

**Culture &
Creativity**

EU-Eastern Partnership Programme



РОЗВИТОК КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ

Кристина Фарінья



Програма фінансується
Європейським Союзом



NATIONAL
CENTRE FOR
CULTURE
POLAND



Програма здійснюється консорціумом на чолі з Британською Радою спільно з Фондом Сороса (Молдова),
Національним центром культури Польщі та Гете-Інститутом.

Це дослідження підготовлено за підтримки Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність».

Зміст цього дослідження не відображає офіційну позицію Європейського Союзу. Відповідальність за інформацію та погляди, викладені у дослідженні, несуть виключно її автори.

Це дослідження було опубліковано у грудні 2017 року.

Зміст

1. Резюме	4
Команда та подяки	8
2. Креативні індустрії в ЄС	9
3. Завдання та методологія	12
4. Розвиток культурних та креативних індустрій — регіональний аналіз та детальний огляд ситуації в Україні	14
4.1 Короткий аналіз ситуації в країні	14
4.2. Визнання транссекторального характеру ККІ	16
4.3 Створення стратегій та платформ залучення громадськості	22
4.4 Нарощування потенціалу нових креативних хабів	25
4.5 Збільшення доступу до конкретного фінансування та підтримки	30
4.6 Покращення навичок та освіти з креативного підприємництва	33
4.7 Розширення аудиторії та ринків	37
4.8 Заохочення інтернаціоналізації та співпраці	39
5. Рекомендації для розвитку культурних та креативних індустрій в Україні	45
5.1 Нормотворча діяльність, залучення широкого кола учасників і платформ	45
5.2 Інфраструктура, фінансування та нормативна база	47
5.3 Навички, аудиторія та ринки	50
5.4 Інтернаціоналізація та співробітництво	52
Додаток А: Список використаної літератури	54
Додаток В: Список учасників семінарів, інтерв'ю та відвідувань об'єктів	57

1. РЕЗЮМЕ

Культурні та креативні індустрії (ККІ) визнаються ЄС та інтегруються в його політичні документи та програми протягом більше десяти років. ЦЕЙ ЗВІТ ДАЄ ЗАГАЛЬНЕ УЯВЛЕННЯ ПРО КУЛЬТУРНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В ШЕСТИ КРАЇНАХ ЄС-СХІДНОГО ПАРТНЕРСТВА: ВІРМЕНІЯ, АЗЕРБАЙДЖАН, БІЛОРУСЬ, ГРУЗІЯ, МОЛДОВА ТА УКРАЇНА, а також, що особливо важливо, надає огляд завдань, проблем та особливих рекомендацій для ККІ України з урахуванням особливостей країни.

Основні загальні можливості України включають:	Основні загальні завдання та проблеми України включають:
<ul style="list-style-type: none"> > Динамічний розвиток стартапів та висококваліфікованої робочої сили у галузі ІТ сприяють розвитку креативної економіки. > Нещодавнє надання Україні безвізового режиму з ЄС, що дозволяє вільне пересування та обмін. > Поточний процес децентралізації забезпечує можливості для розвитку нової соціально-культурної структури на місцевому рівні. > Все більшої популярності набуває рух «Зроблено в Україні», а уряд зосереджує увагу на підтримці «національного культурного продукту» та популяризації української мови як офіційної. > Зростання ролі громадянського суспільства в активізації життя громад та сприяння залучення населення в галузі культури. 	<ul style="list-style-type: none"> > Потенціал цифрових технологій не повністю враховується при розробці стратегій, зокрема для децентралізації та демократизації доступу до культурної продукції. > Низькі темпи реформ із децентралізації через відсутність можливостей на місцевому рівні та ризик не інтегрувати ККІ у місцевий та регіональний розвиток. > Поточний українсько-російський територіальний та збройний конфлікт на Сході відбирає ресурси та живить націоналізм на шкоду культурному розмаїттю. > Брак довіри між владою та незалежним громадянським суспільством перешкоджає процесу демократизації.

Конкретні можливості, завдання і проблеми

1. Визначаючи транссекторальний характер ККІ в Україні

Можливості	Завдання і проблеми
<ul style="list-style-type: none"> > Розвиток ККІ є одним із пріоритетних напрямків «Довгострокової національної стратегії розвитку культури до 2025 року». У 2016 році Міністерство культури створило відділ проблем розвитку культурних і креативних індустрій. > Розвиток кінематографу є одним із 	<ul style="list-style-type: none"> > ККІ не розглядаються владою як пріоритетна сфера для загального розвитку країни. Законопроект щодо розвитку національної культурної продукції повинен бути інтегрований у більш широкий план розвитку креативної економіки. > Відсутність співпраці між центральними та місцевими

<p>пріоритетів у сфері просування національної культурної продукції.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Нещодавнє створення Українського інституту книги для підтримки зростання галузі. > Постійна децентралізація створює умови для місцевої влади інвестувати у сектор культури та креативності. > Система індикаторів впливу культури на розвиток ЮНЕСКО показує відповідний внесок ККІ до економічного зростання та соціального розвитку в Україні. 	<p>органами влади у сфері культури.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Припинено політичні ініціативи щодо розвитку аудіовізуальної та кінематографічної продукції. > Брак синергії між ІТ та більш широкими креативними спільнотами.
--	---

2. Створення стратегій та платформ залучення громадськості

Можливості	Завдання і проблеми
<ul style="list-style-type: none"> > Демократичний колективний процес розробки національної довгострокової культурної стратегії «Культура до 2025 р.» охопив широку спільноту ККІ. > Виникнення професійних платформ, що сприяють залученню через ККІ. 	<ul style="list-style-type: none"> > Брак комунікації між широкою спільнотою ККІ перешкоджає чіткому представництву усіх зацікавлених сторін та адвокації. > У межах колективного процесу розробки «Культури до 2025 р.» не було створено постійного каналу комунікації та структури робочої співпраці між ККІ та органами влади.

3. Нарощування потенціалу нових креативних хабів

Можливості	Завдання і проблеми
<ul style="list-style-type: none"> > Зростаюча сцена нових креативних хабів та інших супутніх проектів по всій країні, що відповідають реальним потребам підприємців. 	<ul style="list-style-type: none"> > Фрагментація існуючої спільноти креативних хабів. > Брак підтримки креативної спільноти для доступу та використання нових майданчиків. > Культурні установи вимагають нових управлінських та бізнес-моделей, щоб виступати у якості координаційних центрів для експериментів та демонстрації.

4. Зменшення доступу до конкретного фінансування та підтримки

Можливості	Завдання і проблеми
<ul style="list-style-type: none"> > Нещодавнє заснування Українського фонду культури впроваджує нову конкурентну систему фінансування. > Виникнення низових ініціатив із залучення коштів для розвитку соціальних та креативних інновацій та 	<ul style="list-style-type: none"> > Відсутність державних стимулів та сприятливої правової бази для сприяння комерційного розвитку в ККІ, а також необхідність зробити спонсорство та інвестиції привабливішими.

<p>підприємництва.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Удосконалення умов кіноіндустрії, включно з нормами оподаткування виробництва національного кіно (2015 р.). > Активна сцена IT-стартапів виступає у якості першопрохідця, який поступово сприяє полегшенню процесуальних норм, пов'язаних із комерційним розвитком. > Впровадження законів стосовно громадського мовлення та сприяння створенню умов прозорості володіння ЗМІ (2015 р.). 	<ul style="list-style-type: none"> > Відсутність спеціалізованих служб підтримки та альтернативних джерел фінансування для креативних організацій. > На українських екранах домінують іноземні фільми, а місцеві в українських кінотеатрах йдуть рідко. > Недостатня обізнаність та управління авторським правом. > Відсутність прозорості та соціокультурного розмаїття у ЗМІ. > Обсяг санкцій проти російського контенту та фахівців ЗМІ вважається надто обмежувальним.
--	--

5. Покращення креативної підприємницької освіти та навичок

Можливості	Завдання і проблеми
<ul style="list-style-type: none"> > Виникнення низових відкритих платформ для сприяння неформальному навчанню та підвищенню кваліфікації. > Вищі навчальні заклади, особливо бізнес-школи, пропонують програми з нових ККІ та їхнього управління. > Створення освітнього центру моди після успіху тижня моди Mercedes-Benz Kiev Fashion Days. 	<ul style="list-style-type: none"> > Брак стратегічних та управлінських навичок серед фахівців ККІ у державному та неурядовому секторах, що перешкоджає їхньому організаційному та бізнесовому розвитку. > Популяризація креативності та підприємництва в освітніх навчальних закладах відсутня.

6. Розширення аудиторії та ринків

Можливості	Завдання і проблеми
<ul style="list-style-type: none"> > Розширення асортименту місцевих магазинів та підвищення інтересу до них відкриває нові можливості для українських брендів. > Поява стратегій розширення аудиторії серед деяких культурних та художніх закладів. 	<ul style="list-style-type: none"> > Низький рівень споживання культурної продукції та участі в культурі демонструє розрив між пропозицією та попитом на ринку креативної економіки. > Результати діяльності ККІ направлені на професіоналів, тоді як відносинами з ринком часто нехтують.

7. Заохочення інтернаціоналізації та співпраці

Можливості	Завдання і проблеми
<ul style="list-style-type: none"> > У 2015 році Україна приєдналася до програми «Креативна Європа». > Організація та активізація роботи Національного бюро «Креативна 	<ul style="list-style-type: none"> > Брак навичок та ноу-хау у спільноті ККІ для налагодження зв'язків та збору коштів на міжнародному рівні, зокрема, для максимального використання потенціалу програми

Європа».

- > Позитивна діяльність із просування України на міжнародному рівні.
- > Успішна участь українських міст у програмі «Міжкультурних міст» Ради Європи.
- > Участь у Кубку креативного бізнесу Creative Business Cup (Копенгаген).
- > Фестивалі слугують координаційними центрами для професійного розвитку та просування сектора.

«Креативна Європа».

- > Необхідність суворішого дотримання законодавства ЄС стосовно аудіовізуальних матеріалів перешкоджає повній участі в підпрограмі «Медіа» програми «Креативна Європа».
- > Процес приєднання до мережі Eurimages, що триває і досі, не був завершений.
- > Незавершене обговорення законодавства щодо сертифікації національної продукції / фільмів перешкоджає спільним міжнародним проектам.
- > Непродумана та фрагментована підтримка міжнародної мобільності перешкоджає довготривалій підтримці міжнародних зв'язків та партнерських відносин.
- > Відсутність стратегії культурної дипломатії, що б об'єднала широке коло ККІ.

Рекомендації щодо розвитку ККІ в Україні

1. Нормотворча діяльність, залучення широкого кола учасників і платформи.

- > *Визнати роль культури та креативності у розвитку та прийняти ширше бачення ККІ.*
- > *Підвищувати рівень обізнаності щодо ККІ та розробити план сталого розвитку на всіх рівнях влади.*
- > *Підтримувати налагодження партнерств у межах ККІ та посилити зв'язок з сектором ІТ.*

2. Інфраструктура, фінансування та нормативна база

- > *Налагоджувати зв'язки та підтримувати розвиток необхідної інфраструктури та креативних хабів.*
- > *Підтримувати сприятливу екосистему та нормативну базу для ККІ.*

3. Навички, аудиторія та ринки

- > *Сприяти креативності та підприємницьким навичкам у системі освіти на всіх рівнях.*
- > *Залучати та просувати ККІ серед широкої аудиторії.*

4. Інтернаціоналізація та співробітництво

- > *Просувати українські таланти та творчість у всьому світі.*
- > *Забезпечувати ресурси для міжнародного співробітництва та торгівлі.*

Команда та подяки

Кристина Фарінья (Cristina Farinha), старший експерт (Португалія), автор.

Микола Скиба, молодший експерт (Україна), національний радник та співавтор.

Щиро дякуємо всім тим, хто щиро та компетентно сприяв підготовці шести доповідей про культурні та креативні індустрії у всіх країнах Східного партнерства. Від Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність»: дякуємо Рагнару Сіілу (Ragnar Siil), який організував та керував усім процесом, Тіму Вільямсу (Tim Williams) за важливу аналітичну інформацію та Наталії Шостак, українській координаторці Програми, за цінну допомогу у виїздах на об'єкти, а також надання та перевірку актуальної інформації. У всіх шести країнах Східного партнерства: дякуємо всім зацікавленим сторонам із різних галузей, які сумлінно брали участь у нарадах та семінарах, а також керували нашими візитами (див. перелік в Додатку В). І, нарешті, ми хочемо подякувати всім колегам та друзям, які з ентузіазмом пропонували посилання для натхнення, цікаві випадки та поради.

2. КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В ЄС

Культурні та креативні індустрії (ККІ) визнаються ЄС та інтегруються в його політичні документи¹ та програми протягом більше десяти років. Креативна економіка — ширший сектор, який виходить за рамки традиційних мистецьких та культурних галузей та включає більшу кількість взаємопов'язаних видів діяльності та підгалузей — має потенціал, який визнається іншими міжнародними організаціями, такими як Рада Європи, різні організації² системи ООН, а також національними, регіональними та місцевими органами влади та установами у всьому світі.

До цього спроможність сектора формувати неринкові цінності довго розглядалася з точки зору символічних, нематеріальних та освітніх аспектів. Останнім часом зростає розуміння того, що цей сектор може безпосередньо чи опосередковано впливати на економіку, покращуючи її показники та створюючи робочі місця, стимулюючи інновації та сприяючи соціальному та сталому розвитку.

Дослідження та дані, зібрані в усьому світі, підтверджують це припущення. Згідно з показниками за 2011 рік, у ЄС частка основних креативних галузей у ВВП за доданою вартістю склала 558 млрд. євро — приблизно 4,4% від загального європейського ВВП.³ Ці галузі забезпечують приблизно 8,3 млн. повних робочих місць в еквіваленті повної зайнятості або 3,8% від загальної кількості робочих місць у Європі. Статистика також показує, що у більшості ККІ частка молодих працівників вища, ніж у решті частини економіки, і цей сектор виявився дуже стійким порівняно з іншими під час економічної та фінансової кризи 2008 року в Європі. Глобальні економічні дані на 2013 рік⁴ показують, що Європа є лідером у цьому секторі та стає каталізатором розвитку. На ККІ припадає 3% світового ВВП (2 250 млрд. дол. США доходів); вони забезпечують 29,5 млн. робочих місць у всьому світі.

Незважаючи на зростаюче визнання, розвиток ККІ сповільнюється через те, що вони охоплюють різні сфери регулювання, зокрема культуру, освіту, економічний та міський / регіональний розвиток. В останні роки дебати про роль ККІ в ЄС зосереджувались на таких ключових питаннях:

- > **Включення ККІ у стратегічну програму ЄС, спрямовану на розвиток цілісної екосистеми Європи.** ККІ в основному залишалися відсутніми та неохопленими у стратегії ЄС-2020⁵. На вищому рівні деякі інституції ЄС визнають роль культури у досягненні Цілей сталого розвитку (Sustainable Development Goals) та вживають зусилля щодо розгляду культури як одного

¹ Наприклад, Повідомлення про пропаганду культурних і креативних галузей для сприяння розвитку та покращення рівню працевлаштування в ЄС (2012 р.), Повідомлення про культурну спадщину (2014 р.) та Резолюція Європейського Парламенту щодо послідовної політики ЄС щодо культурних та креативних індустрій (2016 р.).

² ЮНЕСКО — спеціалізована установа Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури; ЮНКТАД — Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку; ПРООН — Програма розвитку ООН.

³ «Внесок креативних індустрій до економіки ЄС з точки зору ВВП та робочих місць», Tera Consultants (2014 р.).

⁴ «Часи культури: перша глобальна карта культурних і креативних індустрій», Ernst & Young (2015 р.); CISAC — Міжнародна конфедерація творців авторів і композиторів.

⁵ https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en

з ключових факторів для реалізації Порядку денного для сталого розвитку на період до 2030 року (2030 Agenda for Sustainable Development). ЄС потрібно зробити подальші кроки у визнанні ККІ та інвестувати у них, а також виявити їхній потенціал для сприяння економічному розвитку та рівню зайнятості, потенціал виступати каталізатором інновацій і стати ключовим елементом глобальної конкуренції та «м'якої сили». Інновації, підприємництво та ККІ були офіційно визначені як взаємопов'язані теми⁶ в програмах ЄС, таких як програма з досліджень та інновацій «Горизонт 2020», програма COSME для малих та середніх підприємств (включаючи «Еразмус для молодих підприємців»), Start-up Europe, «Еразмус +», «INTERREG — територіальне співробітництво» та фондах, спрямованих на зміцнення економічної та соціальної згуртованості ЄС.

- > **Інтеграція конкурентної переваги ККІ з регіональними стратегіями «розумної спеціалізації» для регіонального та соціально-економічного розвитку та інновацій.** ККІ мають здатність взаємодіяти з іншими видами діяльності, що часто призводить до агломерації та кластеризації і сприяє високій частці доданої вартості на місцевому рівні. Кілька регіонів ЄС спрямовують свої структурні та сукупні фонди на ККІ, особливо для планування активів, мобілізації ресурсів, організації стратегічних партнерств та кластерів та вдосконалення інфраструктури та послуг.
- > **Визнання стратегічної значимості ККІ для політик з містобудування, зокрема через ініціативу «Культурні столиці Європи» (КСЄ).** Міста завжди були місцями, де митці та інші люди творчих професій знаходять себе та досягають успіху. Нові креативні хаби, платформи, де професіонали можуть творити, зустрічатися, співпрацювати та демонструвати свої роботи, стають каталізаторами відродження міст, надаючи нові функції покинутим промисловим районам або незайнятим будівлям, а з ними приходять і супутні служби та підприємства. КСЄ, давня провідна ініціатива ЄС, перетворилася з міжнародної художньої та культурної програми на більш структурну ініціативу, яка заохочує міста включати культурний розвиток та ККІ до їхніх стратегій розвитку. КСЄ поєднують європейську співпрацю та культуру із зацікавленими сторонами у сфері інновацій, туризму та містобудування.
- > **Включення ККІ до інноваційних та науково-дослідних програм.** Потенціал ККІ для сприяння інноваційним процесам визнається та підтримується ще не повною мірою. З 2010 року Інноваційний Союз (провідна ініціатива «ЄС-2020»)⁷ підкреслив, що на інновації все більше впливають нетехнологічні фактори, такі як креативність, дизайн, брендинг та нові організаційні процеси. В ініціативі також зазначено важливість інноваційних процесів, що спрямовуються користувачем, а також ролі ККІ у встановленні змістовних відносин та зв'язків із аудиторією та громадянами.
- > **Стимулювання супутніх ефектів та впливу на інші галузі промисловості та суспільства.** ККІ займають стратегічну позицію, що дозволяє їм мати супутній ефект на інші сектори та галузі, оскільки вони пов'язані як з мистецтвом, так і з наукою та технологіями. Навички у галузі культури та

⁶ «Міжгалузеве співробітництво у сфері культури та креативності для стимулювання інновацій, економічної стабільності та соціальної інтеграції» (2015 р.).

