом».

Каждый режиссер формулирует видение по-своему. Главное — сделать его основой процесса.

Каждый член коллектива должен понимать, в чем состоит художественное видение, т. е. каким видит фильм режиссер. Только в этом случае можно приступить к формированию импакт-видения, дополняющего художественное. Здесь потребуется командная работа.

## ИМПАКТ-ВИДЕНИЕ

Формирование импакт-видения происходит на встречах всего коллектива. Съёмочный процесс может выстраиваться вокруг режиссера, но импакт-кампания — всегда «командный спорт». В ней должны участвовать все.

Мы рекомендуем сформулировать желаемый социальный эффект в одном-двух предложениях. Если у вас не выйдет, ничего страшного. Можно избрать более творческий метод: сделать мудборд или даже видеоролик.

Главное — иметь под рукой материал, напоминающий о поставленных задачах, к которому может обратиться любой член коллектива.

При этом видение должно:

- **Быть четким** — понятным без дополнительных пояснений
- **Быть убедительным** — вдохновлять даже тех, кто не знаком с вашим творческим коллективом
- **Выходить за рамки привычного** — не обращаться к чему-то очевидному или легко достижимому, а выстраиваться вокруг того, что ваш коллектив считает возможным достичь при определенных усилиях и доле удачи
- **Быть доступным** — существовать в таком формате, чтобы вы могли легко и быстро обратиться к нему на любом этапе процесса

Ниже приведены тезисы, которые помогут вам начать дискуссию с коллегами. Для формирования видения необходимо мыслить масштабно. Последующие разделы помогут вам лучше продумать те изменения, которых вы стремитесь добиться.

Примеры:

**«Будрус»**  
Перейти к ненасильственной стратегии решения палестино-израильского конфликта

**«На конце удочки»**  
Перейти к устойчивому рыболовству

**«Прекратите пользоваться пластиком»**

Убедить Америку постепенно отказаться от использования пластика

**«Век глупцов»** Способствовать изменению экологического поведения как можно большего числа людей



## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 📍 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Тезисы, которые помогут вашим коллегам вступить в дискуссию:

Почему вы решили принять участие в этом проекте? Что привлекло вас в первую очередь?

Что кажется вам самым важным в работе, призванной изменить действительность?

Если бы вы могли совершать любые изменения по своему выбору, что бы вы изменили?

Вы как следует поразмыслили над фильмом и связанными с ним проблемами: что для вас будет успехом?

Лучше всего поделиться вашим видением и стратегическим планом с теми, кого может заинтересовать и затронуть ваш фильм — от представителей различных социальных групп до руководителей НКО. Для этой цели отлично подойдет эксперт-сессия. Мы расскажем о ней подробнее в [Разделе 2.4](#).

Хотите узнать об этом больше? Обратите внимание на перечисленные ниже бесплатные ресурсы. Дополнительные материалы вы найдете в разделе **«Библиотека»** (см. последующие модули). Мы также будем рады любым вашим предложениям.

**КОПАЙТЕСЬ ДАЛЬШЕ**  
ЧТО ЕЩЕ ПОЧИТАТЬ НА ЭТУ ТЕМУ?





2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

📍 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА





2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

🎯 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## Копайтесь дальше

### Дополнительные материалы к главе 2.2

#### КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?



**Как настоящие лидеры побуждают к действию**  
[ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action](https://ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action)

Один из самых популярных роликов из серии TED talk — лекция Саймона Синека. У нее почти 20 миллионов просмотров. Угадайте, о чем она? Она посвящена формированию видения.



**Модель «Будущее — Вовлечение — Исполнение» Стива Рэдклиффа**  
[futureengagedeliver.com/fed-free-resources/](https://futureengagedeliver.com/fed-free-resources/)

Рэдклифф — один из ведущих теоретиков лидерства в мире, прославившийся благодаря прямоте и простоте своих высказываний. Его концепция «будущего, которое нужно определить» помогла нам сформировать свое восприятие этого вопроса. На его сайте можно найти множество полезных и бесплатных материалов.



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

---

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

---

🎯 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

---

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

---

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

---

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

---

2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

---



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

📍 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

**В** первой главе мы выяснили, почему документальное кино так сильно благоприятствует переменам в реальной жизни: оно подчеркивает значимость проблемы, усиливает заинтересованность в ее решении, создает новые связи и ведет к изменениям в области культуры, а вслед за этим — и в других сферах. Другими словами, независимое документальное кино помогает завладеть вниманием тех, кто способен добиться нужных нам перемен.

Теперь посмотрим, как можно использовать весь этот потенциал в вашем проекте, чтобы повлиять на решение проблемы, которая освещается в фильме.



## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 📍 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

При разработке импакт-стратегии документального фильма нужно понимать, чем вы можете помочь активистам, занимающимся данной проблемой, а также учитывать потенциальные сильные стороны самого фильма. Например:

- Какой аудитории больше всего интересен ваш фильм?
- Как отнесется аудитория к освещаемой проблеме?
- Что находится в инфополе проблемы (текущие события, общественная дискуссия, политическая ситуация и т. д.)
- Чем можно помочь тем, кто организует кампании по привлечению внимания к проблеме?
- Какие «болевые точки» может затронуть ваш фильм?
- Чего необходимо добиться вашей целевой аудитории для того, чтобы перемены начали происходить?

## ДРУГИМИ СЛОВАМИ, КАК ВЫ МЫСЛИТЕ ПЕРЕМЕНЫ?

Даже если у вас есть четкое понимание проблематики фильма, не всегда очевидно, куда приведет вас творческий поиск и какими будут сильные стороны фильма по завершении работы. Даже если у вас есть четкое представление об основной идее фильма, зрители могут воспринять ее по-другому. Если вы в первую очередь стремитесь добиться перемен в окружающей действительности, нужно с самого начала тесно сотрудничать с партнерами и консультантами.

Сказанное относится к документальным фильмам в целом. Но некоторые авторы настолько поглощены одной проблемой, что занимаются ею долгое время. В результате их повествование, как правило, сильнее привязано к проблематике, а их импакт-стратегия, даже если меняется со временем, более устойчива (и зачастую привязана к теории изменений). Такие авторы с самого начала включают импакт-кампанию в производственный план.

К примеру, **Exposure Labs**, сняв много фильмов, посвященных изменениям климата, стали специалистами в этом вопросе. **Skylight Pictures** часто создают работы, связанные с правами человека в Центральной Америке. Цель **Just Vision** — добиться перемирия между Израилем и Палестиной. Эти коллективы занимаются проблемами, на которых остановились, годами, если не десятилетиями, и то, что они делают, призвано помочь соответствующим движениям.

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 📍 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Джулия Баша из Just Films рассказывает, что их съемочная группа постоянно находится в зоне израильско-палестинского конфликта и ищет сюжеты, способные сдвинуть ситуацию с мертвой точки. Работая над фильмом «Будрус», они с самого начала искали сюжет, способный опровергнуть идею о бесполезности ненасильственного сопротивления. Они исходили из того, что, если им удастся привлечь внимание к успешным примерам ненасильственного сопротивления — как правило, не освещаемым в медиа, — эта стратегия приобретет новых сторонников.

Но такие истории — редкость. Большинство документалистов сталкиваются с проблемой, которая становится для них важной, снимают о ней фильм и двигаются дальше. И это совершенно нормально. Что бы ни двигало изначально создателем фильма и его командой, результат может получиться невероятно впечатляющим.

Есть множество способов разработки стратегического плана. При этом некоторые базовые положения надо учитывать всегда, независимо от того, присутствовал план с самого начала или появился впоследствии. Ниже мы приведем несколько удачных примеров стратегического планирования и предложим инструменты для него.

**Таблица подготовки стратегического плана:** Памятка, которая поможет пройти путь от первоначального замысла фильма до воплощения вашего импакт-видения.

**СКАЧАТЬ**  
ТАБЛИЦУ ПОДГОТОВКИ  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

**Не стесняйтесь, списывайте.** При помощи этой таблицы импакт-продюсер Эни Мерседес готовится к работе над своими проектами:

- 1. Перечислите ключевые темы и идеи фильма.** Эни заносит в эту графу все соответствующие проблемы, сюжеты, а иногда и просто слова.
- 2. Укажите импакт-предложения.** Решению каких проблем может поспособствовать фильм? Эни вписывает сюда 2–3 соображения на основе тем, которые она обозначила. Подсказка: после мозгового штурма полезно доработать свои предложения, чтобы они начинались с глагола (например, «вдохновить») и включали тех, кому фильм может помочь (например «группы, нуждающиеся в репрезентации»).
- 3. Коллективный мозговой штурм.** Что способны сделать зрители после просмотра фильма? Вместе со своей командой Эни составляет список конкретных действий, при помощи которых зрители смогут воплотить в жизнь ее предложения (например, стать волонтером, зарегистрироваться



## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 📍 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

для голосования, изменить потребительские привычки и т. д.)

**4. Список партнеров.** Эни очерчивает круг из 100–200 потенциальных партнеров, которые могут использовать будущий фильм в своих целях или уже помогают людям добиться результатов, намеченных во время мозгового штурма.

Выполнив первые 4 пункта, Эни составляет краткую презентацию проекта (1–2 страницы), включив туда основными идеи, и рассылает ее потенциальным партнерам. В какой-то момент она устраивает эксперт-сессию: в ходе дискуссии с заинтересованными лицами импакт-предложение наполняется дополнительными смыслами.

Само собой, стратегический план не раз изменится в процессе работы над фильмом, особенно если сюжет еще не ясен вам до конца. Тем не менее, всегда полезно иметь надежную отправную точку.

В следующих главах мы поможем вам написать первый черновик:

- очертим проблему
- рассмотрим ЧЕТЫРЕ ВИДА социальных изменений
- подскажем, как составить импакт-план

К таблице мы вернемся в главе [Оценка воздействия](#).