⁷ Європейська Комісія (2010 р.), Повідомлення про флагаманську ініціативу «Інноваційний Союз „Europe-2020“».

креативності можуть бути цінними для інших професійних областей: ККІ можуть забезпечувати контент для ІТ, впливати на розвиток туризму та інтегруватися у кілька ланцюжків створення цінності, зокрема, пов'язаних з виробництвом та високотехнологічними галузями. Цей каталітичний потенціал також є ресурсом для соціальних інновацій, охорони здоров'я та вирішення соціальних завдань, зокрема, проблем екології. Для полегшення цього міжгалузевого розвитку, а також заохочення кластерів, де можуть співпрацювати різні зацікавлені сторони, необхідно руйнувати бар'єри та сприяти співпраці між різними галузями політики.

- > **Підвищення потенціалу для реалізації нових можливостей, які цифрові технології вносять у ланцюжки створення цінності ККІ.** Швидкий розвиток цифрових технологій робить Інтернет основним ринком, що все більше ускладнює ланцюжки створення цінності у креативних галузях. Це означає, що ККІ повинні постійно опановувати нові навички та адаптувати свої схеми отримання вигоди. ІТ також відкривають для ККІ нові можливості, пов'язані з бізнес-моделями та більш прямими формами взаємодії з аудиторією на основі спільного творення та подальшого залучення користувачів. ЄС здійснює моніторинг цифрових змін у креативних ланцюжках створення цінності задля вирішення можливих проблем, пов'язаних з дисбалансом ринку, а також нарощення потенціалу та сприяння розмаїттю контенту та способів самовираження.
- > **Покращення доступу до фінансування, зокрема, за рахунок нового гарантійного фонду ЄС.** Недостатній доступ до різноманітних джерел фінансування є найбільшою перешкодою для ККІ. Програмою «Креативна Європа» (2014-20 рр.) передбачено виділення 121 млн. євро для фінансового механізму страхування фінансових посередників (наприклад, банків), які надають позики для ініціатив ККІ. Для фінансових посередників також будуть організовані навчальні програми для кращого розуміння потреб проектів ККІ.
- > **Сприяння розвитку міжнародних мереж та альянсів з креативними хабами та підприємцями** — Європейська мережа креативних хабів⁸ та платформа Creative Tracks⁹. Європейська Комісія підтримує два пілотних проекти, спрямовані на створення Європейської мережі креативних хабів та міжнародної платформи молодих креативних підприємців Creative Tracks. Ці пілотні проекти створюють спільноти, програми підготовки між спеціалістами одного рівня, координаційні платформи та конкурси, поширюючи інформацію та просуваючи зустрічі, а також пропонують загальний майданчик для структур підтримки по всьому світу, щоб ділитися досвідом та навчатися один від одного.
- > **Якісне та кількісне розуміння впливу ККІ — Cultural and Creative Cities Monitor¹⁰.** Європейська Комісія спільно з Евростатом (бюро статистики ЄС) та її державами-членами, а також міжнародними організаціями, такими як ЮНЕСКО та ОЕСР, працюють над удосконаленням та гармонізацією міжнародного збору даних та аналізу внеску ККІ в економіку і суспільство в цілому. Зростає потреба у подальшому інвестуванні у нові методи оцінки якісних результатів діяльності ККІ. Розглядаються інші методи збору

⁸ <http://creativehubs.eu>

⁹ <http://www.creativetracks.org>

¹⁰ <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/>

інформації, наприклад, сторітелінг та інтерв'ю. У 2017 році Європейська Комісія та Об'єднаний дослідницький центр запустили рейтинг культурного і креативного потенціалу європейських міст Cultural and Creative Cities Monitor. Ця платформа здійснює мапування та моніторинг активів ККІ у вибраних містах (наразі — 168) та систематично оцінює їхню кількісну та якісну цінність і вплив із можливістю порівняння. Цей інструмент є кроком для підтримки зусиль, спрямованих на те, щоб поставити культуру в центр містобудівних планів та розробити нові способи аналізу та отримання фактичних даних для ККІ.

- > **Визначення ролі ККІ у зовнішніх відносинах ЄС у відкритті нових ринків та сприянні сталому розвитку та культурному розмаїттю в усьому світі.** Рада ЄС нещодавно прийняла рішення, які схвалюють повідомлення Європейської Комісії¹¹ щодо нового стратегічного підходу ЄС до міжнародних зв'язків у галузі культури. Визнаючи провідну роль Європи у секторі ККІ, це рішення сприятиме створенню середовища для ККІ для подальшого економічного зростання та підвищення рівня зайнятості, підтримуватиме виробництво культурної продукції як стимул для туризму та розвитку, одночасно відкриваючи нові канали комунікації, міжкультурного діалогу та миротворчої діяльності.

3. ЗАВДАННЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ

Цей звіт дає загальне уявлення про культурні та креативні індустрії¹² в шести країнах ЄС-Східного партнерства: Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Грузія, Молдова та Україна, а також, що особливо важливо, надає огляд завдань, проблем та особливих рекомендацій для ККІ України з урахуванням особливостей країни.

Завдання полягає у тому, щоб проаналізувати поточний стан ККІ у цих країнах, визначити їхні основні проблеми та можливості, скласти рекомендації, визначити напрями діяльності і подальші кроки, які необхідно зробити. Цей підхід має на меті вихід за рамки простої роботи з відповідальними за визначення політик особами на національному та європейському рівні. Він призначений для всіх тих, хто зацікавлений у різноманітній екосистемі ККІ та планує працювати з нею у майбутньому. Основними цільовими групами є: відповідальні за визначення політик особи та органи влади з регіону Східного партнерства на всіх рівнях — національному, регіональному та місцевому — європейські та міжнародні колеги, різноманітні галузеві фахівці з усіх дисциплін та підгалузей, їхні організації, підприємства та установи, а також всі зацікавлені сторони, зокрема, зі сфери освіти та бізнесу, пов'язані з програмою розвитку ККІ.

¹¹ Європейська комісія (2016 р.), «До стратегії ЄС щодо міжнародних відносин у галузі культури».

¹² Крім того, в рамках Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» підготовлені підгалузеві доповіді для кожної країни для збору додаткової конкретної аналітичної інформації щодо культурної спадщини, аудіовізуального контенту / кіно, виконавської діяльності та літератури. Крім того, дізнавшись, що думають у регіонах з приводу розвитку ККІ, можна впровадити актуальний процес розробки моделі креативного міста / регіону в кожній із шести країн: Сісіан (Вірменія), Шамкір (Азербайджан), Світлогорськ (Білорусь), Мцхета-Мтянети (Грузія), Орхей (Молдова) і Косів (Україна). І, нарешті, Програма започаткувала ініціативу розробки культурних індикаторів, що реалізується в більшості країн Східного партнерства і надасть огляд культурного, економічного та соціального внеску ККІ. Більш детальну інформацію можна знайти на сайті <http://www.culturepartnership.eu/>.

Що стосується сфери застосування ККІ у контексті цього звіту, термін «культурні та креативні індустрії» охоплює широкий та динамічний спектр дисциплін або підгалузей, які є різними для кожної країни. Ці дисципліни постійно розвиваються та взаємодіють, тому неможливо надати жорсткі визначення та визначити чіткі поняття, однак для підготовки цієї доповіді були використані такі посилання:

- а) Вихідною точкою вважається концепція культурних та креативних галузей, викладена у постанові¹³ про заснування програми «Креативна Європа». Вона включає в себе широке визначення, яке охоплює всю діяльність, що базується на культурних цінностях та/або художньому та іншому творчому вираженні, включаючи, зокрема, архітектуру, архівну справу, бібліотеки та музеї, художні ремесла, аудіовізуальні матеріали (включаючи кіно, комп'ютерні ігри, мультимедіа та телебачення), матеріальну та нематеріальну культурну спадщину, дизайн (включаючи дизайн одягу), музику та літературу, виконавське мистецтво, видавничу справу, радіо та образотворче мистецтво.*
- б) Культурне та креативне вираження є різним для кожної країни. У кожній із шести країн Східного партнерства можна розглянути інші види супутньої діяльності, якщо вони демонструють потенціал, наприклад ІТ, медіа та ЗМІ, комунікації та реклама, мода та предмети розкоші, гастрономія, виноробство та культурний туризм.*
- в) У цій доповіді основна увага зосереджена на тому, як сприяти та покращити умови для розвитку дисциплін, підгалузей та видів діяльності в рамках ККІ, які є здатними до розширення та/або генерування доходів, сталого розвитку та безпосередньо сприяють економічному зростанню та підвищенню рівню зайнятості.*

За планом, процес підготовки звіту тривав понад півроку, з осені 2016 року до весни 2017 року. Робота на місцях проводилася на базі активних місій до шести столичних регіонів (в Україні також працювали у Львові). У межах цих поїздок на місця відбувалися інтерв'ю, зустрічі та обговорення з основними зацікавленими сторонами, в тому числі відповідальними за створення політик особами, представниками творчих професій та креативними організаціями, індивідуально та в рамках групових семінарів. Місія також включала відвідування креативних хабів, місць проведення заходів та культурних установ. Збір даних та зворотній зв'язок доповнювалися аналітичними дослідженнями існуючої літератури та матеріалів.

Хоча країни Східного партнерства мають багато спільного, у них також є значні відмінності. Ці країни стикаються з багатьма спільними проблемами у розробці своїх програм для ККІ, тож хоча спільні заходи можуть піти їм на користь, вони можуть реалізувати їх по-різному. Цей звіт визначає основні проблеми та можливості розвитку ККІ в Україні. Багато проблем та завдань є такими ж, як і у багатьох інших країнах (і їх регіонах), у тому числі в інших частинах Європи та Європейського Союзу. Оскільки ККІ пов'язані з новою економікою на основі талантів / людських ресурсів та креативності, розвиток цих галузей вимагає створення цілісної екосистеми. Готових рішень не існує.

¹³ Стаття 2, Глава I Регламенту (ЄС) № 1295/2013 Європейського Парламенту та Ради від 11 грудня 2013 р. про заснування програми «Креативна Європа» (2014-2020 рр.).

Для кожної проблеми та завдання у звіті пропонуються приклади з країн ЄС. Приклади включають як довготривалі ініціативи, які добре себе зарекомендували, так і щойно розпочаті нові проекти, які ще не можливо оцінити в повній мірі. Ці приклади¹⁴ з інших країн наведені для натхнення; у них задіяні методи, які можуть бути скопійовані за умови необхідної місцевої адаптації та / або слугувати вихідною точкою для країн Східного партнерства для аналізу та подальшої розробки власних оригінальних рішень. Рекомендації щодо сприяння розвитку галузі представлені на короткострокову та середньострокову перспективу.

4. РОЗВИТОК КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ — РЕГІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТА ДЕТАЛЬНИЙ ОГЛЯД СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ

4.1 Короткий аналіз ситуації в країні

Можливості

- > *Динамічний розвиток стартапів та наявність висококваліфікованої робочої сили у галузі ІТ сприяють розвитку креативної економіки.*

Наявність висококваліфікованих фахівців зробила Україну одним з лідерів аутсорсингу в сфері інформаційних технологій¹⁵, зокрема в Києві, Харкові та Львові. ІТ-сфера є динамічною; спостерігається сплеск таких організацій підтримки, як Startup Ukraine та інноваційний парк UNIT.City, які надають підприємцям необхідні послуги та доступ до ресурсів та меценатам-інвесторам, організують численні заходи, а також надають коворкінгові платформи.

- > *Нещодавнє надання Україні безвізового режиму з ЄС, що дозволяє вільне пересування та обмін.*

Нещодавня лібералізація ЄС візового режиму для короткочасного перебування громадян України забезпечує вільний рух та взаємодію з ЄС, а також є результатом успішної реалізації Україною різноманітних реформ, що фінансуються ЄС.

- > *Поточний процес децентралізації забезпечує можливості для розвитку нової соціально-культурної структури на місцевому рівні.*

Поточний процес децентралізації становить можливість відновити культурний сектор на всій території країни, зокрема, його інфраструктуру та моделі управління. Деякі спільні підходи вже використовуються, що призводить до наближення процесів прийняття рішень до громадян (наприклад, бюджетування за участю громадськості, громадські проекти та петиції).

¹⁴ Були обрані приклади, які найкраще підходять для аналізу проблем та завдань; вони підбиралися на основі друкованих матеріалів та знань фахівців.

¹⁵ Дані, опубліковані Liga.net, свідчать про те, що у 2016 р. внесок ІТ-сектору до ВВП України склав близько 3,3%, у Харкові сконцентровано 40% усіх аутсорсингових ресурсів в Україні, а у Львові внесок ІТ-сектору до ВВП міста склав 14,4%.

- > *Все більшої популярності набуває рух «Зроблено в Україні», а уряд зосереджує увагу на підтримці «національного культурного продукту» та популяризації української мови як офіційної.*

Після Євромайдану попит на українську продукцію зріс. Водночас, Міністерство культури розробляє законопроект про національну культурну продукцію, який сприятиме створенню, розподілу та споживанню національної культурної продукції. Одним з основних завдань також є пропагування української мови у всіх сферах життєдіяльності з метою створення українського культурного простору.

- > *Зростання ролі громадянського суспільства в активізації життя громад та сприяння залучення населення в галузі культури.*

Останніми роками виникла низка низових громадських ініціатив та організацій, які продовжують мати величезний вплив на розвиток моделей колективної участі у нормотворчій діяльності, а також на лідерство, самоорганізацію та зміцнення довіри в Україні.

Завдання і проблеми

- > *Потенціал цифрових технологій не повністю враховується при розробці стратегій, зокрема для децентралізації та демократизації доступу до культурної продукції.*

Відповідальні за створення політик особи та установи як на національному, так і на місцевому рівні не в повному обсязі визнають значний вплив, який можуть мати цифрові технології на загальний розвиток країни. Крім того, нинішні низькі витрати на культуру в країні¹⁶ — 0,66% — не включають аналіз того, як цифрові засоби можуть позитивно вплинути на споживання та участь у культурі. Політики та зацікавлені сторони в галузі культури повинні враховувати зміни у креативних ланцюжках створення цінності через ІТ, щоб максимально використати ці нові можливості.

- > *Низькі темпи реформ із децентралізації через відсутність можливостей на місцевому рівні та ризик не інтегрувати ККІ у місцевий та регіональний розвиток.*

Процес реформування триває довше, ніж очіувалося, через брак знань, умінь і ресурсів, наявних на місцевому рівні. Цей процес вимагає отримання навичок та розвитку потенціалу на організаційному, фінансовому та кадровому рівнях у місцевих органах влади та громадах. Культура та ширші ККІ повинні мати пріоритет у політичних програмах та у процесі модернізації.

- > *Поточний українсько-російський територіальний та збройний конфлікт на Сході відбирає ресурси та живить націоналізм на шкоду культурному розмаїттю.*

Конфлікт на Донбасі та анексія Криму Російською Федерацією відбирають ресурси, відтягують увагу та призводять до переїздів та перебазувань. Триваючий активний конфлікт перешкоджає стабільним інвестиціям до ККІ, які

¹⁶ Технічний звіт по Україні та Аналітичний огляд України, «Система індикаторів впливу культури на розвиток ЮНЕСКО», 2017 рік.

вважаються менш важливими. Конфлікт підкреслює розбіжності та загрожує намірам позиціонування України як демократичної країни з культурним розмаїттям.

- > *Брак довіри між владою та незалежним громадянським суспільством перешкоджає процесу демократизації.*

Прірва між владою та громадянами, а також між державними установами культури та незалежною сценою успадкована від радянських часів. Це заважає діячам культури та представникам творчих професій розглядати Міністерство та органи влади як платформи, які представляють їхні інтереси, здатні згуртувати незалежну сцену для участі в розвитку України.

4.2. Визнання транссекторального характеру ККІ

ККІ мають комплексний та транссекторальний характер, що впливає на економічний та соціальний розвиток. Цей потенціал все ще недостатньо визнається у країнах Східного партнерства — як і у багатьох інших частинах земної кулі — на всіх рівнях, починаючи від політиків та органів влади, до суспільства в цілому, включаючи самих представників галузі. Цей (прото)сектор майже ніколи не розглядається як невід’ємна частина економіки, частково через незначну існуючу доказову базу, що пояснює його внесок до загального зростання та якості життя. Для багатьох культура та економіка є двома різними сферами, які ніяк не взаємодіють. Як і раніше, культура багатьма вважається розкішшю — такий підхід є залишком радянських часів. Вона розглядається як галузь з низькою продуктивністю, якій ресурси майже не потрібні.

Також важко чітко визначити поняття ККІ, оскільки сектор є відкритим та комплексним і включає в себе кілька різних дисциплін, видів діяльності та професій, які, в свою чергу, можуть взаємодіяти та додавати цінність для багатьох інших секторів та областей. Це поняття може навіть різнитися залежно від різних регіонів, культур та політики. Це ускладнює доведення до відома громадськості та визнання природи галузі.

Багатьом фахівцям у галузі культури важко ідентифікувати себе з завданнями та діяльністю ККІ. Кожна дисципліна має свою власну історію та практику. Отже, частіше приймаються і підкреслюються саме їхні відмінності, аніж спільні елементи. Мало хто визнає переваги впровадження всеохоплюючої концепції ККІ, яка могла б полегшити координацію та взаємодію галузей, а також дозволити їм говорити єдиним голосом і отримати більшу видимість. Багато культурних діячів та представників творчих професій вбачають в цьому переформуванні тенденцію до комерціалізації культури, яка дозволить розглядати її з точки зору матеріальної вигоди або рентабельності. Вони вважають цей зсув проблематичним через ризик інструменталізації культури. За словами професора П’єра Луїджі Сакко (Pier Luigi Sacco)¹⁷, ця реакція відображає логіку доіндустріальної культури 1.0, в якій виробники отримують винагороду не як частину ринкової транзакції, а як символічний обмін подарунками між митцем або виробником культурного продукту та меценатом — незалежно від того, чи це особа, чи сама держава. У цьому контексті

¹⁷ «Культура 3.0: Нова перспектива для ЄС на 2014-2020 рр. Розробка програм структурних фондів», квітень 2011 р., Європейська мережа експертів з культури, Брюссель.

виробництво та доступ до культури обмежені та обумовлені соціальними та економічними бар'єрами.

Концепція культури 3.0 П'єра Луїджі Сакко (2011 р.)¹⁸

Культура 1.0	Культура 2.0	Культура 3.0
<ul style="list-style-type: none">• Заснована в основному на моделі меценатства.• Типова для доіндустріальної економіки.• Культура не є адекватним економічним сектором економіки і не є доступною для більшої частини потенційної аудиторії.• Виробництво культурної продукції проводиться цілком на субсидії та не може вижити іншим способом.	<ul style="list-style-type: none">• Культурні та креативні індустрії, які виробляють економічну цінність і навіть прибуток, але є окремим сектором загальної економіки.• Аудиторія значно розширюється, тоді як виробництво культурної продукції все ще суворо контролюється вхідними бар'єрами.• Характеризується різким збільшенням розмірів культурних ринків.	<ul style="list-style-type: none">• Характеризується нововведеннями, які призводять не лише до розширення можливостей попиту, але й розширення виробничих можливостей в цілому.• Перетворення аудиторії на практиків (тим самим визначаючи нове, розмите та все більш комплексне поняття авторства та інтелектуальної власності).

Технологічний та економічний розвиток поступово змінює основи галузі. Як і багато інших країн, країни Східного партнерства стали свідками зростання кількості робочих місць, які вважаються «креативними», а також збільшенням креативних складових у роботах, які раніше вважалися «рутинними» або «механічними». Ця зміна суттєво вплинула на системи освіти, соціальне забезпечення та людей, відповідальних за визначення політик в обранні шляхів розвитку та збереження людського капіталу. В більшості країн Східного партнерства успіх високотехнологічного аутсорсингу та індустрії інформаційних технологій є більш помітним та масштабованим, тож він має більший вплив на людей, відповідальних за визначення політик, та інвесторів. На жаль, ККІ в основному залишаються в тіні цього технологічного буму.

Для цього переходу сектор культури потребує нових, динамічних організаційних або бізнес-моделей, навіть тоді, коли прибуток не є остаточною метою або ціллю. П'єр Луїджі Сакко нагадує про необхідність приділяти належну увагу нематеріальним результатам діяльності сектору культури: добробуту, сталому розвитку, інноваціям, місцевій самотності та соціальній єдності. Однак традиційний сектор культури часто опирається цій зміні способу мислення. Навіть для багатьох підприємців та компаній сектору, для яких вигода є однією з умов та цілей (наприклад, для музики, аудіовізуальної реклами, медіа та ЗМІ, ІТ, дизайну та архітектури), ККІ все ще є поняттям з «дивними» цілями і завданнями, які вони не поділяють і до якого вони не бачать сенсу належати.

¹⁸ П'єр Луїджі Сакко, «Культура 3.0: Нова перспектива для ЄС на 2014-2020 рр. Розробка програм структурних фондів» (2011 р.), Європейська мережа експертів з культури, квітень 2011 р. <http://www.interarts.net/descargas/interarts2577.pdf>

Різні дисципліни цього сектору зазвичай працюють розрізнено, конкурують та рідко співпрацюють між собою. Колективні організації (тобто неофіційні альянси та платформи, широкі «парасолькові» структури та інші галузеві асоціації) все ще перебувають на ранній стадії розвитку або є слабкими, і фахівці не мають узгоджених дій і спільних програм. Сектору не вистачає спільного голосу, який міг би пропагувати свою роль та лобювати власні інтереси. Колишні престижні та потужні профспілки радянської епохи, які виступали від імені різних художніх та культурних дисциплін та професій, все ще функціонують, але більшість з них, здається, не реагують на поточні потреби та проблеми галузі, хоча деякі з них були реорганізовані з метою залучення нових поколінь. Нинішня ринкова економіка приносить нові цінності та динаміку, але зашореність не дозволяє більшості цих структур відкритися та прийняти їх. Інституціоналізований культурний сектор боїться втратити свій статус і пільги, а розсіяний незалежний сектор культури та креативності зазнав швидкого переходу до ринкової економіки, але не перетворився на міцніші та більш згуртовані структури. Тому ані інституціоналізований, ані незалежний сектор не визнали роль та повний потенціал ККІ як об'єднувальної концепції. Сектор культури все ще зосереджується на «я», де кожен окремих учасник сфокусований на реалізації проектів у конкурентній боротьбі замість більш колективного підходу — «ми».

Транссекторальний та міжгалузевий потенціал ККІ, особливо для економічного зростання та створення робочих місць, поки що не очевидний для багатьох. Бракує даних для підтримки аргументів та переконання зацікавлених сторін. Необхідні нові методи збору та вимірювання як кількісних, так і якісних даних, щоб дати нове уявлення про потенційний вплив сектору, що не обмежується цифрами. Поточна нова економічна база потребує нових показників. Міжгалузевий характер ККІ, що дозволяє додавати цінність для інших секторів, його непрямий та невидимий вплив вимагають міжсекторального та міждисциплінарного аналізу, який може пролити нове світло на це явище. У більшості країн Східного партнерства відбувається процес розробки Системи індикаторів впливу культури на розвиток (CDIS). Вірменія, Азербайджан, Грузія та Україна розробили CDIS за підтримки Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» (і Молдови¹⁹). Ця система є відмінною практикою, яка дозволяє країнам встановлювати базові показники для визначення місця культури в економіці та суспільстві та забезпечує основні параметри для обговорення та розробки політики на національному та міжнародному рівнях.

Про трансекторальний аспект ККІ говорити важко, оскільки він передбачає радикальні зміни в організації та функціонуванні національних урядів, регіональних та міських рад та установ. Чіткий розподіл на галузі політики без спільних або узгоджених дій чи бюджетів — це не найефективніший спосіб створювати та впроваджувати успішну політику в культурних та креативних галузях. Сьогодні доступ до цифрових технологій та їхнє застосування розмивають відмінності між виробниками та користувачами. Продукція зараз включає в себе інформацію, яку вводить користувач, тому існує рівнозначна потреба у розробці схем та методів комунікації, які дозволяють громадянам брати активну участь у нормотворчій діяльності.

¹⁹ Крім того, нещодавнє молдовське дослідження також допомогло оцінити економічний вплив ККІ, підтверджуючи їхній потенціал. «Допомога лідерам конкурентоспроможності Молдови: вибір двох наступних галузей», USAID-Молдова, 2016 р.

Тому задля визначення здатності галузі впливати на економіку необхідна зміна способу мислення та практичних методів досліджень та інновацій. Інновації наразі розглядаються лише як технологічні та в контексті виробництва; потрібно враховувати потенціал також і нетехнологічних інновацій. Мистецькі та культурні процеси можуть базуватися на дослідженнях, створюючи специфічні знання, що вимагає довгострокових інвестицій. Цей сектор має величезний потенціал для того, щоб залучати користувачів / аудиторії і надавати можливість самовираження, змінювати організації, а також керувати знаннями та досвідом та отримувати нову цінність від них. Дослідження та технології можуть призводити до створення нових ідей та продуктів, але культурні процеси випробовують, перевіряють та популяризують нові технології.

Впровадження конкретних стратегій ККІ для ефективного використання їхнього потенціалу все ще знаходиться на ранній стадії. Туризм визнає окрему роль культури, але віддає перевагу зв'язкам між міністерствами культури та економіки, комплексному підходу до ККІ. Стратегії ККІ часто розробляються однією зацікавленою стороною, переважно Міністерством культури, у той час як цей сектор вимагає спільно розроблених та впроваджених програм та інструментів, які охоплюють більше галузей політики. При розробці політики, програм і інструментів ККІ слід враховувати більш широку перспективу, і варто залучати та охоплювати більше зацікавлених сторін.

У багатьох країнах Східного партнерства існують міжміністерські робочі групи, які обговорюють і поділяють функції ККІ. Щоб бути ефективним та зібрати належні ресурси, різні галузі політики та відповідні бюджети можуть бути спрямовані на впровадження спільної національної стратегії для ККІ, що охоплюватимуть економіку, підприємництво, дослідження, технології та інновації, освіту, регіональний розвиток та містобудівну діяльність. Можливо, буде корисно створити конкретні та незалежні міжвідомчі цільові групи для координації та розвитку ККІ, які також включатимуть приватний сектор / організації та фахівців (культурні установи, неурядові організації та підприємців). Ці цільові групи могли б забезпечити взаємодію та синергію. Вони також можуть представляти сектор у процесі нормотворчої діяльності, сприяти проведенню досліджень та контролювати й оцінювати стратегії.

4.2.1 Міжнародна практика

Центр підвищення кваліфікації для ККІ у Німеччині

- > *Центр підвищення кваліфікації для ККІ²⁰ був створений у 2007 році за рішенням Бундестагу в результаті міжміністерської ініціативи, що об'єднувала Федеральне міністерство економіки та енергетики та Комісара Федерального уряду з питань культури та ЗМІ. Центр знаходиться у Берліні та діє як посередник, адвокат та координатор, який інформує, підтримує та формує довіру між політиками та сторонами, відповідальними за підвищення ефективності, ККІ, науковим співтовариством та іншими галузями. Він надає широкий спектр послуг та експертизу, спрямовану на професіоналізацію та нарощування потенціалу ККІ (зокрема, розвиток підприємницьких навичок), співпрацю ККІ та інших секторів, дослідження відповідних тенденцій та процесів та надання професіоналам ККІ нейтральної платформи для*

²⁰ <http://kreativ-bund.de>

створення мереж.

Додаткові приклади: Рада з питань креативних індустрій²¹ (Великобританія) та Brainport Eindhoven²² (Нідерланди).

4.2.2 Можливості в Україні

- > *Розвиток ККІ є одним із пріоритетних напрямків «Довгострокової національної стратегії розвитку культури до 2025 року». У 2016 році Міністерство культури створило відділ проблем розвитку культурних і креативних індустрій.*

Процес колективної участі, який призвів до розробки «Національної стратегії розвитку культури до 2025 року», включав зацікавлених сторін з різних культурних та креативних галузей, а весь документ висуває більш широку концепцію культури, яка включає ККІ як пріоритетну мету. Крім того, Міністерство культури створило новий відділ, присвячений ККІ. Проте ці зрушення не призвели до значних подальших наслідків, зокрема через відсутність достатньої законодавчої бази та подальших ініціатив.

- > *Розвиток кінематографу є одним із пріоритетів у сфері просування національної культурної продукції.*

Уряд визнає особливу роль кіно в Україні, а законодавство адаптується відповідно до законопроекту щодо розвитку національної культурної продукції, оскільки він безпосередньо пов'язаний з цілями пропагування української мови. Після створення Державного агентства України з питань кіно в 2010 році для моніторингу та розвитку галузі, подальші заходи включали створення Асоціації кіновиробників України, асоціації з більш актуальною членською базою та розвиток промислової складової Одеського міжнародного кінофестивалю.

- > *Нещодавнє створення Українського інституту книги для підтримки зростання галузі.*

Український інститут книги — це новий державний орган, який має на меті підтримку і просування комерційного видавництва України за допомогою різних ініціатив, включаючи стенди у великих міжнародних книжкових виставках.

- > *Постійна децентралізація створює умови для місцевої влади інвестувати у сектор культури та креативності.*

Поточний процес децентралізації може надавати місцевим органам влади можливість зміцнення культурного та креативного потенціалу та визначення стратегічної ролі цього сектора в їхніх планах територіального розвитку. Це може дати містам необхідну автономію інвестувати в ККІ, таким способом зберігаючи та залучаючи таланти та інвесторів шляхом створення цінних робочих місць, а також розвиваючи туризм шляхом вдосконалення свого іміджу та пропозицій. Крім того, процес децентралізації може спиратися на пілотні проекти, які визначають шляхи планування та розробки стратегій ККІ у

²¹ <https://www.gov.uk/government/groups/creative-industries-council>

²² <http://www.brainport.nl/>

невеликих містах та регіонах. Прикладами цього є проект COMUS (Рада Європи), що проходив у 2015-2017 рр. в містах Луцьк, Прилуки та Жовква з метою розробки моделі розвитку культури, і, нарешті, пілотний проект Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» — ініціатива «Креативні міста та регіони», для якої пілотним містом було обрано м. Косів.

- > Система індикаторів впливу культури на розвиток ЮНЕСКО показує відповідний внесок ККІ до економічного зростання та соціального розвитку в Україні.

Система індикаторів впливу культури на розвиток ЮНЕСКО була застосована в Україні у 2016-2017 рр. У цьому документі наведені²³ кількісні показники за 2014 рік, які свідчать про те, що частка ККІ у національному ВВП склала 4,44%, а зайнятість у сфері культури — 3,17% від загальної зайнятості. Ці цифри є близькими до стандартів ЄС. Цей актуальний процес дозволить збирати подальші та тривалі докази фактичного впливу цього сектору в Україні та впровадити міжнародну порівняльну структуру для постійного моніторингу ефективності та впливу сектору. Ця структура має вирішальне значення для надання актуальної інформації для розробки політики та виявлення аналітичних даних та аргументів для розвитку галузі.

4.2.3 Завдання і проблеми в Україні

- > ККІ не розглядаються владою як пріоритетна сфера для загального розвитку країни. Законопроект щодо розвитку національної культурної продукції повинен бути інтегрований у більш широкий план розвитку креативної економіки.

У процесі модернізації в Україні відсутнє чітке бачення та транссекторальна стратегія ККІ у рамках загальної урядової політики. Середньостроковий план дій Кабінету Міністрів до 2020 року не включає жодної мети, пов'язаної з розвитком ККІ. Основним завданням є підготовка нового закону для популяризації та доступу до «національної культурної продукції», але вкрай важливою є його інтеграція у більш широке та відкрите бачення креативної економіки. Хоча українська влада поступово інтегрує ККІ у свій політичний дискурс, вона ще не враховує їх у розробці політики та конкретних планів дій, оскільки серед політиків, бізнесу та інвесторів, ЗМІ та широкої громадськості все ще переважає вузьке розуміння культури.

- > Відсутність співпраці між центральними та місцевими органами влади у сфері культури.

Децентралізація та загальні реформи проходять повільніше, ніж спочатку планувалося. Невизначеність загального курсу місцевого культурного сектору, а також недостатня координація між центральними та місцевими органами влади обмежили впровадження більш чіткіших програм ККІ на місцевому рівні.

- > Припинено політичні ініціативи щодо розвитку аудіовізуальної та кінематографічної продукції.

²³ Технічний звіт по Україні «Система індикаторів впливу культури на розвиток ЮНЕСКО» (2017 р.), <https://www.culturepartnership.eu/en/article/cdis-ukraine>

Розвиток кінематографу, хоч він і є національною метою, гальмується через багато змін на урядовому рівні та нездатність держави спрямувати адекватне фінансування кіновиробництва. Крім того, оскільки Україна була найбільшим виробником фільмів після Росії в радянські часи, залишилася певна спадщина без чіткої стратегії відродження, наприклад, Національної кіностудії ім. Довженка та Союзу кінопрацівників (що зберігає значну кількість членів).

> *Брак синергії між ІТ та більш широкими креативними спільнотами.*

Існуючі ресурси в галузі ІТ, особливо бум ІКТ та рекламної галузі, недостатньо пов'язані з ширшою спільнотою ККІ. Державні інвестиції в сектор ІТ не супроводжувались паралельною підтримкою ККІ для сприяння спільним дослідженням та співпраці. Сучасні тенденції у ІТ-спільноті стосовно структур та подій не передбачають зв'язок чи взаємодію з креативною спільнотою.

4.3 Створення стратегій та платформ залучення громадськості

Екосистемний підхід до ККІ обумовлює більший крок уперед, який є базовим для країн Східного партнерства. Він полягає у подоланні розриву між державними органами влади та громадянами. Взаємна відсутність довіри заважає розвитку громадянського суспільства та культури колективної участі. Щоб ККІ могли процвітати та розкривати свій міжгалузевий потенціал, необхідна участь та взаємодія багатьох різних зацікавлених сторін. Всі вони повинні зіграти свою роль у цьому спільному плані дій: державні та регіональні / місцеві органи влади; підприємства та приватний сектор; громадянське суспільство.

Поліпшення односторонньої державної політики та діяльності «зверху» саме по собі є недостатніми для стимулювання інновацій та креативності. Але популярна реакція сектору «дайте нам самим займатися своїми справами» є в рівній мірі недостатньою. Хоча в країнах Східного партнерства існує немало хороших прикладів, до побудови культури колективної участі, яка базується не тільки на одноразових заходах, ще далеко. Колективні обговорення та відкриті консультації є важливими, але вони повинні призводити до конкретних планів дій та їхньої реалізації (навіть якщо вони є частковими та / або залежними від подальших політичних переговорів). Цей підхід включає політичні обговорення та формулювання, а також їхнє подальше спільне впровадження, моніторинг та оцінку, переважно через ефективні державно-приватні партнерства (ДПП), які ще не є поширеними або навіть регульованими в цьому секторі в більшості країн. Створення такої культури вимагає довгострокових інвестицій, оскільки це передбачає зміну способів мислення та методів роботи. Мова йде про формування та підтримку процесів у довгостроковій перспективі, значно довше того моменту, коли вони принесуть перші результати їхні результати.

Відкриття нових каналів серед різних зацікавлених сторін потребує нових платформ та альянсів. База даних, веб-платформи або кластери та спільні структури, формальні та неформальні, мають вирішальне значення для демонстрації, посередництва та сприяння взаємному визнанню, активізації співпраці та встановленню зв'язків. Ці платформи можуть являти собою колективний та повноправний голос сектору та використовуватися для проведення діалогу з владою. ККІ у країнах Східного партнерства бракує таких посередницьких організацій, які об'єднували б державні органи влади, митців / представників творчих професій та громадян / користувачів.

Наприклад, кластерні ініціативи можуть охоплювати всіх, хто є або може бути зацікавленими у певній галузі, включаючи представників сфери освіти, навчання та науково-дослідної роботи, органи, що займаються питаннями містобудування; користувачів і громадськість.

Вкрай важливо, щоб сектор ККІ міг інформувати громадськість та проводити спільні проекти, об'єднував зусилля та налагоджував партнерські відносини для розвитку своєї галузі та для бізнесу, а також для того, щоб отримати свій голос, до якого прислухаються, та поліпшити політичне представництво. Креативні хаби відіграють важливу роль у розвитку громади. Це особливо актуально для країн Східного партнерства, де все ще переважає відсутність довіри. Розвинути культуру активного залучення та колективної участі можуть допомогти національні програми фінансування, що створюють мережі та кластери та організують креативні хаби.

Мапування та громадські консультації на національному, регіональному та місцевому рівнях мають стати стандартною практикою ККІ з метою виявлення ресурсів, а також для обговорення та визначення нормотворчих ініціатив. Вони також можуть проводити онлайн-консультації та громадські слухання, створювати робочі групи. Мапування та бюджетування за участю громадськості можуть стати гарним випробувальним майданчиком, який підвищить рівень залучення громадськості. Наприклад, бюджетування за участю громадськості здійснюється по всій Європі на різних політичних рівнях, включаючи деякі міста Східного партнерства; це є інструментом, який може сприяти активізації громадянської позиції, регіональної та нормотворчої причетності та збільшення довіри.