**КОПАЙТЕСЬ ДАЛЬШЕ**  
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

📍 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

**СКАЧАТЬ**  
ТАБЛИЦУ ПОДГОТОВКИ  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

DOKUMENTER  
**UNTUK PERUBAHAN**  
*Dari Produksi, Distribusi,  
Ekshibisi, hingga Aksi*

**МОЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН**

НАЗВАНИЕ ФИЛЬМА:  
ИМПАКТ-ВИДЕНИЕ:

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ	ИМПАКТ-ЦЕЛЬ	КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ	ВИД ИМПАКТА <ul style="list-style-type: none"> <li>Изменить мышление</li> <li>Изменить поведение</li> <li>Привлечь различные группы</li> <li>Добиться структурных изменений</li> </ul>	ИМПАКТ-ЗАДАЧИ <p>К чему должен привести ваш фильм (ваша кампания), чтобы игроки смогли добиться нужного результата</p>





2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

📍 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

DOKUMENTER  
**UNTUK PERUBAHAN**  
*Dari Produksi, Distribusi,  
Ekshibisi, hingga Aksi*

**МОЙ ОЦЕНОЧНЫЙ ПЛАН**

НАЗВАНИЕ ФИЛЬМА:  
ИМПАКТ-ВИДЕНИЕ:

<b>ИМПАКТ-ЦЕЛЬ</b> Берется из стратегического плана (см. выше)	<b>ИНДИКАТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ</b> Достигнутые цели	<b>ИНСТРУМЕНТЫ/ ТЕХНОЛОГИИ</b> Необходимые для достижения целей	<b>ИСХОДНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ</b> Информация о положении дел перед началом работы над проектом — для отслеживания прогресса	<b>ДАТЫ 1/2/3/4</b> Данные, собираемые в течение длительного времени и дающие картину изменений

**СКАЧАТЬ**  
ТАБЛИЦУ ПОДГОТОВКИ  
ОЦЕНОЧНОГО ПЛАНА

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 📍 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

**СКАЧАТЬ**  
ТАБЛИЦУ ПОДГОТОВКИ  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

# DOKUMENTER UNTUK PERUBAHAN *Dari Produksi, Distribusi, Ekshibisi, hingga Aksi*

### СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ: «НА КОНЦЕ УДОЧКИ»

**ИМПАКТ-ВИДЕНИЕ:** ОТВЕТСТВЕННЫЙ ПОДХОД К РЫБОЛОВСТВУ В ГЛОБАЛЬНОМ МАСШТАБЕ  
**ОСНОВНОЙ ВИД ИМПАКТА:** СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Главное открытие состоит в том, что перемены наступят тогда, когда бизнес привлечет внимание общественности к вопросу, приняв необходимые решения и сообщив о них потребителям.

### ИМПАКТ-ПЛАН (реальный, незначительно скорректированный)

Похожие фильмы: «Откажись от завтрашнего дня», «Невидимая война», «Расплата»

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ	ИМПАКТ-ЦЕЛЬ	КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ	ВИД ИМПАКТА	ИМПАКТ-ЗАДАЧИ
Глобальные корпорации зарабатывают большие деньги, эксплуатируя окружающую среду, а рестораны беззащитно этим пользуются	Изменить корпоративные практики по всей цепи: от крупных поставщиков до небольших ресторанов	Руководители компаний, владельцы ресторанов и магазинов	Добиться структурных изменений	Вступать в корпоративное партнерство с ответственными ритейлерами (такими, как сеть супермаркетов Waitrose) и побуждать известных топ-менеджеров публично объявлять о своей приверженности принципам устойчивого рыболовства
Вы можете покупать рыбу, выловленную согласно принципам устойчивого рыболовства, и тем самым помочь решить проблему	Побудить всех покупать рыбу, выловленную согласно принципам устойчивого рыболовства	Покупатели, посетители ресторанов	Изменить поведение	Создать необходимые инструменты и списки ответственных поставщиков, начать кампанию за покупку «правильной» рыбы и включить ее в фильм
По всему миру процветает хищнический вылов рыбы, но никто не знает наверняка, где он происходит и в каких масштабах	Повысить осведомленность о проблеме хищнического вылова	Население в целом	Изменить мышление	Добиться максимально широкого упоминания фильма в СМИ (без привязки к числу зрителей — осведомленность важнее количества проданных билетов). Вместе с продюсерскими компаниями и активистами устраивать промо-кампании
Европейская политика в области рыбной ловли нуждается в доработке	Способствовать законодательным изменениям, включая создание морских заповедников	Политики в ЕС и Великобритании, обладатели больших состояний	Добиться структурных изменений	Сделать так, чтобы политики и обладатели больших состояний посмотрели фильм

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 📍 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

DOKUMENTER

# UNTUK PERUBAHAN

*Dari Produksi, Distribusi, Ekshibisi, hingga Aksi*

### МОЙ ОЦЕНОЧНЫЙ ПЛАН

ИМПАКТ-ЦЕЛЬ Берется из стратегического плана (см. выше)	ИНДИКАТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ Достигнутые цели	ИНСТРУМЕНТЫ/ТЕХНОЛОГИИ Необходимые для достижения целей	ИСХОДНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ Информация о положении дел перед началом работы над проектом — для отслеживания прогресса	ДАТЫ 1/2/3/4 Данные, собираемые в течение длительного времени и дающие картину изменений
Изменить корпоративные практики по всей цепи: от крупных поставщиков до небольших ресторанов	<ul style="list-style-type: none"> <li>В скольких корпорациях посмотрели фильм</li> <li>Из скольких корпораций ответили</li> <li>Сколько корпораций перешли к действиям</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Корпоративные пресс-релизы</li> <li>Цитаты</li> <li>Комментарии в ежегодных отчетах</li> <li>Мониторинг бюджетных изменений</li> <li>Мониторинг новых данных</li> </ul>		
Побудить всех покупать рыбу, выловленную согласно принципам устойчивого рыболовства	<ul style="list-style-type: none"> <li>Изменение потребительских практик в результате импакт-кампании фильма</li> <li>Повышение вероятности покупки рыбы, выловленной согласно принципам устойчивого рыболовства, как зрителями, так и населением в целом</li> <li>Дискуссия относительно хищнического вылова в соцсетях/СМИ</li> <li>Увеличение числа запросов или отсылок к сервисам, связанных с импакт-кампанией фильма</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Заказ исследования СМИ: срез настроений и анализ тональности сообщений в СМИ для иллюстрации изменений в медиа</li> <li>Заказ качественного обследования с фокус-группами для мониторинга изменения поведения ЦА. Заказ повторного исследования через 12 месяцев для замера длительных изменений</li> <li>Заказ количественных обследований до и после выхода фильма для иллюстрации изменений в обществе</li> </ul>		

**СКАЧАТЬ**  
ТАБЛИЦУ ПОДГОТОВКИ  
ОЦЕНОЧНОГО ПЛАНА



---

2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

---

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

---

🎯 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

---

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

---

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

---

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

---

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

---

# Копайтесь дальше

## Дополнительные материалы к главе 2.3

### РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИИ

#### Центр теории изменений

[theoryofchange.org](http://theoryofchange.org)

Разрабатывая стратегию, вы в первую очередь должны представлять себе цепочку причинно-следственных связей, ведущую к переменам, которых вы мечтаете добиться. Американская некоммерческая организация «Центр теории изменений», основанная специально для того, чтобы помогать в реализации таких проектов, публикует различные полезные ссылки.

#### Инструментарий теории изменений DIY

[diytoolkit.org/tools/theory-of-change](http://diytoolkit.org/tools/theory-of-change)

Материалы для самостоятельной разработки импакта (Development Impact & You - DIY) помогли нам составить представленные здесь модули. Выложенные на сайт материалы преимущественно посвящены работе над сценарием, но общий инструментарий, и особенно иллюстрирующий его ролик, будут по-настоящему полезны.

#### Harmony Institute — StoryPilot

[harmonylabs.org/storypilot](http://harmonylabs.org/storypilot)

Прежде чем изобретать велосипед, посмотрите, какие фильмы на эту тему уже сняты. StoryPilot — интерактивная галактика, составляющие которой — фильмы и сферы их воздействия.

#### The Center for Story-based Strategy

[storybasedstrategy.org/tools-and-resources](http://storybasedstrategy.org/tools-and-resources)

The Center for Story-based Strategy, или Центр Сценарной Стратегии, предлагает набор инструментов для — вы угадали — разработки сценарной стратегии!



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

---

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

---

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

---

🎯 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

---

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

---

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

---

2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

---



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

📍 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

**П**еред началом работы составьте список ключевых организаций, занимающихся затронутой вами проблемой. Возможно, вы уже начали это делать, приступив к работе над фильмом, однако на данном этапе стоит обратить внимание на стратегические приоритеты выбранных организаций: это поможет ответственно подойти к планированию импакт-кампании.

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 🎯 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

**«Производители контента часто думают, что они становятся у истоков движения, не проверив, не существует ли уже такое движение».**

Саша Констанца-Чок  
Ученый и активист



Начните с ключевых игроков, уже занятых той проблемой, которой посвящен ваш фильм. Ими могут быть:

- **СООБЩЕСТВА, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В ФИЛЬМЕ**
- **ЭКСПЕРТЫ И УЧЕНЫЕ**
- **БРЕНДЫ И КОМПАНИИ**
- **ОРГАНИЗАТОРЫ И УЧАСТНИКИ ОБЩЕСТВЕННЫХ КАМПАНИЙ**
- **БЛАГОТВОРИТЕЛИ И СПОНСОРЫ**
- **ПОЛИТИКИ И ЗАКОНОДАТЕЛИ**
- **СМИ И ДРУГИЕ МЕДИА**
- **МАРКЕТОЛОГИ**
- **МАЛЫЕ НКО** (глубоко погруженные в проблему)
- **БОЛЬШИЕ НКО** (со значительными ресурсами)
- **ОБЩЕСТВЕННЫЕ ДЕЯТЕЛИ**

**СОВЕТ:** Создайте базу данных и занесите в нее всех, кто связан с затрагиваемой проблемой, чтобы затем отфильтровать их по типу организации и виду отношения к вопросу:

- (Л) — уже является **ЛИДЕРОМ** в решении вопроса
- (Ц) — является **ЦЕЛЬЮ** воздействия для вовлечения ее в решение вопроса

Покажите эту базу участникам своей команды и вместе с ними внесите в базу новые имена.

На следующей странице вы найдете пример — базу, созданную авторами фильма «На конце удочки», — а также несколько вопросов, которые помогут вам переосмыслить пример для себя.

Помимо непосредственной задачи по изучению вашей проблемы, стоит посещать конференции и общественные слушания. Различные аналитические центры и университеты постоянно проводят всевозможные мероприятия — скорее всего, вы отыщете что-нибудь, имеющее отношение к вашей проблеме. Сходите, не поленитесь: вы сможете услышать мнения людей, погруженных в эту проблему, а заодно завести полезные знакомства.

Посмотрите фильмы, похожие на ваш, узнайте, есть ли на свете режиссеры и продюсеры, занимающиеся смежными темами, и узнайте все об их проектах. Пospрашивайте их: собратья по ремеслу, скорее всего, не откажут вам в помощи.

Затем, как следует изучив свой список, решите, с кем вы хотите активно взаимодействовать. Это очень важная часть пути, ведущего к изменениям. Кто способен помочь словом или советом, кто из участников изучаемого движения может высказывать конструктивную критику?

2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

🎯 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА





## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 📍 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## ЭКСПЕРТ-СЕССИЯ

На этом этапе организаторы импакт-кампании нередко созывают эксперт-сессию для ускорения процесса. В мероприятии участвуют активисты и представители организаций, занимающиеся вашей проблемой — они высказывают свои мнения относительно плана фильма и вносят предложения по организации импакт-кампании. Как правило, встреча длится 3–4 часа: в это время происходит показ фильма и устраивается модерлируемое обсуждение.

Такие сессии бывают разными. Одни организаторы стремятся собрать как можно больше людей, имеющих отношение к изучаемой проблеме, чтобы услышать весь спектр мнений. Другие выбирают определенные таргетированные группы, чтобы подогреть интерес к проекту или побудить участников сессии оказать ему финансовую помощь. Третьи делают упор на существующие возможности и пытаются привлечь к проекту авторитетных лиц и спонсоров. Одни работают на национальном уровне, другие — только на местном. Одни устанавливают обратную связь, чтобы доработать фильм, другие собирают информацию для уточнения сценария импакт-кампании.

Какой бы вариант вы ни выбрали, помните: итоги встречи будут зависеть от того, кого вы пригласите на встречу и как вы ее выстроите. Поэтому относитесь к планированию максимально серьезно.

Ниже приведен план, который DocSociety предоставлял кинематографистам в прошлом. Пользуйтесь им как основой, но не забывайте, что его

надо приспособить под ваши нужды.

## ПЕРЕД СЕССИЕЙ

- Четко определите цели и задачи
- Составьте список приглашенных, включив представителей всех нужных вам групп
- Заранее подумайте о логистических или финансовых трудностях, с которыми столкнутся приглашенные
- Поручите одному из участников вашей команды вести подробный протокол
- Назначьте одного из участников вашей команды модератором

## НА СЕССИИ

**1.** Огласите повестку и цель сессии. Например:

- Рассказать о фильме и об импакт-кампании, чтобы найти партнеров
- Получить обратную связь по импакт-потенциалу фильма, находящегося на финальной стадии производства
- Получить обратную связь по целям и задачам импакт-кампании, которую вы начинаете планировать

**2.** Очертите контекстное поле фильма и импакт-кампании. Расскажите об уникальных возможностях, которые даст выход фильма. Например:

- Охват аудитории через кинопрокат и другие механизмы
- Возможность донести до аудитории важные

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 🎯 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

вопросы, поднятые в фильме  
— Другие потенциально взаимовыгодные виды сотрудничества

**3.** Продемонстрируйте весь фильм или ключевые сцены. Обязательно выделите время на спонтанную реакцию после просмотра, не переходите к планированию сразу же. Часто самую интересную обратную связь можно получить именно в эти моменты.

**4.** Расскажите о графике производства и планах проката, получите обратную связь и комментарии насчет того, как эти графики сочетаются с планами приглашенных. Например:

— Когда вы планируете закончить работу?  
— Когда вы собираетесь выпустить фильм?  
— Каковы основные вехи импакт-кампании?  
— Какими, по-вашему, могут быть способы сотрудничества на разных этапах вашей работы?

**5.** Организуйте мозговой штурм для поиска ответов на основные вопросы. Например, если главная задача — выяснить, как фильм может помочь всему движению или отдельным активистам, обсудите следующее:

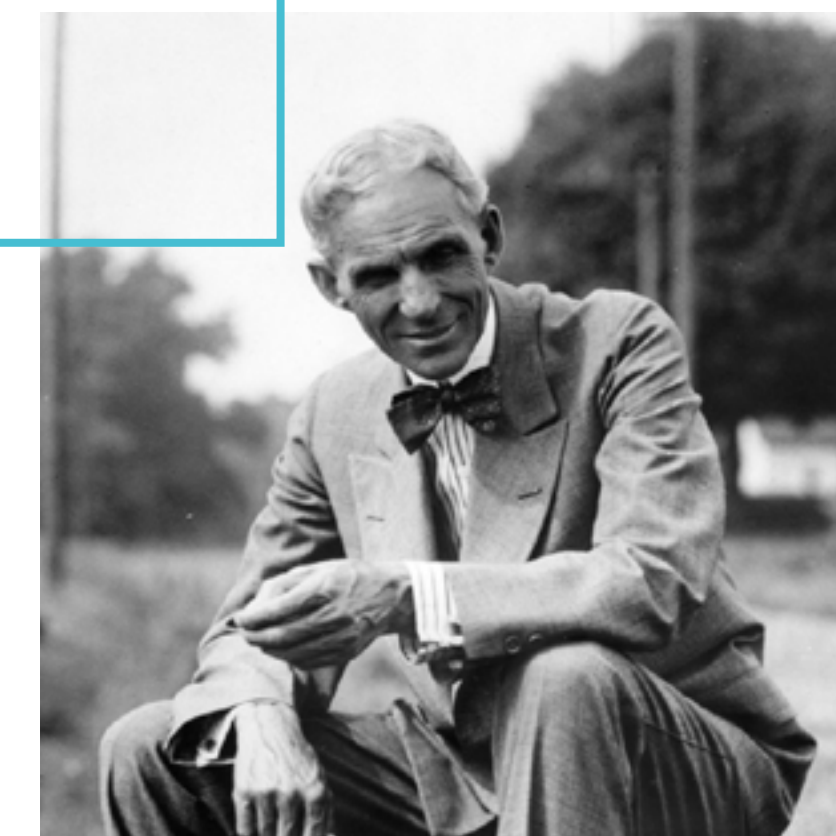
— Кто именно должен увидеть фильм, чтобы перемены начали происходить?  
— Каким образом лучше управлять этой аудиторией?  
— Кого не хватает среди потенциальных партнеров импакт-кампании (смело просите,

чтобы вас познакомили с кем-нибудь)?  
— Какая поддержка у вас уже есть и какой вам не хватает (деньги, юридические консультации, научная работа, знакомства, информация о ведении кампании и т. д.)?

**6.** НЕ РАСХОДИТЕСЬ, пока не обозначите четко следующие шаги. Договоритесь о дальнейшем общении и сотрудничестве.

**«Собратся — это только начало. Не разбежаться — это прогресс. Работать вместе — это успех»**

Генри Форд





2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

📍 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Жюль Холл представляет  
«Колледж за решеткой»  
на фестивале Good Pitch  
в Нью-Йорке





2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

---

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

---

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

---

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

---

🎯 **2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ**

---

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

---

2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

---



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

📍 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Теперь посмотрим, какие социальные изменения может вызвать фильм, и выделим отдельные их виды. Мы обозначим их как **ВИДЫ ИМПАКТА**. Эти категории мы вывели после тщательного анализа фильмов, над которыми работали сами, а также общения с представителями НКО и активистами, рассказавшими, как именно они добиваются изменений.

Ниже мы разберем все 4 разновидности, а также приведем пример импакт-плана, который может вам пригодиться.

2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

📍 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## ИЗМЕНИТЬ МЫШЛЕНИЕ:

Чем больше людей осознают наличие проблемы, тем быстрее меняется отношение общества к ней. Что именно вы пытаетесь изменить?

Меняя мышление, мы помогаем обществу осознать наличие проблемы или изменить отношение к ней. Чтобы достичь этой цели, необходимо углубить понимание проблемы, связав личный опыт зрителя с тем, что он видит на экране. Можно попытаться воздействовать на массового зрителя или сосредоточить свои усилия на определенной группе.

Импакт-кампания фильма «Акт убийства» в первую очередь была призвана **изменить восприятие** проблемы, которой посвящен фильм: авторы хотели, чтобы отношение широких кругов общественности к геноциду 1965–1966 гг. в Индонезии стало принципиально иным. Создатели фильма «Погоня за ледниками» в основном старались убедить одного-единственного зрителя: Пэта Тибери, конгрессмена от штата Огайо. Устроив более 90 показов и объединившись с местными активистами, они заставили яростного противника теории изменения климата пересмотреть свои взгляды и признать необходимость борьбы с климатическими изменениями.

Безусловно, есть соблазн сказать, что для решения любой социальной проблемы необходимо менять мышление людей. Тем не менее, кинематографисты,

стремящиеся к серьезному воздействию на умы, должны отдавать себе отчет в том, что, если поставить целью достижение «эмпатии» или «гуманизации», это приведет лишь к поверхностным изменениям. Соня Чилдрес из Firelight Media писала об этом в своей статье на Medium, озаглавленной «За границами эмпатии»:

«Изменение мышления — первый шаг в сторону изменения поведения. Но важно не “перезагрузить”, воздействуя на зрителя, иначе для фильмов, которые помогают осознать наличие структур и систем, воспроизводящих неравенство или насилие, просто не останется места».