4.3.1 Міжнародна практика

Норвезькі інноваційні кластери²⁴

- > *На початку 2000-х років була заснована норвезька кластерна програма, в основу якої лягла ідея, що підприємства, які співпрацюють, є більш інноваційними, продуктивними та конкурентоспроможними. Ця фінансова схема заохочує колективні низові ініціативи, співфінансуючи їхні спільні проекти та заходи. Щорічні відкриті конкурси надають підтримку до трьох років на основі бізнес-планів. Ресурси кластерів, потенціал для зростання та позиція в галузі є настільки ж важливими, як і колективний характер ініціативи, спільні інтереси керівництва, а також те, чи має кластерний проект загального власника. Програма фінансує кластери на трьох рівнях розвитку: (1) новий кластер, (2) зрілий кластер з присутністю на національному ринку і (3) зрілий кластер з присутністю на міжнародному ринку.*

Додаткові приклади: бюджетування за участю громадськості у Португалії²⁵ та програма культури м. Валлетта²⁶

4.3.2 Можливості в Україні

²⁴ <http://www.innovationclusters.no>

²⁵ <https://opp.gov.pt>

²⁶ <https://www.culturemapmalta.com/>

- > *Демократичний колективний процес розробки національної довгострокової культурної стратегії «Культура до 2025 р.» охопив широку спільноту ККІ.*

Процес розробки культурної стратегії може вважатися гарною ініціативою з точки зору участі зацікавлених сторін. Вона збрала понад 600 зацікавлених сторін галузі та представників уряду на регіональних та галузевих зустрічах по всій країні. Основні результати включають розробку стратегічного документу, створення альянсу зацікавлених сторін сектору культури, який пропагуватиме стратегію, впровадження конкурсної процедури для обрання директорів державних установ культури, а також попередню угоду з Міністерством щодо реалізації стратегії.

- > *Виникнення професійних платформ, що сприяють залученню через ККІ.*

В останні роки виникають різноманітні проекти колективної організації та платформи фахівців з різних ККІ з метою сприяння та розвитку потенціалу громадян брати участь у соціальному житті через культуру та креативність.

Місцевий приклад: Київський хаб Kyiv Smart City²⁷

Нові цифрові технології також можуть сприяти активній участі громадськості. Kyiv Smart City об'єднує підприємців, активістів та міські органи влади з метою розвитку міської інфраструктури на основі принципів відкритої інформації та прозорого управління. Ця організація впровадила бюджетування за участю громадськості у міській адміністрації.

Місцевий приклад: VUM-online²⁸

Цифрова платформа, націлена на поліпшення громадянських навичок. Вона пропонує короткі курси, що охоплюють соціальні підприємства, сторітелінг, критичне та творче мислення та стратегічне планування.

Місцевий приклад: Конгрес культурних активістів²⁹

Громадська організація, що об'єднує креативних, освічених та політично активних людей, які прагнуть посилити міжгалузеву співпрацю у глобальному масштабі, а також заохочувати активізм як спосіб створення змін і руху суспільства вперед. Мета організації — активізувати діалог та співпрацю між регіонами України, інтегрувати культуру в національні стратегії соціального та економічного розвитку та зробити культуру пріоритетною сферою співпраці з іншими країнами. Основні види діяльності включають розвиток міських громад, мистецької мобільності, арт-резиденцій, творчих галузей та пропагування активної громадянської позиції.

Місцевий приклад: «Дивовижні»³⁰

Низова громадська організація, мета діяльності якої — активізація місцевих громад у рамках соціальної відповідальності. Через заходи, направлені на покращення умов життя у місті (наприклад, суботники, арт-інсталяції, ремонт та

²⁷ <http://www.kyivsmartcity.com>

²⁸ <https://vumonline.ua/>

²⁹ <http://www.culturalactivism.org/>

³⁰ <http://dyvovyzhni.org/>

поліпшення громадських місць), а також освітні заходи, організація заохочує до конструктивної участі у житті міста та активної громадянської позиції.

Місцевий приклад: «Тепле місто»³¹

Платформа для громадських активістів, задіяних у соціальному підприємстві та містобудівній діяльності, заснована в Івано-Франківську. Платформа народилася з відкриття ресторану «Міський простір 100» (більша частина прибутку спрямовуються на підтримку місцевих громадських проєктів), а зараз до них звертаються громадські організації з усієї України для розробки аналогічних соціальних підприємств та місцевих ініціатив у інших містах країни.

4.3.3 Завдання і проблеми в Україні

- > Брак комунікації між широкою спільнотою ККІ перешкоджає чіткому представництву усіх зацікавлених сторін та адвокації.

Незважаючи на цікаві приклади колективних платформ, ефективні канали комунікації та взаємодії між різними зацікавленими сторонами галузі досі відсутні. Таким чином, сектору бракує спільного представництва та чіткої адвокаційної стратегії, спрямованої на об'єднання та співпрацю з владою та суспільством. Ця складність також пов'язана з великим розміром країни.

- > У межах колективного процесу розробки «Культури до 2025 р.» не було створено постійного каналу комунікації та структури робочої співпраці між ККІ та органами влади.

Цей колективний процес не став довгостроковою основою для подальшої реалізації та обговорення політики через невизначеність участі Міністерства культури. Культурна політика залишається нестабільною через різноманітні погляди та часті урядові зміни, які не дозволяють побудувати необхідну взаємну довіру, а також не впроваджують і не інституціоналізують такі процеси, як «Культура до 2025 р.» та намічені реформи.

4.4 Нарощування потенціалу нових креативних хабів

У відповідь на поточні потреби галузі у всіх країнах Східного партнерства, а також в інших країнах Європи з'являються нові ІТ та креативні центри або «хаби». Це все ще нове явище в деяких країнах Східного партнерства, і більшість з таких проєктів є приватними ініціативами, які практично не підтримуються державними органами. Ці хаби демонструють динамічний підприємницький дух креативних та ділових спільнот, що відповідають глобальним трендам.

Креативні хаби мають різні форми та структуру. Більшість з них є фізичними майданчиками, хоча вони також можуть бути цифровими платформами та віртуальними мережами і включати коворкінги, бізнес-інкубатори або акселератори, «fab lab» або міські лабораторії, але в першу чергу вони уособлюють нову спільноту. У багатьох містах вони починають займати покинуті будівлі в центрі, занедбані приміщення або колишні / фактичні промислові майданчики та райони. Обживаючи та поступово відновлюючи їх, такі хаби відроджують забуті частини міст та сприяють розвитку міст і регіонів.

³¹ <http://www.urbanspace500.com.ua/> та <http://www.warm.if.ua/>

Це місця для роботи, зустрічей, навчання та взаємодії, де обмінюються знаннями. Креативні хаби беруть на себе різні функції та пропонують різноманітні товари та послуги: робочі місця та офіси, майстер-класи та семінари, наставництво та тренінги, бізнес-клуби, координаційні заходи, «мозкові штурми» тощо. Хаби насамперед сприяють реалізації проєктів, розвитку бізнесу та побудові спільнот.

Така нова робоча обстановка сприяє розмиванню ліній між дисциплінами та вертикалями. Коли представники творчих професій збираються разом, зустрічаються, обговорюють, творять та виступають у міжкультурному, міждисциплінарному, багатомовному та багатопрофільному форматі, більше уваги приділяється експериментам та методології. Взаємодія в хабах стимулює митців та представників творчих професій, які звикли концентруватися на власній індивідуальності, через яку вони асоціюються та співпрацюють з рештою креативної спільноти та суспільством в цілому. Інтерес до колективної організації є ключем до виживання у мінливому конкурентному середовищі. Обмін знаннями, уміннями та ресурсами в межах спільної платформи зменшує дефіцит кваліфікації. Креативні хаби — це нові майданчики або організації для цього сектора, оскільки вони є універсальними та гнучкими платформами для експериментів та взаємодії. Державні установи культури в країнах Східного партнерства часто не створюють сприятливих умов для того, щоб приватні організації та особи могли використовувати їхні майданчики; їхні об'єкти є дорогими для використання / оренди, тож їхній потенціал та можливості використовуються не повною мірою. У цьому регіоні багато драматичних та оперних театрів, музеїв, кіностудій, але багато з них не вирішують проблеми та завдання, які супроводжують нові можливості.

Багато з цих хабів діють, повністю або в основному, в сфері ІКТ, але ККІ також є частиною цих екосистем. Менше хабів орієнтовані на мистецтво або інвестують у проєкти, які не обов'язково можуть бути прибутковими, але є стабільними; інші хаби спрямовують свою діяльність на соціальне підприємництво, заохочуючи проєкти, завдання яких полягає у просуванні єдності та інклюзивності; а деякі хаби — це лабораторії, які надають містам рішення їхніх проблем та завдань.

У країнах Східного партнерства більшість креативних хабів є низовими ініціативами, тоді як в деяких європейських країнах вони вийшли з інституційної ініціативи «зверху». Останні у багатьох випадках є новими майданчиками, які потребують багато часу для наповнення. Багато хабів можуть бути яскравими і багатолюдними, але вони також нестабільні. Експлуатаційні витрати є високими, а стабільності досягти важко; команди та заходи важко підтримувати на належному рівні; менеджери центрів часто не мають всіх необхідних навичок для роботи з підприємствами та організаціями у цьому конкретному секторі; багато хто не має зв'язків з іншими аналогічними хабами в одному місті чи країні чи іншими регіональними зацікавленими особами — школами, політиками, інвесторами, представниками галузі та міжнародними колегами.

Креативні хаби можуть робити значний внесок до комерційного розвитку ККІ, зміцнення громад та відродження міст. Вони можуть відновлювати райони та недостатньо розвинені квартали міста. Надання доступу до порожніх або покинутих об'єктів та приміщень для ККІ — це чудова інвестиція. Відсутня або низька орендна плата та спрощені процедури можуть підтримувати багато нових ініціатив. Підтримка команд та проєктів у перші роки та їхня інтеграція у

більш широкі плани розвитку міста / регіону та галузі можуть стати катализатором їхньої структурної стабільності та виведення їх на нові рівні. Як нові зацікавлені сторони, хаби можуть спиратися на свої досягнення та соціальний капітал і стати основою для розвитку потенційних державно-приватних партнерств (ДПП), які ще не мають законодавчої бази у деяких країнах Східного партнерства.

4.4.1 Міжнародна практика

IncrediBOL!³² (Італія)

- > *IncrediBOL! розпочався як пілотний проект міста Болонья, запущений у 2010 році з метою надання інструментів для розвитку підприємництва у ККІ. Сьогодні це добре розвинена мережа з різноманітними партнерами, яка діє в регіоні Емілія-Романья. В її рамках почали публікувати щорічні публічні запити для пошуку креативних підприємців, які пропонують невеликі грошові внески, безкоштовні приміщення та консультативні послуги, навчання та просування. Пропозиції потім зв'язували з певними об'єктами міста — часто занедбанними або порожніми муніципальними будівлями. Креативність зарекомендувала себе як ключовий фактор для перебудови міста та сприяння його економічному відродженню. У результаті нещодавно була започаткована нова програма «мікроперезавантаження», спрямована на перебудову місць громадського користування за допомогою мистецьких та креативних заходів.*

Додаткові приклади: *Subtopia³³ (Швеція), Telliskivi Creative City³⁴ (Естонія), Nova Iskra³⁵ (Сербія) та Poligon³⁶ (Словенія).*

4.4.2 Можливості в Україні

- > *Зростаюча сцена нових креативних хабів та інших супутніх проектів по всій країні, що відповідають реальним потребам підприємців.*

Майже кожна регіональна столиця стала свідком створення коворкінгів, хабів і антикафе. Київ, Харків, Львів, Дніпро, Одеса — і Донецьк до війни — все ще у авангарді. Ці центри пропонують різноманітні об'єкти, які підтримують існуючі ділові та творчі екосистеми та формують соціальний капітал. Якість і професіоналізм управління цими хабами зростають разом з їхньою кількістю. Більшість хабів відкриті для всіх типів підприємницької діяльності: хоча ІТ є панівною галуззю, представлені також ККІ або навіть мистецтво. В основному це низові ініціативи, і багато з них досягає сталих бізнес-моделей, основаних на оренді простору для робочих місць, конференцій та зустрічей, а також організації заходів.

Місцеві приклади:

Київ

³² <http://www.incredibol.net/>

³³ <http://www.subtopia.se/>

³⁴ <http://telliskivi.eu>

³⁵ <http://novaiskra.com/>

³⁶ <http://www.poligon.si/>

- > **«Часопис»³⁷** — один з перших креативних коворкінгів у Києві, заснований у 2012 році.
- > **«Арт-завод Платформа»³⁸** та коворкінги «Арт-завод Платформа» та **Leonardo 39** — колишній шовковий комбінат на лівому березі Києва, перетворений на творчий кластер та екосистему, що об'єднує бізнес, фестивалі, коворкінговий майданчик, мистецтво, інформаційні технології, моду та освіту. Бізнес-спільнота нараховує більше 300 стартапів та інноваційних проектів. Крім того, до коворкінгу «Арт-завод Платформа», нещодавно було додано новий коворкінговий майданчик (**Leonardo**) у самому центрі Києва.
- > **UNIT City⁴⁰** — великий інноваційний парк, який, як очікується, стане державним центром для творчої економіки (загальна площа — 25 га). Нещодавно надав 4 000 м² для підтримки стартапів та сприяння співпраці бізнесу та наукових співтовариств. Орієнтований на компанії, які працюють у сфері високих технологій, креативних ідей та інноваційного бізнесу. Включає в себе бізнес-кампуси, **UNIT.Factory** (безкоштовна школа програмування), спортивні комплекси та культурні, медичні й розважальні заклади. Нещодавно оголошено **UNIT.City Art Prize** — міжнародний конкурс на підтримку розвитку проектів на стику високих технологій та мистецтва.
- > **IZONE — платформа «ІЗОЛЯЦІЇ» для культурних ініціатив⁴¹** — заснована у Донецьку у 2010 році та переміщена до Києва у 2014 році після військової окупації її приміщень. Фонд здійснює проекти у Києві, Східній Україні та за кордоном за трьома переплетеними напрямками діяльності: мистецтвом, освітою та проектами, спрямованими на активізацію креативного сектора України. **IZONE⁴²** — це креативний громадський центр, який забезпечує робоче середовище, з особливою увагою на творчому процесі досліджень та виробництва й мультидисциплінарності. Включає в себе багатофункціональні приміщення, галереї, коворкінг та художні студії, виробничі приміщення та лабораторії.

Львів

- > **Jam Factory⁴³** (проект) — спиртовий завод початку ХХ сторіччя, перетворений на художній кластер.
- > **Простір взаємодії Pawillion⁴⁴** (проект) — проект на стадії залучення коштів, який повинен бути розташований у покинутій будівлі, в якій розташовувалися профсоюзи ремісників (колишній **Wystawy Krajowej Pawilion**) у Стрийському парку в центрі міста.
- > **ІНУВ-Львів⁴⁵**

³⁷ <http://www.chasopys.ua/>

³⁸ <http://artzavodplatforma.com/>

³⁹ <https://www.coworkingplatforma.com/>

⁴⁰ <http://unit.city/>

⁴¹ <https://izolyatsia.org/>

⁴² <https://izone.ua/>

⁴³ <http://urbancurators.com.ua/PROEKTI-PROJECTS/FABRIKA-POVIDLA-JAM-FACTORY>

⁴⁴ <http://pawillion.com/>

⁴⁵ <http://ihub.world.ua/lviv-ua/>

Одеса

- > **Impact Hub⁴⁶** — член міжнародної мережі *Impact Hub*; громадський центр, коворкінг та приміщення для проведення заходів, конференц-зал та «fab lab» (виробнича лабораторія) під одним дахом. Тут розташований бізнес-акселератор для виробників одягу, взуття та аксесуарів. Мета — допомагати місцевим дизайнерам та виробникам виходити на ринки України та ЄС.

Дніпро

- > **I Co-Working Hub⁴⁷** — почав свою роботу як інвестиційний фонд та інкубатор, а потім перейшов до моделі резидентного коворкінгу, пропонуючи відповідні заходи та послуги.

Харків

- > **«Новое место»⁴⁸**
- > **Spalah⁴⁹** — спільний коворкінг, що включає освітній центр.

4.4.3 Завдання і проблеми в Україні

- > Фрагментація існуючої спільноти креативних хабів.

Безліч низових ініціатив по всій Україні залишається розсіяними, їм бракує спільної стратегії, особливо на рівні комунікації та адвокації. Більшість з цих хабів стикаються з проблемою зростаючої орендної плати (у великих містах) та відсутністю підтримки від влади. Є спроби пов'язувати та реалізовувати спільні проекти, наприклад, ініціатива *Coworking Friendly*, яка дозволила забезпечити вільну мобільність фахівців між коворкінгами України.

- > *Брак підтримки креативної спільноти для доступу та використання нових майданчиків.*

Політики, особливо на місцевому рівні, не визнають потребу в нових об'єктах та потенціал креативної спільноти відновлювати міста. Тому організації та представники галузі стикаються з труднощами у доступі до просторів для роботи, виступів та показів через фінансові та адміністративні перепони.

- > *Культурні установи вимагають нових управлінських та бізнес-моделей, щоб виступати у якості координаційних центрів для експериментів та демонстрації.*

Культурні установи часто працюють за застарілими моделями управління, не впроваджуючи сучасні підходи до управління, що базуються на фактичних даних та включають ефективне планування та програмування, в т.ч. залучення коштів, а також нові відносини з аудиторією / користувачами та креативною спільнотою в цілому.

⁴⁶ <https://impacthub.odessa.ua/>

⁴⁷ <https://icoworkinghub.com/>

⁴⁸ <http://novoemesto.strikingly.com/>

⁴⁹ <https://spalah.com/>

4.5 Збільшення доступу до конкретного фінансування та підтримки

Багато європейських країн визнають проблему складного доступу до фінансування для ККІ внаслідок їхньої специфіки та цінності.⁵⁰ Основними перешкодами є: малі розміри більшості креативних організацій, переважно нематеріальні активи, джерела їхніх доходів, їхня залежність від прав інтелектуальної власності як фактору зростання, слабкі управлінські навички, відсутність знань та контактів у ділових колах.

Європейські державні служби комерційного розвитку та приватні інвестори, від банків до меценатів-інвесторів, не знайомі з операційними та бізнес-моделями ККІ. ККІ не можуть претендувати на кредити для певних програм та схем фінансування середнього та малого бізнесу, оскільки вони не можуть надати потрібних гарантій. ККІ стикаються з подібними проблемами при доступі до фінансування в країнах Східного партнерства. Складний та обмежений доступ до фінансування, погана інфраструктура, недружнє законодавство, слабкі стимули для розвитку благодійної культури тощо означають, що вони не вважаються сприятливими діловими партнерами.

Державне фінансування незалежної культури (неурядові організації) потребує більш чітких та кращих критеріїв щодо прозорості процедур відбору, регулярності підтримки та сталого розвитку. Державна підтримка малого та середнього бізнесу не враховує специфіку ККІ та, отже, потребує подальшої диверсифікації, особливо стосовно створення умов для їхніх мікроримів. Місцеві представники галузі не мають достатнього доступу до міжнародних спільних проектів та партнерських відносин, оскільки вони часто не отримують достатніх координаційних фондів і належної нормативної бази з боки держави. Стимулів або податкових відрахувань для приватних пожертвувань та спонсорства ККІ наразі не існує. Закони про захист прав інтелектуальної власності (ПІВ) часто не приймаються до уваги через недостатню обізнаність фахівців або органів контролю. Обмеження торгівлі та експорту, фізичних та через Інтернет, також ускладнюють міжнародну комерційну діяльність.