Хотите узнать больше? Статью Сони Чилдрес можно прочитать [здесь](#).

**КОПАЙТЕСЬ ДАЛЬШЕ**  
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

📍 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## ИЗМЕНИТЬ ПОВЕДЕНИЕ:

Подталкивать людей к тому, чтобы не просто мыслить иначе, но и добиваться изменений своими действиями — бойкотированием, пожертвованиям, волонтерством и т. п. На какие действия можно нацелиться?

Команда фильма «Век Глупцов» вместе с общественной инициативой **10:10 campaign** (позже переименованной в **Possible**) стремилась к тому, чтобы **изменить поведение** зрителей, а именно, побудить людей вести более экологичный образ жизни. По прошествии десяти лет кампания продолжается — ее инициаторы реализуют конкретные проекты, призванные уменьшать последствия изменения климата на локальном уровне. Дальше эти проекты становятся частью более широких программ. Кампания по установке солнечных батарей в школах, исследование возможности перевода железных дорог на солнечную энергию, противодействие запрету установки ветряков на побережьях — все это призвано вовлечь в борьбу с изменением климата как можно больше людей.

Импакт-кампания фильма «Вирунга» призвала зрителей проверить свои инвестиционные портфели и пенсионные вложения. Тех, кто владел ценными бумагами британской нефтедобывающей корпорации SOCO, просили писать ее руководству

письма с требованием остановить разработку месторождений в национальном парке Вирунга и дать официальную гарантию сохранения заповедника. Акционеры SOCO были ключевой аудиторией фильма: организаторы импакт-кампании побуждали их провести независимое расследование и самостоятельно рассмотреть обвинения в безответственном природопользовании на территории Демократической Республики Конго. Зрителей, не являвшихся акционерами, призывали переводить средства национальному парку в Конго, оказывая ему прямую поддержку.



Кадр из фильма  
«Век глупцов»



Кадр из фильма  
«Вирунга»

2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

📍 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## ФОРМИРОВАТЬ ГРУППЫ:

Чтобы создать низовое движение,  
нужна объединительная идея.  
Каким сообществам вы можете  
оказать поддержку?

Авторы фильма «Прекратите пользоваться пластиком» в первую очередь стремились **формировать группы**, единомышленников, позиционируя фильм как объединяющее начало для отдельных людей и организаций по всей Америке, которые добиваются запрета полиэтиленовых мешков для мусора.

При помощи фильма «Будрус» поборники ненасильственного сопротивления из Палестины попытались обратить внимание на важное и эффективное, но малоизвестное движение. Фильм рассказывал о роли его организаторов и был призван увеличить число сторонников ненасильственного сопротивления.



Кадр из фильма «Прекратите пользоваться пластиком»



Кадр из фильма «Будрус»



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

📍 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ: И в политике, и в экономике приходится напрямую воздействовать на законы и правила, чтобы изменить сложившуюся ситуацию. Какие законы или правила вы пытаетесь изменить?

Импакт-кампания фильма «На конце удочки» в первую очередь была нацелена на **структурные изменения**. Авторы выбрали своей ключевой аудиторией высшее руководство корпораций и попытались изменить методы закупки и вывода на рынок рыболовной продукции, а также создать ситуацию, благоприятную для конечных потребителей.

Инициаторы кампании фильма «Зона без огня: поля смерти Шри-Ланки» обратились в Совет по правам человека ООН, который постановил начать расследование военных преступлений, совершенных во время длительного конфликта между правительством Шри-Ланки и организацией «Тигры освобождения Тамил-Илама».

Вокруг фильма «Пожалуйста, помни меня» выстроили кампанию, которую назвали «Память 2030». Ее цель — помочь китайским семьям, члены которых страдают болезнью Альцгеймера. Один из участников, врач, специализирующийся на борьбе с этим заболеванием, использует фильм в качестве пособия для своих сотрудников: фильм учит правильному

отношению к пациентам и обращению с ними. После выхода фильма местные власти выделили дополнительные деньги на борьбу с деменцией, увеличили количество мест в специализированных клиниках и в итоге поддержали кампанию. Теперь трейлер фильма используется для ознакомления с новой государственной программой.



Кадр из фильма  
«На конце удочки»



Кадр из фильма  
«Зона без огня: поля  
смерти Шри-Ланки»



Кадр из фильма  
«Пожалуйста, помни меня»

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 🎯 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Другие стратегические планы:

ИЗМЕНЕНИЕ МЫШЛЕНИЯ: «Акт убийства»

ИЗМЕНИТЬ ПОВЕДЕНИЕ: «Век Глупцов»

ПРИВЛЕЧЕНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП:  
«Прекратите Пользоваться Пластиком»

СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ: «На конце удочки»

# ДОКУМЕНТЕР UNTUK PERUBAHAN *Dari Produksi, Distribusi, Ekshibisi, hingga Aksi*

ИЗМЕНИТЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ: «АКТ УБИЙСТВА»

**ИМПАКТ-ВИДЕНИЕ:** ПУСТЬ ИНДОНЕЗИЯ НАЧНЕТ С ЧИСТОГО ЛИСТА

**ОСНОВНОЙ ВИД ИМПАКТА:** ИЗМЕНЕНИЕ МЫШЛЕНИЯ

Авторы фильма хотели полностью изменить представления о геноциде 1965–1966 годов, сложившиеся как в Индонезии, так и за ее пределами, и продемонстрировать, что одна из главных составляющих идеологии сегодняшнего коррупционного режима — восхваление жестокой резни и ее виновников.

**ИМПАКТ-ПЛАН (гипотетический)** Похожие фильмы: «Задира», «Страна газа»

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ	ИМПАКТ-ЦЕЛЬ	КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ	ВИД ИМПАКТА	ИМПАКТ-ЗАДАЧИ
Общепринятая трактовка событий неверна, геноцид имел место, а его организаторы все еще у власти	Инициировать национальную дис-куссию	Население Индонезии	Изменить мышление	Приложить усилия к тому, фильм увидело как можно больше людей, несмотря на цен-зуру. Устраивать вместе с гражданскими ор-ганизациями показы по приглашениям во всей стране
Международное сообщество является соучастником	Инициировать международную дискуссию о роли различных стран в этих событиях	Население США и других стран Запада	Изменить мышление	Приложить усилия к тому, чтобы фильм не выглядел как критика Индонезии извне. Под-черкнуть влияние Всемирного банка
Индонезийская политика все еще несет на себе отпечаток тех собы-тий	Поддержать движение, добиваю-щееся восстановления истины и примирения	Правительство Индонезии и меж-дународное сообщество	Добиться структурных изменений	Сотрудничать с Индонезийской нацио-нальной комиссией по правам человека, одновременно с фильмом выпустить сов-местный доклад о геноциде. Поддерживать общественные инициативы. Создать кана-лы для давления на правительство Индо-незии

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 🎯 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Другие стратегические планы:

ИЗМЕНЕНИЕ МЫШЛЕНИЯ: «Акт убийства»

ИЗМЕНИТЬ ПОВЕДЕНИЕ: «Век Глупцов»

ПРИВЛЕЧЕНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП:  
«Прекратите Пользоваться Пластиком»

СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ: «На конце удочки»

# ДОКУМЕНТЕР UNTUK PERUBAHAN *Dari Produksi, Distribusi, Ekshibisi, hingga Aksi*

### ИЗМЕНИТЬ ПОВЕДЕНИЕ: «ВЕК ГЛУПЦОВ»

**ИМПАКТ-ВИДЕНИЕ:** ДАТЬ ТОЛЧОК МАССОВОМУ ДВИЖЕНИЮ ПО ИЗМЕНЕНИЮ ПОВЕДЕНИЯ В СФЕРЕ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

**ОСНОВНОЙ ВИД ИМПАКТА:** ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЯ

Целью было превратить 250 миллионов потенциальных зрителей в активистов-экологов, подтолкнуть их к тому, чтобы они изменили свое поведение и публично рассказали об этом.

### ИМПАКТ-ПЛАН (гипотетический)

Похожие фильмы: «Оружие войны»

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ	ИМПАКТ-ЦЕЛЬ	КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ	ВИД ИМПАКТА	ИМПАКТ-ЗАДАЧИ
Бороться с изменением климата может каждый	Превратить 250 млн зрителей в активистов	Каждый — но прежде всего знаменитости и инфлюенсеры	Изменить поведение	<ul style="list-style-type: none"> <li>Работать вместе с НКО, координировать усилия через кампании «Я не глупец» и «10:10» (Greenpeace, Friends of the Earth, Global Campaign on Climate Action)</li> <li>Дать людям возможность публично заявить о своем участии (10:10), подключить знаменитостей, таких, как Колин Ферг, Вивьен</li> </ul>
Совместные действия более эффективны	Привлечь уже существующие коллективы (школы, компании и т. д.)	Каждый коллектив — но с упором на учебные заведения и влиятельные группы, чья деятельность станет примером для других	Привлечь различные группы	<ul style="list-style-type: none"> <li>Вместе с НКО (ActionAid) сделать наборы для школ</li> <li>Подключить влиятельные организации, чтобы те вовлекли своих соперников/сторонников/клиентов: ФК «Тоттенхэм», правительство Великобритании, Музей науки</li> </ul>

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 🎯 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Другие стратегические планы:

ИЗМЕНЕНИЕ МЫШЛЕНИЯ: «Акт убийства»

ИЗМЕНИТЬ ПОВЕДЕНИЕ: «Век Глупцов»

ПРИВЛЕЧЕНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП:  
«Прекратите Пользоваться Пластиком»

СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ: «На конце удочки»

# ДОКУМЕНТЕР UNTUK PERUBAHAN

*Dari Produksi, Distribusi,  
Ekshibisi, hingga Aksi*

ПРИВЛЕЧЕНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП: «ПРЕКРАТИТЕ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПЛАСТИКОМ»

**ИМПАКТ-ВИДЕНИЕ:** АМЕРИКА БЕЗ ПЛАСТИКА

**ОСНОВНОЙ ВИД ИМПАКТА:** ПРИВЛЕЧЕНИЕ ГРУПП

Авторы стремились выделить и поддержать группы и сообщества, которые могли бы работать вместе, чтобы добиться запрета полиэтиленовых пакетов на законодательном уровне.

**ИМПАКТ-ПЛАН (гипотетический)**

Похожие фильмы: «Будрус», «Борцы с насилием»

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ	ИМПАКТ-ЦЕЛЬ	КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ	ВИД ИМПАКТА	ИМПАКТ-ЗАДАЧИ
Один за другим, города могут отказаться от одноразовых полиэтиленовых пакетов	Дать различным группам по всей Америке инструменты для борьбы с одноразовыми пакетами	Лидеры общественного мнения	Сформировать группы	<ul style="list-style-type: none"> <li>Пригласить директора по преобразованиям — известного эксперта-эколога</li> <li>Сфокусировать усилия на городских кампаниях «Прекратите пользоваться пластиком»</li> <li>Отдать приоритет общественным показам над кинопрокатом</li> <li>Уделить особое внимание показам в школах</li> </ul>
Только профессиональные эколо-ги понимают масштаб проблемы, но она касается всех	Заставить широкую публику все-ръем отнестись к проблеме	Население в целом	Изменить мышление	<ul style="list-style-type: none"> <li>Сделать упор на истории обычных людей, а не «обычных подозреваемых»</li> <li>Не терять чувства юмора и близости к зрителю как во время производства фильма, так и во время импакт-кампании</li> <li>Как вариант: использовать Bag Monsters</li> </ul>
Все могут использовать меньше полиэтилена	Поставить перед каждым зрителем конкретную цель: использовать меньше одноразовых пластиковых изделий	Население в целом	Изменить поведение	Создать механизм сбора пожертвований

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 🎯 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Другие стратегические планы:

ИЗМЕНЕНИЕ МЫШЛЕНИЯ: «Акт убийства»

ИЗМЕНИТЬ ПОВЕДЕНИЕ: «Век Глупцов»

ПРИВЛЕЧЕНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП:  
«Прекратите Пользоваться Пластиком»

СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ: «На конце удочки»

# DOKUMENTER UNTUK PERUBAHAN *Dari Produksi, Distribusi, Ekshibisi, hingga Aksi*

**СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ: «НА КОНЦЕ УДОЧКИ»**

**ИМПАКТ-ВИДЕНИЕ:** ГЛОБАЛЬНЫЙ ПЕРЕХОД К ОТВЕТСТВЕННОМУ РЫБОЛОВСТВУ  
**ОСНОВНОЙ ВИД ИМПАКТА:** СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Авторы пришли к выводу, что перемены наступят тогда, когда компании привлекут к проблеме внимание широкой общественности, публично заявят о своей позиции и новых практиках, которых они будут придерживаться.

**ИМПАКТ-ПЛАН (реальный, но слегка скорректированный)**

Похожие фильмы: «Откажись от завтрашнего дня», «Невидимая война», «Расплата»

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ	ИМПАКТ-ЦЕЛЬ	КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ	ВИД ИМПАКТА	ИМПАКТ-ЗАДАЧИ
Большие корпорации зарабатывают за счет безответственного природопользования, а рестораны пользуются этим	Изменение практик, принятых в компаниях — от крупных поставщиков до небольших ресторанов	Руководство компаний, владельцы ресторанов и магазинов	Добиться структурных изменений	Вступить в партнерство с ответственными ритейлерами (например, сделать Waitrose партнером по дистрибуции) Побудить влиятельных руководителей компаний (например, Pret a Manger) публично поддержать ответственное рыболовство
Заказывайте в ресторанах выловленную по всем правилам рыбу — это поможет решить проблему	Заставить всех заказывать выловленную по правилам рыбу	Покупатели, посетители ресторанов	Изменить поведение	Создать списки ответственных производителей рыбпродуктов. Создать специальный знак для тех, кто публично заявляет о своей приверженности принципам устойчивого рыболовства. Включить все это в фильм
Хищнический вылов рыбы происходит повсеместно, но проблеме не уделяется внимание	Повысить уровень осведомленности о проблеме хищнического вылова	Население в целом	Изменить мышление	Максимально усилить освещение вопроса в СМИ (необязательно в связи с фильмом — информирование о проблеме важнее числа зрителей). Работать вместе с кино-компаниями и промоутерами, помогать создавать новые фильмы и инициировать импакт-кампании, посвященные этой проблеме
Политика Евросоюза в области рыболовства нуждается в совершенствовании	Изменить законодательство, создать морские заповедники	Политики в ЕС и Великобритании, владельцы крупных состояний	Добиться структурных изменений	Сделать так, чтобы политики и владельцы крупных состояний посмотрели фильм



## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 📍 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## ЗАДЕЙСТВОВАНИЕ НЕСКОЛЬКИХ ВИДОВ ИМПАКТА

Мы рассмотрели несколько видов перемен, к которым может привести выпуск фильма. Как вы увидите из **примеров стратегических планов**, проект может задействовать не один вид импакта. Возьмем фильм «В погоне за кораллами» — в его импакт-кампании используются все четыре вида социальных изменений:

### ИЗМЕНЕНИЕ МЫШЛЕНИЯ:

Фильм содержит серию кадров в таймлапсе, показывающих увядание коралловых рифов. Авторы кампании активно прибегали к общественным показам (более 1500 в 100+ странах за год), а также маркетингу, пиару и размещению информации в соцсетях, чтобы создать ажиотаж вокруг картины (более 5 тысяч упоминаний в СМИ + различные награды), плюс кампания Wake Up the World, привлекающая внимание к тому, как изменение климата необратимо отражается на коралловых рифах.

### ПРИВЛЕЧЕНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП:

Кампания способствовала самоорганизации людей, выступающих за устойчивое развитие и контроль над климатом, а также привлекла активистов-экологов, специализирующихся на защите коралловых рифов, со всего мира. Так, например, в рамках программы «50 Reefs Initiative» местным дайверам предлагали проверить состояние коралловых рифов рядом с местами их проживания, а затем выложить эти сведения в публичный доступ.

### СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ:

Команда смогла запустить две успешные кампании. В результате первой политики Южной Каролины поддержали инициативу в пользу экологически чистой энергии (конгрессмен Эллиот изменил свою позицию относительно солнечной энергии). Вторая кампания проходила в штате Джорджия, где избирателей, равнодушных к экологическим проблемам, но не ходивших на выборы, побуждали проголосовать за любую партию, выступавшую за усиление охраны окружающей среды, во время промежуточных выборов 2018 года.

### ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЯ:

В дополнение к предыдущим целям, создатели фильма убеждали зрителей в целом уменьшать свой углеродный след.

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 📍 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Команда сделала так, что на каждую инициативу тратилось одинаковое количество усилий, стараясь привлечь внимание жителей всех стран мира к этой проблеме и поощрять создание локальных групп. Помните, что работа с импактом должна помогать вам фокусировать усилия, а не сдерживать стратегическое планирование.

Теперь перейдем к фильму «Невидимая Война». Его создатели понимали, что им потребуется разносторонний подход, так как перед ними стояла непростая задача: содействовать прекращению сексуализированного насилия в армии и изменить отношение к жертвам такого насилия в США, где зачастую принято замалчивать эти преступления или винить в них самих жертв.

Опытные кинематографисты Эми Зайринг и Кирби Дик занялись разработкой импакт-кампании в самом начале работы над фильмом. В процессе съемок они контактировали с законодателями из обеих партий, выясняли, какие политические изменения необходимы и как фильм может поспособствовать им. Одновременно они давали политикам возможность сделать что-нибудь еще до выхода фильма, так как стремились не заработать очки на разоблачении бездействия, а добиться значимых перемен.

Подход авторов фильма включал следующее:

- **Повышение осведомленности:** благодаря «низовым» и «верховым» инициативам (включая показы фильма высшим чинам американской армии), дополненным активной пиар-кампанией, проблема сексуализированного насилия в

американской армии вышла на передний план и вызвала множество публикаций в СМИ.

- **Усиление институтов:** фильм послужил трамплином для организации Protect Our Defenders, тогда переживавшей не лучшие времена, но потом взявшей на себя работу с сайтом фильма и все сопутствующие проекты.
- **Привлечение группы:** кинематографистам удалось создать группу жертв сексуализированного насилия в армии — «Artemis Rising Invisible War Recovery Program» — и собрать для них больше миллиона долларов
- **Изменение восприятия:** им также удалось изменить тональность публикаций в СМИ и изменить отношение публики — произошел сдвиг в сторону позиции «верьте жертвам».
- **Изменение поведения:** была запущена онлайн-петиция, чтобы вывести вопрос сексуализированного насилия из исключительного ведения армейской иерархии.
- **Налаживание сотрудничества:** впервые ветеранские и женские организации, а также специалисты в области законодательства стали регулярно сотрудничать друг с другом.
- **Изменение институтов:** фильм был показан в образовательных целях более чем на 300 военных базах, в присутствии старшего военного руководства, что привело к принятию новых обязательств. Впервые за 30 лет генерал Марк

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 📍 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Уэлш, начальник штаба военно-воздушных сил США, вызвал командиров подразделений с различных баз по всему миру в Пентагон для просмотра фильма. После этого увеличилось финансирование программы, нацеленной на борьбу с сексуализированным насилием в армии — Military Sexual Assault (MSA).