Більшість представників галузі маже не має навичок із залучення фінансування, особливо через міжнародні гранти. ККІ потребують додаткової інформації, контактів та мереж для визначення та випробування правильних партнерів, а також ресурсів для інвестування у довгострокові програми. Підприємці вдаються до певних альтернативних та цікавих фінансових заходів, наприклад, використання краудфандингових платформ, але необхідні структурні вдосконалення в державних системах та законодавстві, щоб полегшити доступ та диверсифікувати альтернативні джерела фінансування для сектора.

4.5.1 Міжнародна практика

PMV — Cultuurinvest⁵¹ та STARTS — Інвестиційний фонд для культурних підприємств⁵² (Бельгія)

⁵⁰ Звіт робочої групи відкритого методу координації країн-членів ЄС «До більш ефективних фінансових екосистем» охарактеризувала цю основну проблему та описала приклади передового досвіду.

⁵¹ <http://www.pmv.eu/nl/financiering-voor-ondernemers/leningen/cultuurinvest>

⁵² <http://www.start-invest.be>

- > Два регіональні фонди за сприяння, відповідно, фламандського уряду — PMV – Cultuurinvest — та валлонського уряду — STARTS. Обидві ці схеми забезпечують надання спеціалізованих позик та інвестицій в акціонерний капітал на різноманітних етапах розвитку бізнесу, а також тренінгів та консультацій для підприємств (малого та середнього бізнесу), а також неприбуткових організацій ККІ.

Додаткові приклади: Гарантії у креативній галузі AWS VINCI⁵³ (Австрія) та Національна лотерея⁵⁴ (Великобританія)

4.5.2 Можливості в Україні

- > Нещодавнє заснування Українського культурного фонду впроваджує нову конкурентну систему фінансування.

Цей нещодавно створений фонд спрямований на надання грантів для культурних операторів у рамках нової незалежної та конкурентної системи. Фонд має консультативну раду, до складу якої входять представники культурних асоціацій та установ. Очікується, що можливості для надання підтримки більш широкому колу зацікавлених сторін ККІ зростатимуть.

- > Виникнення низових ініціатив із залучення коштів для розвитку соціальних та креативних інновацій та підприємництва.

Кілька ініціатив із залучення коштів, зокрема, використання краудфандингових кампаній, успішно підтримують культурні та соціальні проекти, благодійні та соціально-відповідальні організації. Ці платформи дозволяють невеликим проектам ККІ отримувати доступ до альтернативних джерел фінансування та одночасно забезпечувати зв'язок між творцями / виробниками та користувачами. Кампанії також показують, що громадськість згодна і готова підтримувати коштами через Інтернет проекти, які люди вважають важливими. Хоча ці інструменти довели свою успішність тільки для невеликих проектів, вони можуть бути корисними як додаткові джерела фінансування під час тестування та адаптації ідей з користувачами.

Місцевий приклад: «Спільнокошт» на «Великій ідеї»⁵⁵

НУО GarageGang розпочала свою роботу в 2012 році як один з перших краудфандингових онлайн-механізмів в Україні — «Спільнокошт» на «Великій ідеї». Вона виникла з метою підтримки креативних, медійних та освітніх ініціатив та розвивається з метою фінансування інновацій у сфері ІТ, відновлюваної енергетики та соціального підприємництва. Попередньо відібрані проекти мають можливість розмістити свою ініціативу на онлайн-платформі та донести її до широкої аудиторії для залучення ресурсів. Платформа надає консультації та базу для пропозицій, допомагаючи ініціаторам чітко представити свої ідеї потенційним донорам.

- > Удосконалення умов кіноіндустрії, включно з нормами оподаткування виробництва національного кіно (2015 р.).

⁵³ <https://www.aws.at/foerderungen-1/vinci-voucher-in-creative-industries/>

⁵⁴ <http://www.lottery.culture.gov.uk/>

⁵⁵ <https://biggggidea.com/projects/>

Хоча розподіл фінансування з 2010 року є відповідальністю Державного агентства України з питань кіно, загальні умови для кіновиробництва також покращилися з встановленням податкового кодексу для національної кіноіндустрії, включаючи зйомки та прокат.

- > *Активна сцена ІТ-стартапів виступає у якості першопрохідця, який поступово сприяє полегшенню процесуальних норм, пов'язаних із комерційним розвитком.*

З огляду на успіхи сцени стартапів, зокрема в сфері ІТ та цифрової реклами, заснування свого бізнесу стає дедалі швидшим і пов'язується меншою бюрократією; доступ до початкового фінансування став простішим завдяки більш високій доступності зацікавлених інвесторів та меценатів-інвесторів. Нові структури підтримки також допомагають підприємцям отримати доступ до ресурсів.

- > *Впровадження законів стосовно громадського мовлення та сприяння створенню умов прозорості володіння ЗМІ (2015 р.).*

Новий закон про мовлення, ухвалений у 2015 році, дозволив створити умови для створення громадського мовлення та необхідних для цього структур, забезпечення прозорості володіння медіа та захисту професійної діяльності.

4.5.3 Завдання і проблеми в Україні

- > *Відсутність державних стимулів та правової бази для сприяння комерційного розвитку в ККІ, а також необхідність зробити спонсорство та інвестиції привабливішими.*

Незважаючи на успіхи стартапів, розвиток креативних підприємств стримується дорогими та обтяжливими процедурами реєстрації та вхідними бар'єрами, а також складністю систем оподаткування та регулювання. Це пов'язано з їхніми невеликими розмірами та негнучкістю систем підтримки та правових рамок у питаннях адаптації до особливостей ККІ. Крім того, в Україні не вистачає податкових пільг, які заохочуватимуть бізнес спонсорувати культурні та креативні галузі як частину своїх стратегій соціальної відповідальності.

- > *Відсутність спеціалізованих служб підтримки та альтернативних джерел фінансування для креативних організацій.*

Креативним підприємцям бракує спеціальних інструментів фінансування, таких як гранти, доступні кредити та гарантії позик, початкове фінансування та інші податкові пільги. Державна підтримка малого і середнього бізнесу, зокрема, через позики від державного банку «Ощадбанк», не адаптується до потреб та особливостей ККІ. Існуючі меценати-інвестори та фонди венчурного капіталу не усвідомлюють інвестиційних можливостей у культурних та креативних галузях. Сектору бракує спеціалізованих інформаційних координаційних центрів, які можуть надати поради щодо можливостей та проблем (наприклад, авторські права та можливості фінансування).

- > *На українських екранах домінують іноземні фільми, а місцеві в українських кінотеатрах йдуть рідко.*

Близько 95% кінопродукції, що розповсюджується та демонструється в українських кінотеатрах, має іноземне походження, тоді як лише невеликий відсоток місцевих фільмів виходить на екрани на внутрішньому ринку.

> *Недостатня обізнаність та управління авторським правом.*

Нормативно-правова база України відповідає стандартам ЄС щодо авторського права, проте певні обмеження авторських прав та інших прав на інтелектуальну власність все ще залишаються. Національні інституції інтелектуальної власності переважно орієнтовані на промисловість. Розповсюдження культурної продукції та послуг потребує суворішого контролю та більшої поінформованості щодо питань авторського права; колективний менеджмент повинен поліпшити підзвітність; фахівці в області культури повинні краще усвідомлювати свої права.

> *Відсутність прозорості та соціокультурного розмаїття у ЗМІ.*

Незважаючи на існуючий закон про прозорість володіння ЗМІ від 2015 року, багато ЗМІ не розкрили структури їхньої власності, а джерела їхнього фінансування залишаються невідомими. Проблемою в галузі телерадіомовлення залишається контроль телевізійних каналів олігархами і, як наслідок, відсутність різних політичних поглядів.

> *Обсяг санкцій проти російського контенту та фахівців ЗМІ вважається надто обмежувальним.*

Внаслідок триваючої війни було вжито кількох правових заходів з метою захисту українського інформаційного простору, протидії російській пропаганді, а також накладення санкцій на російські ЗМІ та їхніх представників. Крім того, було введено санкції проти телерадіокомпаній, які транслювали російські фільми та серіали, заборонені в Україні. Державне агентство України з питань кіно не видає прокатні посвідчення на трансляцію фільмів російського виробництва про війну та військових, що підпадають під заборону. Певним представникам ЗМІ та сфери культури, переважно з Росії, вже відмовлено у в'їзді в Україну за тією ж самою підставою. Деякі з цих заходів вважаються міжнародними організаціями занадто обмежувальними.

4.6 Покращення навичок та освіти з креативного підприємництва

Поява нової економічної парадигми означає, що навчальні та освітні заклади, від шкіл до університетів, повинні стати більш відкритими та тісніше взаємодіяти з регіонами та громадами. Освітні установи потребують нових підходів у розробці та наданні академічної та професійної освіти, яка має бути більш практичною, гнучкою і підприємницькою. Це можуть забезпечити програми безперервної освіти. Багато університетів у країнах Східного партнерства є престижними за їхніми технічними програмами, зокрема у сфері кіно, виконавського мистецтва та музики. Проте технічних або художніх навичок недостатньо для того, щоб молоді фахівці могли процвітати, реалізувати свої проекти та засновувати організації на міжнародному ринку. Більше того, креативність та інновації сьогодні визнаються важливими навичками і для інших професій. Тому культура та креативність має впроваджуватися у програмах на всіх рівнях освіти; креативні навички та мислення, а також занурення та участь у культурі мають розвиватися з раннього дитинства. Необхідно популяризувати програми безперервної

освіти та вдосконалювати стандарти викладання, від дошкільної до вищої освіти, у формальних та неформальних установах.

На ККІ також впливає зростання цифрових ЗМІ, глобалізація, транскордонне та міжкультурне співробітництво. Це створює потребу в стратегічних та реляційних навичках для роботи на різноманітних багаторівневих ринках. Представникам творчих професій необхідні стратегічні, управлінські та комунікативні навички. Стратегічні навички раціоналізують шляхи, за якими розробляються та управляються проекти, організації та кар'єри. Сьогодні професіонал має бути творцем, менеджером, дослідником, спеціалістом зі зв'язків з громадськістю та поліглотом. Усі представники творчих професій потребують лідерських навичок, навичок ведення переговорів та обговорення ідей, цілей та планів з партнерами. Потреба у безперервній освіті на цьому більш вимогливому та конкурентному ринку зростає. Фахівці повинні бути постійно в найкращій формі, а інакше вони ризикують втратити контракти чи партнерів, не вкластися у строки та не виконати поставлені завдання. Організація робочого часу є принциповою, особливо якщо проект, який має принести певні результати, потребує спільного дослідження та обговорення. Фахівці повинні покращувати свої комунікативні навички, щоб долати перешкоди, спричинені відсутністю часу, довіри та взаємних знань у горизонтальних, багатомовних та міжгалузевих тимчасових командах.

Є кілька прикладів альтернативних навчальних та освітніх проектів та ініціатив у країнах Східного партнерства, які заповнюють прогалини та відповідають новим потребам. Їх ведуть неурядові організації та авторитетні освітні й культурні установи. Складність полягає в тому, як саме інтегрувати ці нові освітні методи в офіційну практику основних навчальних та освітніх систем та як залучити різних зацікавлених сторін до активної участі у їхньому розвитку.

4.6.1 Міжнародна практика

Escalator — Creative Industry Kosice⁵⁶ (Словачія)

- > *Escalator — це інтенсивна освітня програма для розвитку креативності, талантів та професіоналізації для представників креативних галузей, фізичних або юридичних осіб, за підтримки Creative Industry Kosice (м. Кошице). Спочатку через інтерв'ю з іноземними наставниками учасники визначають свої потреби та цілі. Це закладає основу для «персоналізованої» освітньої та допоміжної програми тренінгів, семінарів, коучінгу, наставництва, стратегічного та бізнес-планування, науково-дослідної роботи, навчальних поїздок та впровадження пілотних проектів.*

Додаткові приклади: регіональна мережа молодіжних творчих центрів OTELO⁵⁷ (Австрія), Creative Partnerships⁵⁸ (Литва), програма інновацій Королівського коледжу мистецтв⁵⁹ (Велика Британія), Інноваційний та діловий центр Mektory Талліннського технологічного університету⁶⁰ (Естонія).

4.6.2 Можливості в Україні

⁵⁶ <http://cike.sk/en/project/escalator>

⁵⁷ <http://www.otelo.or.at/>

⁵⁸ <http://www.kurybinespartnerystes.lt/>

⁵⁹ <https://www.rca.ac.uk/research-innovation/innovationrca/>

⁶⁰ <https://www.ttu.ee/mektory-eng>

- > *Виникнення низових відкритих платформ для сприяння неформальному навчанню та підвищенню кваліфікації.*

Найчастіше прогалини в офіційній системі освіти заповнюють низові ініціативи без підтримки влади, різноманітні відкриті платформи та неформальні школи. Ці ініціативи охоплюють теми, недостатньо представлені в традиційних навчальних програмах, наприклад, урбанізм, залучення та діяльність громадянського суспільства, мистецтво та гуманітарні науки, управління культурою, дизайн, а також форми та методології навчання, які відходять від традиційних. Часто вони вводять в програму методи критичного та творчого мислення, а також індивідуальне наставництво та навчання, протиставляючи їх загальній та ієрархічній традиційній моделі.

- > *Вищі навчальні заклади, особливо бізнес-школи, пропонують програми з нових ККІ та управління ними.*

Деякі вищі навчальні заклади, зокрема бізнес-школи, починають включати у свої програми курси післядипломної освіти для менеджерів у сфері мистецтва та культури, а також додавати розвиток навичок у сфері мистецтва та креативності у свої загальні управлінські та інноваційні програми.

- > *Створення освітнього центру моди після успіху тижня моди Mercedes-Benz Kiev Fashion Days.*

Київський інститут моди Kiev Fashion Institute є першим освітнім проектом у галузі модної індустрії. Він був створений на основі окремих лекцій, що проводилися на тижні моди Mercedes-Benz Kiev Fashion Days. Освітні програми, що включають в себе місцевих та міжнародних практикуючих фахівців у галузі моди, охоплюють такі напрямки, як менеджмент, бізнес, фотографія та художнє оформлення. Державні університети не пропонують викладачів із сектору і не дозволяють учням безпосередньо контактувати з такими фахівцями, що вкрай необхідно галузі, яка швидко зростає.

Місцевий приклад: Projector⁶¹

Платформа, що виступає як школа дизайну та розробки, робоче місце та спільнота, яка допомагає фахівцям у різних галузях розвивати навички розробки інтерфейсу та графічного дизайну, управління проектами, Інтернет-маркетингу, англійської тощо. Діє у Києві, Львові та Одесі.

Місцевий приклад: Creative Management Camp⁶²

Неформальна освітня ініціатива, створена фахівцями з організації заходів. Мета програми — навчити молодих підприємців реалізовувати свої проекти та перевіряти їхню життєздатність. Вона складається з 10 модулів, що охоплюють різні етапи створення культурного продукту: від ідеї та першої стадії розробки до бізнес-плану та презентації. Протягом курсу учасники отримують регулярні всебічні відгуки від наставників, консультантів з менеджменту та лідерів у сфері культури.

Місцевий приклад: «Культурний проект»⁶³

⁶¹ <https://prjctr.com.ua/>

⁶² <http://www.creativemanagement.in.ua/>

Популярна просвітницька ініціатива, яка швидко перетворилася на більш комплексну програму майстер-класів та семінарів для широкої громадськості та професіоналів з метою поглиблення розуміння та обговорення питань мистецтва та культури. З 2015 року має постійне приміщення в Києві — «Освітня станція 31В1».

Місцевий приклад: Школа урбаністики CANactions ⁶⁴

Експериментальна освітня платформа в Києві. Програми розроблені навколо вивчення українських міст, виявлення концепцій та визначення заходів містобудівної діяльності на стратегічному та виконавчому рівнях. Метою діяльності школи є підготовка носіїв змін, які вміють досліджувати міське середовище, а також розробляти стратегічні бачення та тактичні заходи для їхнього впровадження.

Місцевий приклад: Києво-Могилянська бізнес-школа ⁶⁵

Києво-Могилянська бізнес-школа готує керівників підприємств освітньо-кваліфікаційного рівня магістр (MBA та President-MBA). Програма включає майстер-класи, присвячені мисленню, культурі та мистецтву, що проводяться ключовими представниками сектора культури та креативності. Готується до запуску нова програма в галузі управління мистецтвом. ⁶⁶

4.6.3 Завдання і проблеми в Україні

- > Брак стратегічних та управлінських навичок серед фахівців ККІ у державному та неурядовому секторах, що перешкоджає їхньому організаційному та бізнесовому розвитку.

Освітні програми з культурних та творчих дисциплін зазвичай не охоплюють стратегічні, управлінські та комунікативні навички. Спільнота ККІ, як громадські, так і неурядові організації, не має необхідної кваліфікації, в основному в сферах сталих бізнес-моделей, залучення фінансування, маркетингу та розвитку партнерських зв'язків.

Крім того, державним адміністраціям не вистачає кадрової політики, яка сприяла б постійному навчанню (особливо в умовах швидких змін та нових цифрових технологій), а також прозорих процесів набору персоналу та зміни керівництва. Інституції залишаються зосередженими на собі та своїх внутрішніх інтересах і часто закриті для співпраці з незалежним сектором.

- > Популяризація креативності та підприємництва в освітніх навчальних закладах відсутня.

Система формальної освіти зазвичай не сприяє дебатам, сучасним темам та дискусіям. Креативність, ініціативність, підприємництво та інновації не оцінюються і не просуваються належним чином. Навчальні заклади та наукове співтовариство не пов'язані з навколишнім середовищем; відсутні міжнародні зв'язки.

⁶³ <https://culturalproject.org/>

⁶⁴ www.canactions.com/

⁶⁵ <http://kmbbs.ua/>

⁶⁶ Львівська бізнес-школа також готує програму для менеджерів культури. <https://lvbs.com.ua/en/>

4.7 Розширення аудиторії та ринків

Потенційні та транссекторальні особливості ККІ ще мало відомі політикам і більшості суспільства у країнах Східного партнерства. Багато фахівців з ККІ не є найкращими популяризаторами цього сектору. ККІ в основному відсутні в засобах масової інформації та публічних дискусіях, за винятком нішевих аудиторій у столицях або великих містах. Активні та сучасні культурні платформи та інституції в регіонах та в сільській місцевості, навіть на околицях столиць, знайти важко, а системи розподілу розвинені недостатньо. Будинки культури по всій країні потребують більшої кількості ресурсів і, відповідно, сучасного культурно-креативного контенту. Розширення аудиторії та попиту на культурний контент також мають величезне значення. Це вимагає збільшення кількості каналів дистрибуції. Різні ринки в країнах Східного партнерства та різні правила та мови ускладнюють інтернаціоналізацію та функціонування у міжнародному масштабі.