- **Изменение законодательства:** Общественное давление привело к назначению пяти слушаний в американском Конгрессе. Пентагон принял семь новых правил, направленных на улучшение раскрытия и расследования случаев сексуализированного насилия в армии. Министр обороны Леон Палетта распорядился, чтобы все случаи сексуализированного насилия расследовались старшими чинами из других подразделений

## ИЗМЕНЕНИЯ В КУЛЬТУРЕ — ОБЩЕЕ ДЕЛО

Часто, говоря о кино, люди вспоминают о «культурных феноменах»: давайте остановимся на этом понятии. Вне всякого сомнения, при внятной кампании и наличии определенных ресурсов документальный фильм может на что-то повлиять — результаты будут видны в срок от одного года до трех. Однако масштабные культурные изменения требуют больше времени и редко вызываются одним фильмом или другим фактором. Как правило, такие изменения происходят под влиянием множества обстоятельств: личных историй, изменений в законодательстве, культурных феноменов, неожиданных перемен, новых личных историй, за которыми следуют новые изменения в законодательстве, и так далее.

Создатели фильма «Невидимая война» великолепно использовали свои знакомства со знаменитостями и номинацию на «Оскар», чтобы постоянно оставаться на слуху. Бо Уиллоумен, шоураннер сериала «Карточный Домик», посвятил весь второй сезон теме сексуализированного насилия в армии и, получая за него премию Пибоди, выразил благодарность в том числе авторам «Невидимой войны». Эми Шумер включила в свой скетч-ком эпизод, вдохновленный фильмом, и тоже получила премию Пибоди. В итоге тема сексуализированного насилия в армии была затронута в восьми сериалах, шедших в прайм-тайм, включая такие хиты, как «Скандал» и «Хорошая жена».

«Невидимая Война», вместе с другими документальными и художественными произведениями на эту тему, стала частью более широкого культурного тренда, легшего в основу движения #MeToo.





## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 📍 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Эйми Зайринг рассказывает: *«Когда в 2010 году мы начали работать над “Невидимой войной”, все повторяли одно и то же: никому не интересны истории о женщинах, истории о том, как женщин насилуют, и уж совершенно точно — истории о том, как женщин насилуют в армии. И при всем этом нашлись женщины, которые, несмотря на огромный риск, решились рассказать о тех ужасах, которые им пришлось пережить. Послушав их рассказы, легшие в основу фильма “Невидимая война”, студенты со всей страны стали заваливать нас письмами, умоляя снять фильм об эпидемии сексуализированного насилия, захлестнувшей университетские кампусы. Когда мы снимали “Зону охоты”, студенты говорили нам снова и снова: они решились открыто рассказать о том, что с ними случилось, вдохновившись примером женщин из “Невидимой войны”. Позже, в 2015 году, Леди Гага на церемонии вручения «Оскара» спела песню из “Зоны охоты”. Все аплодировали стоя: так началось обсуждение этой тяжелой темы по всему миру. Нам кажется, что в тот день индустрия развлечений запылала от давно тлевшего огня. Когда голливудские актрисы смотрели на Леди Гагу, певшую со студентами на сцене, они поняли, что наконец смогут рассказать свою правду».*

Итак, если вы стремитесь добиться перемен в массовой культуре, то все возможно! Главное — не забывайте обо всех необходимых для этого шагах и помните о прочих участниках, ключевых игроках и факторах, без которых масштабные культурные изменения не произойдут.

**КОПАЙТЕСЬ ДАЛЬШЕ**  
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

🎯 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## Копайтесь дальше

### Дополнительные материалы к главе 2.5

#### ИЗМЕНЕНИЕ МЫШЛЕНИЯ



##### 9 способов изменить мир [corelab.co](https://corelab.co)

Подробный типологический разбор от CoreLab описывает все способы достижения

перемен. Кстати, идею четырех видов импакта мы взяли у них, так что если хотите обратиться к первоисточнику — вам туда!



##### Общее дело. Руководство [valuesandframes.org/resources/CCF\\_report\\_common\\_cause\\_handbook.pdf](https://valuesandframes.org/resources/CCF_report_common_cause_handbook.pdf)

Серьезное исследование перемен как таковых, где человеческие ценности рассматриваются с разных точек зрения. Есть задания для тех, кто хочет что-либо изменить в этом мире. Нам очень нравится эта книга.

#### ИЗМЕНЕНИЯ В КУЛЬТУРЕ — ОБЩЕЕ ДЕЛО

##### Беседы о культурной стратегии [medium.com/a-more-perfect-story/a-conversation-about-cultural-strategy-9e2a28802160](https://medium.com/a-more-perfect-story/a-conversation-about-cultural-strategy-9e2a28802160)

Хотите узнать, как личные истории приводят к крупным изменениям в нарративе? Прочитайте вот это: Jeff Chang, Liz Manne & Erin Potts, A Conversation about Cultural Strategy



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

---

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

---

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

---

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

---

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

---

🎯 **2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА**

---

2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

---

2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

📍 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

Помните, что социальный прогресс не ограничивается непосредственным результатом кампании. Важную роль играет сам процесс: объединение людей, их готовность к участию и то, что остается после начала следующего этапа в судьбе фильма или проекта. Таким образом, сам процесс кинопроизводства может быть эмансипационным, при условии, что создатели фильма прибегают к эмансипационным практикам. По словам режиссера и преподавателя киношколы Мишель Стивенсон, если вы вступаете на путь справедливости, вам придется детально изучить весь процесс.



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

📍 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

**«Кинопроизводство невольно прибегает к несправедливым социальным практикам, в которые вовлечены мы все, поэтому при съемке документальных фильмов и выделении финансирования для них следует искоренять эти практики на всех уровнях. Мы должны внимательно изучить и четко осознавать расстановку сил на всех стадиях — разработка сюжета, выделение средств, производство, привлечение общественности и т. д. Мы сами должны создавать процессы и практики, которые позволят искоренить неравенство в каждом сегменте и на каждом этапе производства неигровых фильмов».**

—  
Мишель Стивенсон, режиссер,  
Rada Film Group

В своем выступлении на конференции «Getting Real», устроенной Международной ассоциацией документального кино в 2018 году Мишель Стивенсон призвала всех, кто связан с документалистикой, трезво оценить, насколько справедливы отношения внутри отрасли. По мнению Мишель, это требует внимания не

только к процессу производства и конечному результату, но и к самой структуре индустрии импакт-кино.

Следовательно, кинематографисты, спонсоры, продюсеры и дистрибьюторы импакт-фильмов совместно должны бороться с репрессивными практиками и ни в коем случае не поддерживать их. Что это означает? Что необходимо сделать?

- Выяснить, как мы перенимаем репрессивные практики, чтобы (как минимум) не поддерживать существование спорных идей и (как максимум) заниматься созданием образа будущего и кампаниями, которые станут задавать тон.
- Признавать безусловную ценность разных мнений, позиций и опытов, а также общих для всех нас устремлений.
- Создавать условия для применения эмансипационных практик. Соответствуют ли отстаиваемые нами взгляды нашей картине мира? Являются ли наши программы общедоступными? Предлагаем ли мы достойную оплату наемным работникам? Можно ли назвать их рабочие места надежными? Распределяем ли мы ресурсы согласно принципам справедливости? Решаем ли существующие проблемы? Анализируем ли допущенные нами ошибки или недостатки принятой у нас системы? Ищем ли способы справиться с этим и достичь общих целей?

Обратите внимание на проекты, перечисленные в [Разделе 3.3](#) «Устойчивое развитие и справедливость?»»

**КОПАЙТЕСЬ ДАЛЬШЕ**  
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 📍 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА



**«Хотите делать о нас кино? Не надо снимать нас. Наймите нас на проект! Мы сами расскажем свою историю»**

Артур Прэтт,  
Фритаунский медиацентр  
WeOwnTV

Если цель вашей деятельности — изменения в сфере культуры, действуйте рассудительно и обдуманно.

Организация Working Films вместе со своими партнерами (организационными и по кинопроизводству) разработала, в рамках инициативы **StoryShift**, ряд принципов и практик, в основе которых лежит ответственность перед лицами и сообществами, упоминаемыми в документальном фильме. Приведем важнейшие принципы (рекомендуем ознакомиться с полным списком):

- Сюжет должен разрабатываться либо обладателями соответствующего опыта, либо в сотрудничестве с ними
- Следите за расстановкой сил, прислушивайтесь к лидерам сообщества или к тем, кого непосредственно затронули рассматриваемые вами проблемы
- Расширяйте возможности для участия и вовлечения тех, кого сильнее всего затрагивают рассматриваемые вами проблемы, чтобы ваш проект был максимально полезен этим людям
- Направляйте свою деятельность на уничтожение репрессивных и колониальных структур, практик, привычек и инстинктов

Collective Wisdom — это разноплановое практическое исследование студии Co-Creation Открытой лаборатории документалистики Массачусетского технологического института. В нем перечисляются, анализируются и объясняются методы сотворчества в

медиа (искусство, документалистика и журналистика) и смежных областях знаний (дизайн, технологии с открытым исходным кодом, урбанистика и планирование территорий).

«Сотворчество в медиапроизводстве — альтернатива видению единственного автора, оно включает множество методов, концептуальных схем и систем обратной связи.

В рамках сотворчества проекты рождаются внутри сообществ, при непосредственном участии людей — это не сюжеты, снятые “про них” или “для них”, но “без них”. Сотворчество может охватывать различные дисциплины или организации, использовать искусственные системы. Само понятие сотворчества подразумевает пересмотр общепринятых принципов создания контента — автор контента, методы и цель его производства видятся по-другому. Наше исследование показывает, что сотворчество препарирует мироустройство и стремится изменить его на началах равенства и справедливости».

Данная работа была опубликована в мае 2019 г. на платформе PubPub Массачусетского технологического института. Постоянно обновляемый набор материалов и продолжение исследования доступны на IMMERSE. **Смотрите сами.**

**«Хотите делать о нас кино? Не надо снимать нас. Наймите нас на проект! Мы сами расскажем свою историю».** С такими словами обратился Артур Прэтт к тем, кто работает на стыке кинематографа и импакт-кино, на Саммите продюсеров импакт-кино,

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 📍 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

организованного Doc Society в рамках фестиваля IDFA (2018 г.).