Цифрова революція розмиває різницю між творцями та споживачами, оскільки контент може доходити до цільової аудиторії без посередників. На думку П'єра Луїджі Сакко, виробництво культурної продукції та доступ до нового контенту — це два етапи одного й того самого процесу. У моделі культури 3,0 колективна участь стає генератором цінності, оскільки її економічне та соціальне значення може бути більшим за ринковий розподіл. Залучення та участь користувачів вимагають нового економічного та соціального середовища та структури, передбачає довіру та діалог між різними зацікавленими сторонами.

Більшість закладів культури та багато креативних підприємств і фахівців потребують залучення аудиторії, комунікаційних та маркетингових навичок. Касові збори та комунікації зазвичай не є пріоритетними для багатьох традиційних та авторитетних установ, оскільки їхньою аудиторією є культивована та звична елітна група, яка часто відвідує заходи. Для незалежної сцени відсутність навичок стратегічного та оперативного планування, а також брак довгострокових інвестицій призводить до поганих комунікаційних стратегій. Більшість незалежних представників творчих професій мають труднощі з саморекламою, брендингом і позиціонуванням на ринку і покладаються на точки продажу або паралельні комерційні ініціативи. Нестача посередників у ланцюжку створення цінності — менеджерів, агентів, виробників та особливо маркетологів і фахівців зі зв'язків із громадськістю та комунікацій — має значний негативний вплив на розвиток галузі, оскільки такі фахівці мають навички у виборі та поширенні контенту, роботі з цільовою аудиторією та розвитку взаємодії з користувачами.

Ще однією проблемою є різноманітність вираження та контенту в національних ЗМІ. Телебачення може відігравати вирішальну роль у просуванні ККІ та сприяти підвищенню рівня визнання й обізнаності та, таким чином, збільшенню попиту. Цей потужний інструмент не використовується у повному обсязі. Країнам Східного партнерства необхідна критика, а також спеціалізовані журналісти та медіа-експерти, які можуть писати про представників ККІ, історії та приклади успіху з них. Є кілька цікавих медіа-платформ, які сприяють розвитку міської культури, фестивалів, способу життя, культурного туризму тощо.

Країни Східного регіону відомі розмаїттям та якістю деяких своїх фестивалів кіно, музики та театру, які використовують геополітичне розташування для

об'єднання Сходу та Заходу. Ці фестивалі залишаються центрами уваги, які сприяють розширенню аудиторії, розвитку бізнесу та залученню туристів. Деякі з них діють цілий рік, а в певних випадках навіть розробляють ініціативи, що виходять за межі столичних міст, незважаючи на всі труднощі.

4.7.1 Міжнародна практика

Канал OSTV — Canal180⁶⁷ (Португалія)

- > Телеканал *Open Source TV (OSTV)*, повністю присвячений культурі, мистецтву та творчості, поєднуючи телебачення та Інтернет на спільній платформі. Транслює інноваційний контент, створений новим поколінням артистів та продюсерів, а також розробляє проекти у співпраці з партнерами по всьому світу.

Додаткові приклади: Гельсінська міська мережа бібліотек *HELMET*⁶⁸ (Фінляндія), міський кінотеатр *Kinodvor*⁶⁹ у м. Любляна (Словенія), молодіжний театр *Organg*⁷⁰ (Данія), театрально-культурний центр *Laznia Nowa*⁷¹ (Польща) та наукова галерея *Science Gallery*⁷² (Ірландія).

4.7.2 Можливості в Україні

- > Розширення асортименту місцевих магазинів та підвищення інтересу до них відкриває нові можливості для українських брендів.

Після Євромайдану декілька ініціатив просувають і пропонують товари із позначкою «Зроблено в Україні» на значному внутрішньому ринку, зокрема для модних брендів, в тому числі брендів взуття та аксесуарів, а також місцевих сільськогосподарських товарів, меблів та декоративно-прикладного мистецтва. Майдан також став каталізатором декількох незалежних культурних медіапроектів, зокрема, Інтернет-журналів та платформ, в яких пропагується і досліджується міська культура та українські таланти.

- > Поява стратегій розширення аудиторії серед деяких культурних та художніх закладів.

Поява впливових культурних організацій, ініціативних та активних з точки зору управління, що яскраво відображає їхню аудиторія та комунікаційні стратегії (наприклад, Мистецький арсенал та Арт-центр Пінчука (Київ), «Ізоляція» (Донецьк та Київ) та «Артсвіт» (Дніпро)), може стати чудовим прикладом для інших.

Місцеві приклади нових цифрових та офлайн-платформ і журналів, що сприяють розвитку міської космополітичної культури:

- > **Platforma**⁷³ — незалежний онлайн-журнал про інновації та культуру, заснований у 2011 році, орієнтований на креативний клас, активних

⁶⁷ <http://canal180.pt/en/>

⁶⁸ <http://www.helmet.fi/>

⁶⁹ <http://www.kinodvor.org/>

⁷⁰ <http://opgang2.dk/>

⁷¹ <http://www.laznianowa.pl/>

⁷² <https://dublin.sciencegallery.com/education>

⁷³ <http://platfor.ma>

громадян та жителів великих міст. Пише про ініціативи талановитих українців, найкращі міжнародні ініціативи, навчальні програми в країні та за кордоном, інновації та реформи, цікавинки у мистецтві, науці, бізнесі та нових технологіях, а також заходи, які варто відвідати.

- > **Korydor**⁷⁴ — онлайн-журнал про сучасну культуру Фондації «Центр Сучасного Мистецтва». Заохочує критичне мислення та забезпечує платформу для спілкування між різними громадами.
- > **«Всі. Свої»**⁷⁵ — пропонує одяг, взуття, аксесуари, меблі та харчування українських дизайнерських брендів. Починав свою роботу як ринок, а зараз також має магазин у центрі Києва.
- > **Мистецький Арсенал**⁷⁶ — великий культурно-мистецький центр, який об'єднує і розвиває різні види мистецтва та культурні заходи. Всі його проекти мають сильну освітню складову. Арсенал діє як посередник між експертами та широкою громадськістю. Одним з найуспішніших проектів є дитячий фестиваль «Арсенал ідей».
- > **HIS: Made in Ukraine**⁷⁷ — магазин товарів для дому та меблів.

4.7.3 Завдання і проблеми в Україні

- > Низький рівень споживання культурної продукції та участі в культурі демонструє розрив між пропозицією та попитом на ринку креативної економіки.

Система індикаторів впливу культури на розвиток (CDIS) ЮНЕСКО показала, що частка витрат українських домогосподарств на культурні заходи, товари та послуги у загальній сумі витрат у 2014 році становила 0,66%. Оскільки частка зайнятості у сфері культури у загальній зайнятості становить 3.17%, є ризик зростання розриву між виробництвом та споживанням.

- > *Результати діяльності ККІ направлені на професіоналів, тоді як відносинами з ринком часто нехтують.*

Підприємці вкладають багато зусиль у розвиток продукту, але не беруть до уваги громадян-споживачів, охоплюючи таким чином лише обмежене коло людей. Часто це відбувається через відсутність необхідної підготовки, знань у сфері маркетингу та менеджменту, а також невміння залучати аудиторію. Це також стосується більшості закладів культури та неурядових організацій, чий персонал не володіє навичками та фінансовими ресурсами для розробки комунікаційних планів.

4.8 Заохочення інтернаціоналізації та співпраці

Країн Східного партнерства поступово стають все більш активними на міжнародній арені, використовуючи культуру як вісника «м'якої сили», що формує їхню особливу ідентичність. Багато з них проводять міжнародні

⁷⁴ <http://www.korydor.in.ua/>

⁷⁵ <https://www.facebook.com/vsi.svoi/>

⁷⁶ <https://artarsenal.in.ua/>

⁷⁷ <http://his.ua/shop>

туристичні кампанії та використовують культуру як центральний елемент, заснований на багатій культурній спадщині. Проте ККІ ще не інтегровані до економічних та торговельних відносин у зв'язку з експортними та інвестиційними кампаніями. Країни Східного партнерства можуть розкрити потенціал місцевих креативних талантів та людських ресурсів та їхній внесок у додану вартість економіки в нових національних PR-кампаніях. Через малий розмір ринку більшості цих країн інтернаціоналізація є необхідним кроком для розширення аудиторії та діяльності ККІ.

З'являється більше можливостей для професійної мобільності та обміну, хоча умови в різних країнах Східного партнерства є різними. Для громадян Східного партнерства обмежень на поїздки по регіону немає. П'ять країн Східного партнерства не вимагають віз чи запрошень на в'їзд від громадян ЄС. Проте подорожі до ЄС обмежені для громадян трьох країн Східного партнерства. Молдова, Грузія та Україна отримали безвізовий режим для Шенгенської зони. Триваючий конфлікт у п'яти країнах Східного партнерства породжує нестабільність, яка впливає на міжнародні зв'язки, торгівлю та співпрацю.

Усі країни Східного партнерства беруть участь у великих міжнародних культурних організаціях та підписали міжнародні культурні конвенції, наприклад, в рамках ЮНЕСКО. Вони є активними партнерами в декількох міжнародних проектах⁷⁸ Ради Європи та ЄС, орієнтованих на культурну спадщину, музеї, фільми, декоративно-прикладне мистецтво та видавничу діяльність.

Одним з найбільших досягнень регіону є участь у Програмі ЄС «Креативна Європа». Три країни Східного партнерства зараз є членами, а інші ведуть переговори або розглядають питання про вступ до ЄС. Переваги виходять за рамки фінансування для різних аспектів співпраці в галузі культури та ЗМІ. Програма дає країнам Східного партнерства можливість співпрацювати з європейськими колегами у спільних креативних проектах. Розвиток партнерських відносин є основою більшості вимог проектів за програмою «Креативна Європа». Програма передбачає фінансування формальної та неформальної освіти та навчальних заходів між спеціалістами одного рівня для фахівців ККІ, що допомагає їм підтримувати зв'язок з потенційними міжнародними партнерами. Недоліки багатьох представників ККІ у країнах Східного партнерства включають брак міжнародних контактів та навичок управління проектами, а також те, що більшість проектів потребує 40-50% співфінансування, що перешкоджає залученню багатьох можливих партнерів.

Фестивалі в країнах Східного партнерства сприяють розвитку регіону та інтернаціоналізації ККІ. Конкурси, фестивальні програми, паралельні презентації та лекції посувають креативну продукцію та представників творчих професій як вдома, так і за кордоном, і допомагають місцевим митцям та виробникам культурного контенту брати участь у подібних заходах за кордоном. Фестивалі відвідують іноземні фахівці, продюсери, режисери й пов'язані з ними компанії та організації. Деякі експортують свою концепцію в інші міста за кордоном і організують «дочірні» проекти. Багато фестивалів також беруть участь у міжнародних мережах, які забезпечують постійний

⁷⁸ Наприклад, «Київська ініціатива»; «Зміцнення креативних індустрій у Вірменії, Азербайджані та Грузії»; Heritage Crafts — загальна платформа для розвитку; «Книжкова платформа»; «Програма відродження Чорного моря»; «Давай поговоримо про кіно на Південному Кавказі!».

контакт та доступ до можливостей для фахівців та організацій регіону. Фестивалі в цілому найбільш готові до участі у програмі «Креативна Європа».

Більшість країн Східного партнерства⁷⁹ беруть активну участь у Кубку креативного бізнесу Creative Business Cup (CBC), глобальній платформі для інноваційних підприємств, що базується в Копенгагені. Платформа надає можливості підприємцям у креативних галузях та координує національні конкурси; відкрита цілий рік. Місцеві контактні пункти сприяють проведенню національних змагань, переможці яких потім продовжують конкурувати на міжнародній арені. Члени CBC — організації та підприємці — мають можливість розвивати свої навички та налагоджувати зв'язки з інвесторами та світовими ринками.

Щоб діяти на міжнародному рівні, потрібен певний набір навичок та матеріальних ресурсів. Фахівці визнають, що їхній масштаб діяльності недостатній для успішної роботи на міжнародному ринку, тож їм потрібно співпрацювати, шукати партнерів, обмірковувати проблеми разом та ділитися інформацією. Це вимагає інтенсивнішого нарощування потенціалу сектору у розробці довгострокових стратегій та покращення управлінських навичок, таких як залучення фінансування та створення мережі ділових зв'язків і контактів. Інституції повинні включити інтернаціоналізацію у свої програмні пріоритети та впроваджувати плани та інструменти, які дозволятимуть ККІ діяти на міжнародному рівні.

4.8.1 Міжнародна практика

Go International⁸⁰ (Австрія)

- > *Ініціатива з інтернаціоналізації, створена у 2003 році для підтримки австрійського бізнесу як надійних та цікавих партнерів за кордоном. Надає окремим підприємствам досвід, інструменти та можливості вивести свою пропозицію на міжнародний рівень. Координується з іншими австрійськими економічними та торговельними установами, які надають додаткові інструменти фінансової підтримки.*

Талліннський тиждень музики⁸¹ (Естонія)

- > *Талліннський тиждень музики (TMW) був заснований у 2009 році як ініціатива для інтернаціоналізації музичної індустрії через фестиваль культури та музики. З тих пір вона розрослася і перетворилася на міський фестиваль, що триває увесь тиждень та охоплює мистецтво, дизайн, нові технології, міський простір, гастрономічну культуру та різні соціальні проблеми. Сьогодні TMW став місцем зустрічі європейських креативних спільнот.*

Додаткові приклади:

Регіональні центри, що просувають інтернаціоналізацію ККІ: Каталонський інститут культурних підприємств⁸², Flanders DC⁸³ та Програма музичного експорту NOMEX⁸⁴.

⁷⁹ Білорусь, Грузія, Молдова та Україна.

⁸⁰ <https://www.go-international.at/>

⁸¹ <https://tmw.ee>

Європейські та міжнародні мережі та платформи: *Creative Business Cup*⁸⁵, «*Creative Tracks: таланти без кордонів*»⁸⁶, Європейська мережа креативних хабів⁸⁷, Європейська фестивальна платформа⁸⁸ та програма "«Креативна Європа»»⁸⁹.

4.8.2 Можливості в Україні

> У 2015 році Україна приєдналася до програми «Креативна Європа».

Участь України у програмі «Креативна Європа» надає широкі можливості для українських представників сектору культури та ЗМІ: у її рамках вони не лише можуть проводити проекти міжнародного співробітництва, які спільно фінансуються ЄС, але й отримувати переваги, пов'язані з наближенням до європейської спільноти. Участь дає доступ до різноманітних можливостей для партнерської діяльності, виходу на міжнародні ринки, знань та умінь. У перший рік було підготовано багато заявок (25), і вже було успішно реалізовано 4 проекти з участю України у сфері співпраці у сферах соціального театру, культурної спадщини, музеїв та музики.

> Організація та активізація роботи Національного бюро «Креативна Європа».

Національне бюро програми «Креативна Європа» засноване в 2016 році та наразі діє на базі Міністерства культури та Українського центру культурних досліджень. З тих пір Бюро організує заходи з інформування громадськості, зокрема семінари, конференції, тренінги та інформаційні дні; а також особисті та онлайн-консультації безпосередньо з представниками сектору. Спільно з Міністерством закордонних справ розробляється онлайн-база даних українських ККІ, яка буде запущена в 2018 році.

> Позитивна діяльність із просування України на міжнародному рівні.

Нещодавня діяльність із просування певних українських ККІ за кордоном виявилася успішною. Державне агентство України з питань кіно інвестує в показ українських фільмів на фестивалях, зокрема, на Берлінському кінофестивалі, з метою реалізації спільних проектів та налагодження партнерських відносин. Крім того, український павільйон на Венеційській бієнале 2017 року, присвячений фотографу Борису Михайлову, був прийнятий дуже позитивно.

> Успішна участь українських міст у програмі «Міжкультурних міст» Ради Європи.

Різні міста України — Мелітополь, Луцьк, Одеса, Павлоград, Суми та Вінниця — успішно приєдналися до мережі Ради Європи та отримали можливість обмінюватися з іншими містами Європи досвідом просування культурного розмаїття для розвитку своїх громад.

⁸² http://cultura.gencat.cat/ca/departament/estructura_i_adreces/organismes/icec/

⁸³ <http://www.flandersdc.be/nl/promotie>

⁸⁴ <http://nordicmusicexport.com>

⁸⁵ <http://www.creativebusinesscup.com/>

⁸⁶ <http://www.creativetracks.org/>

⁸⁷ <http://creativehubs.eu/>

⁸⁸ <http://www.effe.eu/>

⁸⁹ <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>

- > *Участь у Кубку креативного бізнесу Creative Business Cup (Копенгаген).*

Цей національний конкурс проводиться Izone з 2016 року та об'єднує молоді стартапи з креативними ідеями. Переможці в СВС-Україна взяли участь у міжнародних фіналах у Данії, які зібрали глобальну мережу підприємців, великі корпорації та інвесторів з більш ніж 70 країн.

- > *Фестивалі слугують координаційними центрами для професійного розвитку та просування сектора.*

Різноманітні заходи та фестивалі у різних галузях по всій країні діють як координаційні центри, які надають фахівцям та аудиторії доступ до культурного контенту з-за кордону, представляють українську продукцію на міжнародному рівні та сприяють просуванню країни через її культуру та креативність. Багато з них також проводять заходи з розширення аудиторії та професійні тренінги.

Місцеві приклади:

- > *Львівський медіа-форум⁹⁰*
- > *Тиждень моди Mercedes Benz Fashion Days⁹¹ (Київ/Одеса)*
- > *Одеський міжнародний кінофестиваль⁹²*
- > *Форум видавців у Львові⁹³*
- > *Міжнародний Архітектурний Фестиваль CANactions⁹⁴*
- > *Міжнародний фестиваль документального кіно про права людини Docudays⁹⁵*

4.8.3 Завдання і проблеми в Україні

- > *Брак навичок та ноу-хау у спільноті ККІ для налагодження зв'язків та збору коштів на міжнародному рівні, зокрема, для максимального використання потенціалу програми «Креативна Європа».*

Попри всю роботу, що проводиться Національним бюро «Креативна Європа»⁹⁶, а також високий інтерес та мотивацію подавати заявки, культурні оператори ще повинні опанувати певні знання, уміння та навички, щоб мати змогу скористатися можливостями програми «Креативна Європа» в повному обсязі. Для створення успішної пропозиції необхідні, зокрема, навички написання заявок, пошуку партнерів, планування проектів і бюджету та моніторингу. Українським ККІ ще потрібно краще зрозуміти європейські концепції та зробити їх частиною своїх проектів. Їм також бракує досвіду в таких сферах, як сталий розвиток проектів, що поєднують різні джерела фінансування та залучення аудиторії. Більш того, незважаючи на зацікавленість інших європейських колег у виявленні та зустрічі з українськими партнерами, необхідна база даних українських культурних операторів англійською (наразі розробляється Національним бюро програми

⁹⁰ <http://lvivmediaforum.com/>

⁹¹ <http://mbkievfashiondays.com/>

⁹² <http://oiff.com.ua/>

⁹³ <http://bookforum.ua/>

⁹⁴ <http://festival.canactions.com>

⁹⁵ <http://docudays.org.ua/>

⁹⁶ <http://creativeeurope.in.ua/>

«Креативна Європа»). За межами «Креативної Європи» фахівцям ККІ бракує навичок та ресурсів, щоб залишитися на міжнародній арені та розробляти міжнародні стратегії залучення фінансування та партнерства. Крім того, цілі міжнародних програм та донорів не завжди відповідають актуальним місцевим потребам.