Прэтт — пастор, драматург и режиссер — руководит медиacentром во Фритауне (Сьерра-Леоне), который возник благодаря распространению практик социальной ответственности в результате деятельности Прэтта и кинематографиста Бэнкера Уайта. Во время своей первой поездки в Сьерра-Леоне для съемок и показа фильма «Все звезды беженцев Сьерра-Леоне» (2002) Уайт не мог не обратить внимание на существовавшие там проблемы.

**«У обитателей лагерей для беженцев нет почти никаких возможностей, они не могут получить формальное образование. Поэтому, как только там запускаются программы, нацеленные на поддержку искусств и творчества, множество молодых людей стремятся принять в них участие и воплотить в жизнь свои идеи. Я был крайне удивлен, узнав, что изображения участников и даже созданные ими на занятиях произведения (музыка, медиаконтент и короткометражные фильмы) остаются в собственности НКО, реализующих программы. Я был поражен этим обстоятельством: такой подход проти-воречит целям данных неправительственных организаций. Тогда я стал думать над семинаром, который помог помочь местным кинематографистам понять ценность их идей и важность их вклада в творческий процесс».**

Уайт решил использовать доступные ему средства, чтобы на местном уровне создать возможности

для сторителлинга и импакт-кино. Он понял, что достижение поставленной им цели — прекратить эксплуатацию такого рода — требует тесного сотрудничества с каким-либо местным партнером. Так началась совместная работа Уайта и Прэтта, которые разработали и провели семинар под названием WeOwnTV. На крио, основном языке Сьерра-Леоне, это означает «наше собственное телевидение». Подход Уайта и Прэтта предусматривал поддержку и обучение с упором на личную заинтересованность и осознание ценности собственного творчества. Проект оказался успешным, поэтому Прэтт убедил Уайта обратиться к его коллегам и использовать свое положение для дальнейшей работы над ним.

В итоге они сняли помещение, нашли финансирование и запустили программу, результатом которой стал центр с африканскими собственниками и руководителями. Он производит контент, который меняет жизнь внутри страны и восприятие Сьерра-Леоне за ее пределами. Особенно важную роль работа центра сыграла во время эпидемии лихорадки Эбола. Как местные жители, они лучше других понимали ход событий и создали систему рассылки уведомлений о санитарно-эпидемиологической обстановке на распространенных в стране языках — это позволило сберечь немало жизней, — а также медиа, отражающие настроения людей в пострадавших районах.

**«Если вы — режиссер и вам небезразличны социальные изменения, вы всегда должны отдавать себе отчет о своем положении и влиянии: о том, как вы их используете, снимая сюжеты и выстраивая**

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 📍 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

**свою деятельность в целом. Вы должны задавать тон. Конечно, это требует больше времени, но для импакт-кино это ключевой элемент».**

Американский режиссер Дженнифер Майторена Тейлор внимательно анализирует свой рабочий процесс с точки зрения этики, представительства разных интересов, власти и влияния, привилегий. Ее новый документальный фильм рассказывает о небольшом рабочем городке в Вермонте, главные проблемы которого — последствия массового употребления опиоидов и всеобщая бедность. На эти трудности наложились демографические изменения, в том числе прибытие сирийских беженцев.

Прежде чем приступить к съемкам, Дженнифер следила за новостями в общенациональных СМИ, которые превращали проблемы жителей в сенсации. Пристальное внимание к городу и неверное освещение событий породили у горожан глубокое недоверие к СМИ; оно лишь усугубилось, когда многие журналисты вернулись, чтобы рассказать об острых спорах относительно беженцев и самобытности города. Эти противоречия начали обретать вид традиционного противостояния между либералами и консерваторами, и Дженнифер поняла, что главное — отказаться от черно-белого восприятия этой истории и попробовать разобраться в том, как структурный расизм и классовая иерархия определяют условия жизни и доступ к возможностям в этом городке с преимущественно белым населением.

Для Дженнифер проект был особенно важным: она провела в самом городке и в его окрестностях

большую часть своего детства. Ее смешанная (состоящая из белых и латиноамериканцев) семья переехала туда из Лос-Анджелеса. Она постоянно задавалась вопросом: «Как желание действовать конструктивно и системно в начале и в конце процесса будет воздействовать на мои решения? Как я могу не просто избежать нанесения вреда, но также сделать нечто хорошее и снять убедительный фильм? Для меня очень важно благополучие героев фильма и города в целом, но я стараюсь показывать все беспристрастно, не спекулируя на бедности тех, кого изображаю, и не стараясь поднять настроение зрителям».

Дженнифер предложила принять участие в создании фильма его главной героине — сильной и умной женщине, прожившей всю жизнь в нищете и восстанавливающейся после зависимости. Дженнифер хотела вывести в фильме не просто человека, глазами которого мы наблюдаем за проблемой, а того, кто имеет желание и возможность повлиять на ситуацию, того, кто способен внутренне расти и менять свои представления о социальном устройстве и расовых предрассудках, не становясь совсем уж явным героем или «белым спасителем».

**«Есть режиссеры, которые не хотят обсуждать с героями фильма свои мотивы и съемочный процесс. Им кажется, что от этого фильм потеряет аутентичность и станет перформативным. Мне же кажется, что подход изменился по сравнению с тем, что было двадцать и даже пять лет назад. Сейчас мы имеем дело с искушенными потребителями контента, и глупо делать вид, будто им безразлично то, как их изображают. По-моему,**



## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 📍 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

### **лучше совместно обсудить идею и договориться о средствах выразительности, которые помогут киноповествованию сохранить беспристрастность».**

Что в результате? По словам Дженнифер, фильм стал лучше — более ясным и менее примитивным. Дженнифер наблюдала за тем, как благодаря этому главная героиня меняется и растет как личность. Это простое решение многое изменило в жизни женщины, бесконечно страдавшей от безразличия и пренебрежения.

Фильм и мультиплатформенный проект «Записки о слепоте» Питера Миддлтона и Джеймса Спинни — пример другого подхода к эмансипационному кинематографу. В основу фильма легли аудиозаписи Джона Халла о постепенной потере зрения. Импакт-продюсер Джо-Джо Эллисон стремилась создать произведение, помогающее зрителям понять, что такое слепота, побороть их страхи и предубеждения, сблизить зрячих и незрячих. Эту же цель преследовал и сам Халл, когда решил поделиться своей историей.

Именно поэтому, приступив к работе над «Записками о слепоте», члены творческой команды решили, что фильм о личном опыте незрячего человека должен быть доступен для всех зрителей — особенно для тех, кто сам столкнулся с потерей зрения, — включая имеющих проблемы со слухом. Авторы сделали все, чтобы «Записки о слепоте» стали самым доступным фильмом в истории кинематографа, и доступ к киноконтенту воспринимался как неотъемлемое право человека.

С самого начала они тесно взаимодействовали с сообществом незрячих, организовали ряд фокус-

групп, сотрудничали как с дистрибьюторами, так и с экспертами в области аудиовизуального перевода для создания четырех разных звуковых дорожек. Их маркетинговая и просветительская кампания включала в себя следующее:

— **Масштабная программа общественных мероприятий и показов**, в том числе предпоказов с элементами виртуальной реальности, стереозвуком и 3D-изображением, что облегчает восприятие многослойных звуковых образов.

— **Приложение для доступного кино** (разработано в партнерстве с MovieReading), благодаря которому пользователи впервые получили персонализированные тифлокомментарии к британским фильмам. Незрячие и слабовидящие смогли приобрести уникальный инклюзивный опыт похода на обычный киносеанс в компании зрячих друзей и родственников.

— **Концепция**, позволившая кинематографистам создавать фильмы для этой ранее не охваченной аудитории: делать доступной аудио- и визуальную информацию на экране и обеспечивать физическую возможность посещать кино.

— **«Руководство по доступному кинематографу»**, призванное рассказывать будущим кинематографистам о творческом потенциале доступного кино, просвещать спонсоров и сотрудников образовательных учреждений, способствовать формированию передовых практик и повышению отраслевых стандартов в области доступного кинематографа.



## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 📍 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Сотрудничество с этим сообществом помогло выявить наиболее креативные подходы к съемкам доступных фильмов и предложить зрителям с нарушениями зрения разнообразную и интересную кинопродукцию. Люди с сенсорными нарушениями смогли принять полноценное участие в кинопоказе.

Проект стал важным экспериментом, который позволил по-новому подойти к вопросу доступности кино и помог индустрии в целом сделать ценные выводы. Вот главный из них: у доступного кино есть солидная аудитория.

Создание высококачественного аудиовизуального перевода помогает иностранцам и зрителям с сенсорными нарушениями не только увидеть фильм, но и эмоционально включиться в просмотр. Коллектив разработал [«Руководство по доступному кинематографу»](#), чтобы систематизировать свой опыт и поддержать кинематографистов и других специалистов, с самого начала планирующих производственный процесс с точки зрения доступности продукта. Такой подход делает киноиндустрию более инклюзивной, привлекает новую аудиторию и будущих инициаторов изменений.

Скачайте «Руководство по доступному кинематографу» [здесь](#).

Безусловно, это масштабные, впечатляющие примеры. Мы надеемся, что они не отпугнут вас, а, наоборот, станут источником вдохновения. Задача кинематографиста — не в создании медиацентра, доступной инфраструктуры и прочего. Вот что требуется от вас:

1. При планировании импакта учесть все упомянутые его виды, особенно те, что являются основными для вашего фильма.
2. Внимательно отнестись к своему влиянию и своим привилегиям, а также к тому, какую роль они играют в производственном процессе и кампании.
3. Непредвзято оценить, что получается, а что нет. Поделиться своими выводами.

Лучше всего, если мы объединим усилия с другими представителями отрасли и с движениями, интересы которых могут совпадать с нашими, чтобы кинематограф и другие средства достижения социального эффекта служили борьбе с репрессивными системами (а не поддержанию их).

Следующая глава будет посвящена разработке вашего стратегического плана. Это очередной шаг к достижению поставленной вами цели.