- > *Необхідність суворішого дотримання законодавства ЄС стосовно аудіовізуальних матеріалів перешкоджає повній участі в підпрограмі «Медіа» програми «Креативна Європа».*

Участь України в підпрограмі «Медіа» програми «Креативна Європа» все ще обмежена через відсутність відповідності Директиви про аудіовізуальні медіапослуги. Діюче українське законодавство для цього сектора потребує відповідного перегляду, зокрема, стосовно захисту неповнолітніх.

- > *Процес приєднання до мережі Eurimages, що триває і досі, не був завершений.*

Незважаючи на готовність приєднатися до мережі Eurimages з 2013 року, фінансові причини перешкоджають Україні стати офіційним членом і, отже, обмежують доступ українських кінематографістів до можливостей, які пропонуються європейським спільним кінематографічним виробництвом.

- > *Незавершене обговорення законодавства щодо сертифікації національної продукції / фільмів перешкоджає спільним міжнародним проектам.*

Європейська конвенція про спільне кінематографічне виробництво, підписана у 1990-х роках, була остаточно ратифікована у 2012 році. І все ж, незважаючи на мандат Державного агентства України з питань кіно, законодавство щодо сертифікації національної кінопродукції все ще не прийняте через постійні обговорення, які не дають конкретних результатів та перешкоджають Україні отримувати вигоду від офіційних спільних міжнародних проектів.

- > *Непродумана та фрагментована підтримка міжнародної мобільності перешкоджає довготривалій підтримці міжнародних зв'язків та партнерських відносин.*

Уряд не має систематичної програми підтримки інтернаціоналізації. Альтернативне, хоч все ще й нерегулярне джерело фінансування — приватна підтримка від посольств, міжнародних організацій та донорів. Така неможливість прогнозування запобігає довгостроковому плануванню та стабільності міжнародних зв'язків та партнерських відносин.

- > *Відсутність стратегії культурної дипломатії, що об'єднала би широке коло ККІ.*

Цілям просування національного культурного продукту на міжнародних ринках бракує систематичного інвестування в брендинг країни в рамках більш широкого та сучасного бачення та стратегії ККІ. Українські дипломатія, торгівля та експорт мають поглибити інтеграцію ККІ з метою заохочення та відкриття міжнародних можливостей для талантів та промисловості країни.

5. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ

5.1 Нормотворча діяльність, залучення широкого кола учасників і платформ.

- > **Визнати роль культури та креативності у розвитку та прийняти ширше бачення ККІ.**
- > **Підвищувати рівень обізнаності щодо ККІ та розробити план сталого розвитку на всіх рівнях влади.**
- > **Підтримувати налагодження партнерств у межах ККІ та посилити зв'язок із сектором ІТ.**

5.1.1. Короткострокові дії

- а) Розробити короткострокову «дорожню карту» для ККІ, яка відобразить стратегію культури до 2025 року та надасть чіткий мандат новому відділу проблем розвитку культурних і креативних індустрій Міністерства культури.

Стратегічне бачення та цілі діючої стратегії «Культура до 2025 р.», які включають ККІ, все ще вимагають чіткої дорожньої карти для реалізації. Міністерство культури має розробити план дій ККІ, який буде затверджуватися та коригуватися щорічно, з визначенням конкретних цілей, дій та інструментів, які мають бути реалізовані у чіткі строки. В рамках цього плану дій нещодавно створений відділ ККІ, Державне агентство України з питань кіно та Український інститут книги повинні мати чітко сформульовані функції та мандати.

- б) **Сприяти взаємодії технологій та креативності через програму оцифрування та комунікації культурної спадщини.**

Міністерство культури має запуснути програму для оцифрування та розвитку цифрових архівів для багатой та різноманітної культурної спадщини країни, а також проводити широкі та інтерактивні комунікаційні кампанії.

- с) **Сприяти взаємодії та інтеграції ККІ в економічну та інноваційну політику.**

Уряд повинен визнати потенціал ККІ для створення цінності та самобутності продукції, послуг та території та сприяти взаємодії технологічної сфери та інших галузей економіки з ККІ, а також інтеграції ККІ в інструменти з просування малого і середнього бізнесу та стратегії туризму. Чітка політика повинна сприяти поєднанню традиційного промислового сектора з ІТ та креативною спільнотою, зокрема, із сектором реклами, дизайну та аудіовізуальним сектором.

- д) **Заохочувати створення професійного альянсу ККІ.**

Спільнота ККІ має організувати неформальну національну платформу, яка включатиме компанії, неурядові організації, державні установи та об'єкти. Цей процес має вирішальне значення для подолання розпорошеності сектора та створення спільної платформи, яка здатна представляти сектор та вести структурний діалог із владою.

е) Проводити мапування місцевих культурних і креативних ресурсів.

На місцевому / регіональному рівнях слід проводити заходи з мапування, щоб визначити інфраструктуру, об'єкти, організації, заходи, динаміку та активи для сприяння децентралізації. Цей процес дозволить зрозуміти існуючі ресурси та стати інструментом планування для зацікавлених сторін та державних органів, які бажають сприяти зростанню своїх регіонів та громад, покращувати інфраструктуру міста чи регіону та розвивати місцеву економіку. Такі заходи також сприятимуть залученню та інформуванню громадськості. Дані можуть позначатися на мапах та відображатися в інтерактивному режимі. Мапи можуть використовувати шаблон ⁹⁷ ініціативи «Креативні міста та регіони» Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», яка видала довідник⁹⁸ з мапування.

ф) Створити науково-дослідний орган ККІ в Україні.

Він має контролювати впровадження Системи індикаторів впливу культури на розвиток (CDIS) ЮНЕСКО, що має вирішальне значення для порівняння наборів даних з різних країн. До цього процесу необхідно залучити галузеві установи, організації та різні зацікавлені сторони, щоб забезпечити збирання якісних даних та впровадження процесів моніторингу. Повинні проводитися моніторинг та оцінка державної політики, інструментів та програм підтримки. Необхідно полегшити відкритий доступ та поширення даних.

5.1.2 Середньострокові дії

а) Запровадити національну політичну та законодавчу базу для ККІ на основі колективної участі.

Необхідно започаткувати новий міжвідомчий процес для визначення національної стратегії та законодавчої бази для ККІ, яка спиратиметься на «Національну стратегію розвитку культури до 2025 року» та інтегруватиме інші сфери політики та зацікавлені сторони за межами культури, тобто економіку, освіту та регіональний розвиток. Ця стратегія повинна бути спрямована на взаємодію між різними сферами політики в рамках креативності та інновацій. Цей процес має передбачати участь різних зацікавлених сторін та включати в себе різні сфери політики та регіони. Законопроект про національну культурну продукцію має бути переглянутий та інтегрований у цю більш широку стратегію креативної економіки.

б) Скоригувати національну мовну політику таким чином, щоб пропагувати українську мову в рамках культурного розмаїття.

Національна мовна політика, що просуває використання української мови, повинна координуватися з міжкультурним діалогом та політикою соціокультурного розмаїття, щоб забезпечити пропагування та поєднання з іншими мовами, якими розмовляють українці, включаючи двомовних україно-

⁹⁷ Пілотним містом в Україні стало м. Косів.

⁹⁸ Ліа Гіларді, «Використання культурних та креативних ресурсів на 100%. Довідник з мапування та розробки стратегій для креативних міст та регіонів», Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», 2017 р.
<https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/2017/170809%20Creative%20Town%20and%20Regions%20Handbook%20FINAL.pdf>

та російськомовних, а також представників національних меншин. Російську, як другу найбільш поширену мову, слід враховувати з точки зору її потенціалу для культурного експорту до сусідніх країн.

с) Створити автономну міжвідомчу робочу групу для координації ККІ.

Міжвідомча робоча група повинна взяти на себе роль представництва, координації та впровадження стратегій ККІ. Це завдання включає в себе встановлення регулярних зв'язків та діалогу з громадянським суспільством та професійними галузевими платформами, а також іншими зацікавленими сторонами, в т. ч. бізнесом та науковим співтовариством.

д) Сприяти створенню та розвитку кластерів та мереж.

Ці платформи допоможуть фахівцям спілкуватися між собою, координувати заходи та нарощувати масштаби економічної діяльності. Вони повинні бути різноманітними, міжгалузевими та організовуватися через низові ініціативи. Для спілкування та висвітлення своїх представників та заходів, а також зв'язку ККІ з широкою аудиторією можуть бути розроблені цивільні платформи. Особливу увагу можна приділяти підгалузям, що мають найбільший потенціал, наприклад, ІТ, мода, декоративно-прикладне мистецтво, видавнича справа, дизайн та аудіовізуальний сектор.

е) Запустити національну програму для місцевих мікропроектів ККІ.

З метою посилення ролі ККІ в процесі децентралізації потрібно запустити національний відкритий конкурс для підтримки проектів ККІ на місцевому рівні. Ця програма випробовуватиме низові партнерські зв'язки та рішення з урахуванням розвитку нової соціальної та культурної інфраструктури та сприятиме розвитку активного громадського простору та місцевої економіки.

ф) Проводити підгалузеві кваліфіковані дослідження розвитку аудіовізуального сектору, моди та видавничої справи.

Для певних сфер існує потреба в конкретних стратегіях підгалузевого аналізу та розвитку, які дозволять краще визначити поточну динаміку та майбутні перспективи. Аудіовізуальний сектор, видавнича справа та мода повинні стати пріоритетними підгалузями з урахуванням існуючого потенціалу та швидкого зростання.

5.2 Інфраструктура, фінансування та нормативна база

- > **Налагоджувати зв'язки та підтримувати розвиток необхідної інфраструктури та креативних хабів.**
- > **Підтримувати сприятливу екосистему та нормативну базу для ККІ.**

5.2.1. Короткострокові дії

а) Сприяти та підтримувати доступ креативних проектів до приміщень та місць громадського користування.

Малими незалежними ініціативами повинні надаватися квоти, що базуються на проектних пропозиціях та / або публічних тендерах, особливо коли їм вдається залучити кошти, щоб полегшити та підтримувати доступ фахівців ККІ

до приміщень, як у місцях громадського користування (наприклад, у культурних установах), так і у незайнятих будівлях. В рамках цього процесу також повинні підтримуватися креативні хаби, а також художні та культурні майданчики зі стабільною динамікою роботи та управлінськими можливостями. Це матиме позитивний вплив на відродження ініціатив на міському рівні.

б) Промотувати програми мобільності / розміщення для центрів та хабів в Україні.

Безліч ділових і творчих вузлів, креативних хабів та коворкінгів, що діють по всій країні, мають налагодити кращий зв'язок та співпрацю. Є потреба у просуванні спільної програми розміщення або мобільності для керівників хабів та підприємців або фахівців між існуючими центрами. З часом вона також може перетворитися на міжнародну програму мобільності, що дозволить обмінюватися з іншими хабами в Європі та у всьому світі.

с) Сприяти управлінню на основі фактичних даних та співпраці між державними установами та спільнотою незалежних підприємців та стартапів.

Необхідно поступово запроваджувати більш гнучке управління проектами, організаціями та установами ККІ на основі фактичних даних, від якого має залежати державне фінансування. Це допоможе створити можливості для професійного та кар'єрного росту та безперервної освіти, а також для оцінки лідерства та персоналу, просування стратегічного планування, включаючи маркетинг, комунікацію та бізнес-моделі. У випадку державних закладів культури слід сприяти налагодженню співпраці з незалежним сектором та іншими креативними підприємцями. Також важливим для налагодження взаємодопомоги є заохочення створення мереж та співпраці між установами культури, пов'язаної з гастролями.

д) Забезпечити створення конкурентної системи фінансування за рахунок нового Українського культурного фонду.

Між державою та сектором повинні бути створені нові відносини через новий Культурний фонд, який впроваджуватиме прозорий та систематичний процес грантової програми, яка є інклюзивною та адаптованою до різних гравців: установ культури, незалежних / неурядових організацій, а також креативних підприємців. Він повинен керуватися принципом довгострокового контролю, забезпечуючи рівний доступ, надання фінансування на основі пропозицій проекту, а також оцінки та моніторингу. У конкретному випадку надання лінії фінансування підприємствам ККІ, програма повинна бути сформульована спільно з Міністерством економіки в рамках його стратегій та програм малого і середнього бізнесу з метою адаптації до різних життєвих циклів ККІ.

е) Створити стимули для заохочення благодійності та інвестицій в ККІ.

Необхідно розробити та прийняти закони, які надаватимуть податкові пільги спонсорам, донорам та іншим інвесторам, які підтримують ККІ. Ці пільги мають вирішальне значення для того, щоб зробити сектор більш привабливим, особливо для компаній з політикою корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Будь-яка така зміна законодавства повинна супроводжуватися інформаційною кампанією для підвищення обізнаності бізнес-спільноти.

- f) Розробити новий закон щодо аудіовізуальних матеріалів, що відповідає стандартам ЄС.

Аудіовізуальний сектор вимагає створення нової правової бази, що виходила б за рамки кінематографа та охоплювала б завдання та проблеми цифрової економіки. Цей закон повинен відповідати стандартам ЄС, щоб Україна могла брати участь у підпрограмі «Медіа» програми «Креативна Європа». Роль Державного агентства України з питань кіно у налагодженні зв'язків та консультуванні зацікавлених сторін сектора в цьому процесі є ключовою. Необхідно сприяти потенційній взаємодії з ІТ-сектором.

5.2.2 Середньострокові дії

- a) Сприяти створенню спільної платформи / мережі серед креативних, мистецьких, ІТ- та бізнес-хабів.

Існуючі хаби повинні регулярно збиратися, співпрацювати та просувати спільну платформу та заходи, зокрема обмін персоналом, навчальні заходи між спеціалістами одного рівня, дебати, координаційні заходи, тренінги, хакатони та лабораторії. Спільна мережа допоможе цим майданчикам і структурам мати єдиний голос і просувати свою діяльність. Ця спільна взаємодія також сприяє подальшому розвитку партнерських відносин, міжгалузевому співробітництву та адвокації.

- b) Впровадити сприятливе законодавство та пільги для створення та розвитку організацій і підприємств ККІ.

Податкова система повинна бути спрощена, щоб забезпечити легкий та безпроблемний початок діяльності (зокрема, зменшення зобов'язань для підприємців, особливо у перші роки роботи). Перегляд податкової системи також має забезпечити більш стабільну державну бюджетну підтримку креативної та інноваційної політики, пов'язуючи її, наприклад, з податками на тютюнові вироби, алкогольні напої, лотереї та / або відрахування від ліцензій на телевізійне мовлення та продажу DVD-дисків. Держава також повинна виступати посередником між інвесторами та приватним сектором (надавати мікрокредити, створювати умови для меценатів-інвесторів та венчурного капіталу).

- c) Моніторинг та підвищення обізнаності щодо авторських прав та впровадження колективної підзвітності управління.

Є потреба підвищити обізнаність щодо процедур захисту авторського права серед всіх зацікавлених сторін сектору, реформувати та спростити закони про авторське право та суміжні права на користь ККІ. Колективна підзвітність управлінню повинна розширюватися, зокрема, шляхом підтримки товариств колективного управління. Повинні бути розроблені більш прозорі процедури збору та розподілу роялті. З метою полегшення збору даних для оцінки та моніторингу галузей необхідно налагодити міжвідомчі відносини між компетентними органами. Нарешті, слід також враховувати та проаналізувати нові форми оплати праці та бізнес-моделі, засновані на відкритих джерелах та ліцензії Creative Commons.

- d) **Завершити реформу громадського мовлення та сприяти редакційній та фінансовій автономії, щоб забезпечити чесну конкуренцію та ідейний плюралізм.**

Необхідно посилити правові рамки, щоб забезпечити свободу вираження поглядів, підзвітність власників та рівні можливості для доступу до каналів дистрибуції, розподілу частотних ресурсів, ліцензування та реклами. Держава відіграє вирішальну роль у забезпеченні прозорості, підзвітності та чесної конкуренції, яка дозволяє розвивати загальну інфраструктуру ККІ, а також сприяє виробництву та розподілу місцевого контенту.

5.3 Навички, аудиторія та ринки

- > **Сприяти креативності та розвитку підприємницьких навичок у системі освіти на всіх рівнях**
- > **Залучати та просувати ККІ серед широкої аудиторії**

5.3.1 Короткострокові дії

- a) **Розвивати стратегічні та комунікативні навички в державних установах культури.**

Міністерство культури має спільно з приватним сектором розробити програму, яка запрошуватиме підприємців, представників неурядових організацій та приватних компаній до обміну досвідом, обговорення та пропозиції нових концепцій, спільних проектів для національних та місцевих культурних установ.

- b) **Інтегрувати неформальні освітні ініціативи як пілотні проекти у загальноосвітні навчальні заклади та університетські програми.**

Декілька неформальних освітніх ініціатив виявились успішними, тому слід сприяти співпраці із загальноосвітніми навчальними закладами та університетами. Теми гуманітарних наук, мистецтва, сучасної культури та неієрархічні методи навчання повинні випробовуватися в межах формального навчального середовища та програм. Крім того, найкращі практики та уроки, отримані в рамках альтернативних та неформальних освітніх проектів і платформ, повинні обговорюватися та включатися до стратегій реформування шкільної системи.

- c) **Включити курси управління до навчальних програм ККІ у вищих навчальних закладах.**

Вищі навчальні заклади повинні включати різноманітні художні, культурні та креативні управлінські навчальні програми, які би включали розвиток стратегічних та комунікативних навичок, вміння розширювати аудиторію. Ці програми повинні створювати необхідні зв'язки з галузевими організаціями та установами, а також суспільством в цілому, щоб забезпечити можливості практики для студентів. Слід заохочувати зв'язки та спільні робочі групи між студентами художніх та креативних дисциплін та студентами спеціальностей бізнесу та менеджменту. Вони також мають сприяти проведенню досліджень у галузі ККІ, збору даних, організації гостьових лекцій, відкритих університетів, онлайн-курсів та конкурсів у цій галузі.

- d) Проводити обмін знаннями між фахівцями одного рівня, спрямовані на лідерів культури та активістів, що працюють в рамках процесу децентралізації.

Необхідно проводити навчальні заходи між фахівцями одного рівня для підвищення обізнаності щодо ролі ККІ у економічному та територіальному розвитку в рамках процесу децентралізації. Міністерство культури має організувати низку заходів (зустрічей, лекцій тощо) та обмінів між фахівцями одного рівня для поєднання місцевої влади та культурних операторів у регіонах з підприємцями та представниками ККІ.

5.3.2 Середньострокові дії

- a) Створити мережу магазинів / майстерень для місцевої продукції ККІ під брендом «Зроблено в Україні» по всій країні.

Ці магазини / майстерні повинні слугувати координаційними центрами для поширення творчих робіт та виробів — декоративно-прикладного мистецтва, місцевої продукції, моди, інших дизайнерських виробів, публікацій. Музей, об'єкти культурної спадщини та інші культурні майданчики мають включати такі торгові стійки, що слугуватимуть вітринами та місцями продажу продукції ККІ. Ці установи також можуть запускати місцеві конкурси ідей для створення продукції / послуг, пов'язаних із місцевою культурною та природною спадщиною.

- b) Розробити спільну освітню та науково-дослідну програму для ІТ та ККІ, що пов'язуватиме наукове співтовариство та виробничі галузі.

З метою підвищення кваліфікації фахівців, сприяння інвестиціям в інновації та налагодження зв'язків між науковим співтовариством та виробничими галузями, повинна бути створена спільна програма, спрямована на заохочення та підтримку післядипломної освіти та науково-дослідної діяльності, що пов'язуватиме ІТ та ККІ. Необхідно сприяти співробітництву між науково-дослідними центрами та інкубаторами на базі університетів, щоб дозволити експерименти та випробування бізнес-проектів, а також підтримувати зв'язок з інвесторами.

- c) Інтегрувати майстерні та клуби у школи та заклади вищої освіти.

Майстерні та клуби необхідно започаткувати як пілотні проекти і поступово інтегрувати в школи. Митці, експерти в галузі ІТ та інші креативні підприємці повинні сприяти використанню усіх можливих креативних компетенцій і процесів, а також навчати командній роботі.

- d) Розробити програми мобільності та стажування для студентів, випускників та підприємців.

Спільна програма Міністерства культури та Міністерства освіти повинна підтримувати регіональну та міжнародну мобільність та обміни в рамках навчання і стажування студентів, молодих випускників та підприємців у школах / університетах, креативних хабах та інших організаціях і компаніях ККІ.

5.4 Інтернаціоналізація та співробітництво

- > **Просувати українські таланти та творчість у всьому світі**
- > **Забезпечувати ресурси для міжнародного співробітництва та торгівлі**

5.4.1 Короткострокові дії

- а) Активізувати діяльність Національного бюро програми «Креативна Європа».**

Членство в програмі «Креативна Європа» повинно повністю супроводжуватись, контролюватися та підтримуватись активною діяльністю Національного бюро програми. Найвже Національне бюро в Україні є перспективним, але його діяльність повинна бути продовжена та посилена. Вона повинна сприяти інформаційним та консультативним кампаніям по всій країні та нарощувати потенціал підприємців та фахівців для участі у конкурсах і успішної реалізації проектів. Для цього Національне бюро повинно мати належні фінансові ресурси та досвідчену команду. Крім інших заходів, Бюро повинно: комунікувати цілі та критерії Програми, надавати інформацію про них; визначати та підтримувати зв'язки з потенційними європейськими партнерами, мережами та консорціумами; тренувати і забезпечувати підготовку з питань розробки проектних заявок; підтримувати базу даних українських культурних операторів англійською.

- б) Розробити стратегію культурної дипломатії та зовнішніх відносин.**

Міністерство культури, Міністерство закордонних справ та Міністерство економіки повинні розробити політику зовнішніх відносин ККІ. Дипломатичні, експортні та торговельні місії можуть просувати сучасну українську культуру, ІТ та творчі таланти, щоб пов'язати культурну самобутність та продукцію України з її зовнішньою політикою. Потрібно надавати більше пільг для залучення інвестицій та відкриття нових ринків.

- в) Створити ефективну схему надання грантів для участі у міжнародних проектах.**

Необхідно створити гнучку та маневрену схему грантів (з кількома регулярними відкритими конкурсами на рік) для підтримки та полегшення міжнародних поїздок, зокрема, для визначення та зустрічі партнерів, участі у мережах, проектах резиденцій, міжнародних ярмарках, місіях та фестивалях.

- г) Забезпечити підтримку для пошуку фінансування з боку міжнародних проектів та консорціумів.**

Участь у міжнародних консорціумах вимагає співфінансування. Це часто перешкоджає участі малого бізнесу. Тому для отримувачів грантів за міжнародними заявками (зокрема, для програми «Креативна Європа») потрібно надавати підтримку для пошуку фінансування у вигляді вигідних мікрокредитів або схем державної підтримки.

- е) Створити правову базу для визначення «сертифікації національної кінопродукції» та стати членом Eurimages для підтримки офіційних спільних міжнародних проектів.**

Є потреба у створенні законодавчої бази для визначення «сертифікації національної кінопродукції» — передумови для можливості участі в спільних міжнародних проектах та отримання переваг від них. Процес приєднання до Eurimages повинен бути завершений після ратифікації та вступу в силу Європейської конвенції про спільне кінематографічне виробництво.

f) Розбудовувати та посилювати поточну співпрацю між країнами Східного партнерства.

Необхідно продовжувати та зміцнювати програми підготовки спеціалістів одного рівня: обмінюватися знаннями та досвідом, створювати інформаційну базу знань, розвивати нормотворчу діяльність, комунікацію та адвокацію, а також підвищувати обізнаність щодо потенціалу ККІ у країнах Східного партнерства. Слід проводити спільні програми з нарощування потенціалу та мобільності, надавати гранти на проекти та створювати платформи для демонстрації місцевих талантів і ресурсів.

5.4.2 Середньострокові дії

a) Створити координаційний центр «Креативна Україна» для підтримки та просування ККІ України за кордоном.

Цей координаційний центр виступатиме посередником з двома чітко вираженими місіями: інформування та нарощування потенціалу сектору всередині країни та просування ККІ України за кордоном. Цей сектор потребує підтримки міжнародних проектів: надання інформації та контактів, зокрема, шляхом ведення актуальної бази даних партнерів, інвесторів, мереж, консорціумів та проектів; встановлення зв'язків з міжнародними компаніями; забезпечення коучингу та тренінгів для співробітництва та експортування практичного досвіду, знань та умінь; виявлення можливостей міжнародного фінансування та їхнє використання. У цей координаційний центр може бути інтегроване Національне бюро програми «Креативна Європа». Він повинен підтримувати зв'язки та співпрацювати з діаспорою, щоб вона виступала потенційним інвестором та «послом».

По-друге, центр повинен розробити план комунікації та брендингу для просування України через її таланти, контент, продукцію та послуги ККІ. Необхідно організовувати демонстрації та заходи ККІ вдома та за кордоном. Ці зусилля також повинні бути узгоджені з керівними організаціями у сфері туризму, щоб включити культурний туризм в якості однієї з цілей.

ДОДАТОК А: СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

«Культурне планування міста Львів: культурне мапування», Центр культурного менеджменту (2008 р.), Європейський культурний фонд, Львів

<https://static1.squarespace.com/static/526e5978e4b0b83086a1fede/t/53176718e4b03ba201892aa5/1394042648173/Cultural+Planning+in+The+City+of+L%E2%80%99viv.pdf>

Олександр Буценко, Національний звіт по Україні (2015 р.), Компендіум стратегій та тенденцій в галузі культури в Європі, Рада Європи, ERICarts, Страсбург

http://www.culturalpolicies.net/down/ukraine_042015.pdf

П. Керн, Звіт незалежних експертів «Незалежна експертна оцінка культурологічної політики України», Рада Європи (2017 р.), Страсбург

<http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/CP-Peer-Review-Ukraine-2017.docx.pdf>

«Міжгалузеве співробітництво у сфері культури та креативності для стимулювання інновацій, економічної стабільності та соціальної інтеграції», Рада Європейського Союзу (2015 р.), Брюссель.

[http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015XG0527\(03\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015XG0527(03)&from=EN)

Кодування культури Східного партнерства (2015 р.), «Культурний кодекс Східного партнерства», Білорусь, Молдова та Україна, Форум громадянського суспільства Східного партнерства та Європейська комісія, NEA — Національний фонд демократії, Брюссель

http://www.kultura.org.ua/wp-content/uploads/Publication_concept_road-maps_eng.pdf

Звіт про стан медіа та ЗМІ в країнах Східного партнерства Форуму громадянського суспільства Східного партнерства (2015 р.), Європейська комісія, Брюссель

https://baj.by/sites/default/files/analytics/files/report_on_state_of_media_in_eap_countries_final_version.pdf

Аналітичний базовий звіт про культурний сектор та культурну політику в Україні Регіонального відділу моніторингу та нарощування потенціалу (RMCBU) Програми «Культура» Східного партнерства (2013 р.), Київ

<http://library.euneighbours.eu/content/analytical-base-line-report-culture-sector-and-cultural-policy-ukraine>

Технічний звіт по Україні та Аналітичний огляд України, «Система індикаторів впливу культури на розвиток ЮНЕСКО», Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» (2017 р.), Київ

<https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/2017/CDIS%20Ukraine%20Technical%20Report.pdf>

[https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/2017/CDIS%20_%20Analytical%20Brief%20_%20ENG%20\(1\).pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/2017/CDIS%20_%20Analytical%20Brief%20_%20ENG%20(1).pdf)

«Часи культури: перша глобальна карта культурних і креативних індустрій», Ernst & Young (2015 р.), CISAC — Міжнародна конфедерація творців авторів і композиторів.

[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-)

[times-2015.pdf](#)

«Успішні інвестиції в культуру міст і регіонів Європи: каталог тематичних досліджень», «ЄВРОСІТІЗ»; Кеа (2016 р.), Європейська комісія, Брюссель

http://nws.euocities.eu/MediaShell/media/Catalogue_03122015.pdf

«До більш ефективних фінансових екосистем: впровадження нових інструментів для полегшення доступу до фінансування для культурних та креативних галузей», Робоча група відкритого методу координації з питань доступу до фінансування для культурних та креативних галузей, Європейська Комісія (2016а), Брюссель

http://ced-slovenia.eu/wp-content/uploads/2016/03/2015-Good-PracticeReport_CCS_Access-to-Finance.pdf

Спільне повідомлення Європейському Парламенту та Раді «До стратегії ЄС щодо міжнародних відносин у галузі культури», Європейська Комісія (2016b), Брюссель

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016JC0029&from=EN>

«Дослідження розширення аудиторії: як помістити аудиторію в центр уваги культурних організацій», Європейська комісія (2017а), Брюссель

<https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cc36509d-19c6-11e7-808e-01aa75ed71a1>

«Мапування ланцюжків створення цінності креативних галузей. Дослідження з економіки культури в цифрову епоху. IDEA, KEA, imes-SMIT-VUB», Європейська Комісія (2016b), Брюссель

<http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/Final-report-Creative-Value-Chains.pdf>

Рейтинг культурного і креативного потенціалу європейських міст, Об'єднаний дослідницький центр, Європейська Комісія (2016с), Брюссель

<https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/media/c3monitor2017.pdf>

«Як працює робота: аналіз впливу», Nova Iskra/Kulturni Kod, Європейська мережа креативних хабів (2016 р.), Белград

http://creativehubs.eu/wp-content/uploads/2016/10/How_Work_Works-Publication-PDF_Preview.pdf

Яель Оана, «Підтримка носіїв змін у галузі культури у Білорусі, Молдові та Україні», East Reflection Group, Європейський культурний фонд та Фонд Маршалла «Німеччини-США» (2007 р.), Амстердам / Вашингтон

https://static1.squarespace.com/static/526e5978e4b0b83086a1fede/t/531db9b6e4b00720a4785e04/1394457014525/supporting_cultural_actors_change_belarus_moldova_uk_raine.pdf

«Інша Європа», Європейський культурний фонд (2016 р.), Амстердам

<http://www.culturalfoundation.eu/library/another-europe>

Проект звіту «Про узгоджену політику ЄС щодо культурних та креативних індустрій», Європейський Парламент (2016 р.), Брюссель

http://www.epgencms.euoparl.europa.eu/cmsdata/upload/917376cb-a70a-4a9c-8d26-375ca5a730ff/Morgano_Ehler_report.pdf

«Стан кінематографу та аудіовізуальної індустрії у країнах Східного партнерства», KANTOR (2015 р.), Європейська комісія, Брюссель

<https://europa.eu/capacity4dev/hiqstep/document/situation-cinema-and-audiovisual-industries-eastern-partnership-countries>

КЕРН, П; ВОРОБЕЙ, В., Функціональний огляд Міністерства культури України, (2017 р.), KEA European Affairs, PPV Knowledge Networks, Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», Київ

КРАВЧУК, К., Ініціатива «Креативні міста та регіони»: звіт щодо м. Косів (2017 р.), Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», Київ

[https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/2017/170809%20Report%20for%20Kosiv%20\(ENG\).pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/2017/170809%20Report%20for%20Kosiv%20(ENG).pdf)

ЛАНКЕЛЯЙНЕ, В.; НОРРІС, Л., Звіт про розвиток сектору культурної спадщини в Україні (2017 р.), Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», Київ

https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Subsector_report_Ua_english_Fin.pdf

ОСТРОВСЬКА, О.; БАБЛОЯН, З., Збірник есеїв «Культура. Завтра» (2015 р.), CSM, Фондація «Центр сучасного мистецтва», Korydor, Київ

<http://www.korydor.in.ua/ua/books>

Деміен Хеллі; Ю. Рай Ісар, Підготовча робота «Культура у зовнішніх відносинах ЄС», Національний звіт по Україні (2014 р.), Брюссель

http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/policy/international-cooperation/documents/country-reports/ukraine_en.pdf

САККО, П'єр Луїджі, «Культура 3.0: Нова перспектива для ЄС на 2014-2020 рр. Розробка програм структурних фондів» (2011 р.), Європейська мережа експертів з культури, Брюссель

<http://www.interarts.net/descargas/interarts2577.pdf>

«Супутні ефекти культури та креативності на інші галузі в Європі» (2015 р.), креативна консультативна агенція TF Creative Consultancy, Лондон

<https://ccspillovers.wikispaces.com/file/view/Cultural+and+creative+spillovers+in+Europe+-+full+report.pdf>

«Внесок креативних індустрій до економіки ЄС з точки зору ВВП та робочих місць» (2014 р.), Tera Consultants.

<http://www.teraconsultants.fr/en/issues/The-Economic-Contribution-of-the-Creative-Industries-to-EU-in-GDP-and-Employment>

ДОДАТОК В: СПИСОК УЧАСНИКІВ СЕМІНАРІВ, ІНТЕРВ'Ю ТА ВІДВІДУВАНЬ ОБ'ЄКТІВ

Київ, 19-20 жовтня 2016 р. та Львів, 21 жовтня 2016 р.

Організація

Наталія Шостак, Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» / Британська Рада в Україні
Микола Скиба, місцевий експерт в Україні
Володимир Воробей, PPV Knowledge Networks (Львів)

Інтерв'ю та зустрічі

Анастасія Платонова, «Платформа»
Андрій Длігач, Громадянська Платформа «НОВА КРАЇНА»
Олена Калібаба, Творчий простір «Часопис»
Божена Закалюжна, «Фабрика повидла»
Едуард Мальцев, Києво-Могилянська бізнес-школа (КМБШ)
Галина Григоренко, «Культурний проект»
Ірина Соловей, Garage Gang
Мар'яна Куземська, Львівська бізнес-школа — Український католицький університет, Програма Arte Liberalis
Максим Яковер, UNIT.City
Михайло Глибокий, Платформа «Ізоляція» для культурних ініціатив
Ольга Сафіна, акселератор ВДНХ-Tech
Павло Білодід, Києво-Могилянська бізнес-школа (КМБШ)
Павло Гудімов, Арт-центр Павла Гудімова «Я Галерея»
Рафаель Юча, коворкінг «Платформа»
Софія Рябчук, консультант з питань дитячого розвитку
Тетяна Гончаренко, «Параграф»
Юлія Ваганова, Мистецький Арсенал
Віталій Кирилів, Дизайн-бюро NochuRayu
Володимир Воробей, PPV Knowledge Networks
Зоряна Рибчинська, Львівська бізнес-школа — Український католицький університет, Програма Arte Liberalis

Публічне обговорення із зацікавленими сторонами сектору (Київ)

Анна Крук, Міністерство культури
Анастасія Новопоселенська, СінемаHall
Ганна Талалаєва, Міністерство культури
Ірина Пархоменко, Національний університет ім. Тараса Шевченка
Ірина Шварцблат, підприємець
Ірина Страшненко, Міністерство культури
Ірина Єцкало, tcdc.tech
Катерина Тейлор, Port Creative Hub
Микола Волгов, АП POLITCONSULTANT.org
Наталія Синепупова, School of visual communication
Олександр Пучков, School of visual communication
Олексій Гарошка
Олексій Голобородій, Фонд культурних ініціатив ArtHuss
Олена Правило, ГО «Конгрес Активістів Культури»
Ольга Петришен, ГО «Форум видавців»
Сергій Кадулін, Serhiy Kadulin Photography
Світлана Бон, позаштатний перекладач

Тетяна Добрик, ГО «Оріяна»
Ярослав Белінський, ГО «Конгрес Активістів Культури»
Євген Лавро, Міністерство культури

Публічне обговорення із зацікавленими сторонами сектору (Львів)

Ганна, арт-менеджер, куратор
Ганна Шибєрин, художні фільми
Анастасія Оскюлата, міська бібліотека
Боженa Закалюжна, «Фабрика повидла»
Марічка Чічкова, менеджер з питань культури
Михайло Мороз, Львівська міська рада
Оксана Музичук, колишній експерт Програми «Культура і креативність»
Римма, магазин і галерея
Софія Оліферчук, медіабібліотека
Віталій Кирилів, Дизайн-бюро HoshuRayu
Володимир Воробей, PPV Knowledge Networks
Євгенія Нестєрович, ГО «Діалог»
Юлія Поліковська, PPV Knowledge Networks

Відвідування просторів

Київ:

Творчий простір «Часопис»
«Освітня станція 31В1»
Freud House, Café-Art-Club
iZone/«ІЗОЛЯЦІЯ»
Києво-Могилянська бізнес-школа (КМБШ)
Хаб Kyiv Smart City
Мистецький Арсенал
«Параграф»/БЦ Gulliver
Арт-завод та коворкінг «Платформа»
Арт-центр Павла Гудімова «Я Галерея»
Акселєратор ВДНХ-Tech
Національний виставковий центр ВДНХ
VCI.SVOI, ринок і магазин, Київ

Львів:

Центр міської історії Центрально-Східної Європи
Дизайн-бюро Hoshu Rayu
«Фабрика повидла» (офіс проекту)
Львівська бізнес-школа — Український католицький університет
PPV Knowledge Networks (офіс)
Zavod Republic / креативний хаб REMA



ПРИМІТКА

Цей звіт підготовлений за підтримки Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність». Зміст цього звіту не відображає офіційну позицію Європейського Союзу. Відповідальність за інформацію та погляди, викладені у доповіді, несуть виключно її автори.

Метою Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» є підтримка внеску культурних та креативних галузей у сталий гуманітарний, соціальний та економічний розвиток Вірменії, Азербайджану, Білорусі, Грузії, Молдови та України.