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

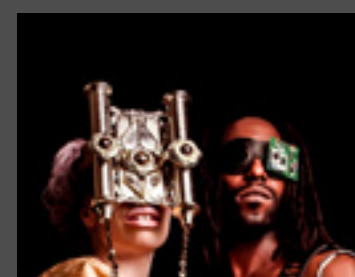
📍 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## Копайтесь дальше

### Дополнительные материалы к главе 2.6

#### ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА



Не только инклюзивность: истории борьбы за равноправие [medium.com/@michele0608/beyond-](https://medium.com/@michele0608/beyond-inclusion-building-narratives-of-liberation-42ccd1a3cd77)

[inclusion-building-narratives-of-liberation-42ccd1a3cd77](https://medium.com/@michele0608/beyond-inclusion-building-narratives-of-liberation-42ccd1a3cd77)

Полный текст речи Мишель Стивенсон.

Коллективный опыт: производство медиаконтента внутри сообществ, на стыке дисциплин и с помощью алгоритмов.

[cocreationsudio.mit.edu](https://cocreationsudio.mit.edu)

Производство Co-Creation Studio Открытой лаборатории документалистики Массачусетского технологического института. Следите за обновлениями на [cocreationsudio.mit.edu](https://cocreationsudio.mit.edu).



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

---

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

---

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

---

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

---

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

---

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

---

📍 **2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА**

---



2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

📍 2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Стратегический план — это постоянно обновляемый документ, отражающий рабочий процесс. Он будет неоднократно меняться во время осуществления проекта, которое может занять годы. Главное — начать. Скачайте Таблицу подготовки стратегического плана и приступайте к работе.

ТАБЛИЦА ПОДГОТОВКИ  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 🎯 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

### 1.

В верхней части таблицы укажите свое импакт-видение.

### 2.

Опираясь на четыре важнейших вида импакта, обсудите и запишите в первый столбец все возможные аспекты проблемы, которые может затронуть ваш фильм. Постарайтесь выявить как можно больше аспектов, пусть даже некоторые будут казаться вам притянутыми за уши — лучше удалить их позже.

### 3.

Тезисно обозначьте, как вы можете повлиять на каждую из перечисленных проблем. На начальном этапе можно, например, вписать одну-две задачи напротив каждой из них. Если с задачами ничего не выходит или вам не очень нравится, что у вас получилось, просто удалите эту строку. Попробуйте задать себе следующие вопросы:

— **Идея фильма:** Какие конкретные проблемы освещает ваш фильм? По возможности тезисно обозначьте проблему, которая легла в основу главного для вашего фильма вида импакта.

— **Цель:** К какому решению проблемы / каким изменениям может привести ваш фильм?

— **Основные инициаторы изменений:** Кто может

осуществить эти изменения? До какой аудитории вы пытаетесь достучаться своим фильмом и кампанией? Можете ли вы заинтересовать кого-нибудь за пределами ожидаемой аудитории?

— **Вид импакта:** На какой социальный эффект вы рассчитываете?

— **Задачи:** Что необходимо осуществить в рамках проекта (либо в самом фильме, либо в том, что с ним связано), чтобы инициатор изменений мог достичь своей импакт-цели — социального эффекта?

### 4.

И наконец, попробуйте определить основной вид импакта. Обозначив проблемы и импакт-цели, расставьте их в порядке приоритетности при помощи следующих вопросов:

— Какие из них максимально способствуют передаче вашего импакт-видения?

— Какие из них лучше отражены в фильме?

Поразмыслите о том, какой порядок приоритетности лучше всего позволяет ответить на эти вопросы. Основным видом импакта — во всяком случае, поначалу — будет тот, что окажется в верхней части списка. А после этого подумайте, какие кинопроекты могут вам помочь.

Далее — пример. Дополнительные примеры [здесь](#).

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 🎯 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

**СКАЧАТЬ**  
ТАБЛИЦУ ПОДГОТОВКИ  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА



### СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ: «НЕВИДИМАЯ ВОЙНА»

**ИМПАКТ-ВИДЕНИЕ:** ПОЛОЖИТЬ КОНЕЦ СЕКСУАЛИЗИРОВАННОМУ НАСИЛИЮ В АРМИИ США. В ОТНОШЕНИИ ЧЕТВЕРТИ ЖЕНЩИН, СЛУЖАЩИХ В АРМИИ, СОВЕРШАЮТСЯ ПРЕСТУПЛЕНИЯ СЕКСУАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

**ОСНОВНОЙ ВИД ИМПАКТА:** СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Единственной политически достижимой реформой является изменение системы, где решения относительно преступлений сексуального характера принимает командование. Без этого никакие изменения, инициируемые на нижних ступенях, не будут жизнеспособными.

**ИМПАКТ-ПЛАН (гипотетический)**

Похожие фильмы: «Черный плавник», «Зона без огня»

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ	ИМПАКТ-ЦЕЛЬ	КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ	ВИД ИМПАКТА	ИМПАКТ-ЗАДАЧИ
Приговоры по изнасилованиям выносятся командованием. Сложившаяся в армии культура является частью проблемы.	Добиться законодательных изменений, который выведут эти преступления из сферы полномочий командования.	Политические элиты страны — Пентагон, Объединенный комитет начальников штабов, президент.	Добиться структурных изменений	<ul style="list-style-type: none"> <li>Показать фильм президенту, министру обороны и членам Объединенного комитета начальников штабов, желательно в присутствии авторов.</li> <li>Наладить отношения с основными политическими фигурами (особенно с республиканцами в Палате представителей) для борьбы за изменения.</li> <li>Использовать контент фильма, чтобы отместить любые отговорки, позволяющие не принимать новое законодательство.</li> </ul>
Изнасилования игнорируются / не-гласно считаются допустимыми в армии.	Инициировать дискуссию в армии, которая положит конец молчанию.	Старшие офицеры на всех уровнях.		<ul style="list-style-type: none"> <li>Избегать антиармейского тона в фильме.</li> <li>Позиционировать фильм как вспомогательный инструмент для армии.</li> </ul>
Общественного давления по данному вопросу не наблюдается.	Существенно повысить осведомленность общества о массовых сексуальных преступлениях в армии.	Журналисты, СМИ.		<ul style="list-style-type: none"> <li>Добиваться максимально широкого освещения проблемы (не обязательно фильма) во всех медиаканалах.</li> <li>Установить и поддерживать личное знакомство с ключевыми журналистами.</li> <li>Побудить других журналистов исследовать проблему.</li> </ul>
Жертвам сексуальных преступлений некуда обратиться, а их жизнь часто оказывается разрушенной.	Создать общенациональное объединение жертв сексуальных преступлений.	Жертвы сексуальных преступлений.		<ul style="list-style-type: none"> <li>Дать импульс для создания общенационального объединения.</li> <li>Способствовать поиску финансирования национального объединения.</li> </ul>

## 2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ?

## 2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ ВИДЕНИЕ?

## 2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

## 2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

## 2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

## 2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ КИНЕМАТОГРАФА

## 🎯 2.7 РАЗРАБОТКА ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

**“Documentarians can take inspiration from successful efforts by other types of creators to incorporate evaluation into the lifecycle of production – and to reconceptualise production as ongoing and iterative service rather than one-time creation.”**

Social Justice Documentary:  
*Designing for Impact* (2011)  
Center for Media & Social

## ПЕРВЫЙ ВАРИАНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

Будьте всегда готовы пересмотреть свой стратегический план. Более того, мы настоятельно рекомендуем делать это по мере реализации вашего проекта. План поможет вам приобщить к процессу новых членов коллектива, услышать новые идеи и определить дальнейшие шаги. В следующей главе мы подробно рассмотрим состав вашего творческого коллектива, инструменты и ресурсы, необходимые для осуществления плана.

## ОТСЛЕЖИВАЙТЕ СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ СРАЗУ

Готовя план, вы получили представление о том, как ваш фильм может изменить мир. Начиная с этого момента, все происходящее указывает вам либо на правильность ваших действий, либо на их неправильность, либо на существование другого подхода, о котором вы пока не задумывались. Разработка стратегического плана — первый шаг к оценке ваших успехов. Теперь вы можете:

— **Собирать информацию.** Точно так же, как вы складываете документы для налоговой декларации в отдельную папку. Собирайте все положительные отзывы, записывайте все показы (желательно с количественной оценкой аудитории), сохраняйте все письма о том, как ваш фильм изменил чью-то жизнь, отмечайте каждый случай, когда местный чиновник упомянул о вашем фильме. Собирайте всё — пригодится, как документы из папки для налоговой. Эта информация дает представление о пути вашего фильма. Сбор лучше начать сразу же,

а не откладывать на потом, чтобы искать ее задним числом.

— **Продолжайте обдумывать и переосмысливать свой стратегический план.** Собранная вами информация говорит, что надо продолжать в том же духе? А может быть, она подсказывает вам другой подход, другую аудиторию, способную понять ценность и значение вашей работы — ту, о которой вы не задумывались раньше? Если да, что вы можете сделать для нее? Все, что происходит в связи с созданием фильма — это повод подумать о стратегии, оценить свой подход и усовершенствовать что-нибудь в процессе работы, а не после ее завершения.

— **Не давайте собранной информации пылиться в папке!** Полученная вами информация будет дополнительным свидетельством того, насколько прочно рассказанная вами история связана с окружающей культурой: это позволит сделать изменения заметными, измеримыми, понятными и устойчивыми. В главе, посвященной **оценке импакта**, подробно говорится о доступных методах оценки и практической работе с **планом оценки импакта**.





2.1 ЗАЧЕМ НУЖНЫ ВИДЕНИЕ  
И СТРАТЕГИЯ?

2.2 КАК СФОРМИРОВАТЬ  
ВИДЕНИЕ?

2.3 РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

2.4 РАЗБЕРИТЕСЬ В ВОПРОСЕ

2.5 ЧЕТЫРЕ ВИДА  
СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

2.6 ЭМАНСИПАЦИОННАЯ РОЛЬ  
КИНЕМАТОГРАФА

📍 2.7 РАЗРАБОТКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОГО  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА

