

## ДИДЖИТАЛЬНА ЄДИНА ЄВРОПА – ПОШУК НОВОЇ ЯКОСТІ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ

Досліджено пошук нової якості культурних цінностей завдяки втіленню Стратегії диджитального єдиного ринку для Європи, яка як революційна інновація змінить не тільки європейську економіку, але й все європейське суспільство, де культура займатиме видатне місце, формуючи європейську цивілізацію.

*Ключові слова:* Європа, культурні цінності, стратегія, диджитальний ринок, інновації.

**Зернецкая О. В. Диджитальная единая Европа – поиск нового качества культурных ценностей.** Исследован поиск новых качеств культурных ценностей благодаря воплощению Стратегии диджитального единого рынка для Европы, которая как революционная инновация изменит не только европейскую экономику, но и все европейское общество, в котором культура будет занимать выдающееся место, формируя европейскую цивилизацию.

*Ключевые слова:* Европа, культурные ценности, стратегия, диджитальный рынок, инновации.

**Olga Zernetska. Digital Single Europe – a Search of New Quality of Cultural Values.** A search of new quality of cultural values in the context of the Strategy for a Digital Single Market for Europe as a great innovation has been provided. It has been transforming not only European economy but the whole European society, where culture always plays a distinctive role, forming European civilization.

*Keywords:* Europe, cultural values, strategy, digital market, innovation.

Культура в Європі завжди була великою цінністю, якою європейці пишалися, про яку дбали і яку розвивали впродовж століть. Європейську культуру захищали від фізичного знищення: загарбницьких воєн, крадіжок, а часом, вже у ХХ – на поч. ХХІ ст., – і від економічного та комерційного тисків, які йшли передовсім від американської масової комерціалізованої культури, де одну з провідних ролей грала продукція Голлівуду, – тренд, який був названий «макдональдизацією культури». Ситуація наприкінці 1980-х рр. набула такого загрозливого стану, що Рада Європи і Європейська комісія 1991 р. створили програму із захисту європейської культури, яку назвали «Програма MEDIA». MEDIA – це абревіатура з французької: «Mesures pour Encourager le Developpement de L'Industrie Audiovisuelle» (у перекладі – «Заходи для підтримки розвитку аудіовізуальної індустрії»); про її успіхи ми розповімо далі). Двадцять сім років, що минули з часу її впровадження, були дійсно революційними в секторі аудіовізуальної економіки і культури і – значно ширше – у сфері культури, яка пов'язана з диджиталізацією, з комп'ютерно-медіативними технологіями, з впровадженням нових телекомунікаційних технологій тощо.

Оскільки досліджувана нами проблематика є зовсім новою, в її висвітленні та аналізі ми спиралися на документи Європейської Комісії, Європейського Союзу з питань диджитального єдиного ринку для Європи, його програм та підпрограм. Наукові дослідження в цьому напрямі ще не представлені, якщо не вважати публікацію автора «Створення диджитального єдиного ринку для Європи (цивілізаційний прорив)» [1]. Тож, наша стаття є однією з перших в цьому науковому ареалі.

Метою статті є визначити, як нова Стратегія диджитального єдиного ринку для Європи впливає на нові якості європейських культурних цінностей, підтримує європейську культуру, надто в медіа та аудіовізуальному секторі.

Диджиталізація як могутній інноваційний процес поставив всю Європу перед новими викликами у всіх сферах її життя. 15 травня 2015 р. Європейська Комісія оприлюднила важливий документ, який стосувався Європейського парламенту, Європейських економічного і соціального комітетів та комітету регіонів щодо нової дуже актуальної ініціативи під назвою «Стратегія диджитального єдиного ринку для Європи» – «A Digital Single Market Strategy for Europe», скорочено – DSM. У документі відзначається, що **«глобальна економіка дуже швидко стає диджитальною, в якій інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ) тепер не є специфічним сектором економіки, а являють собою основу сучасної інноваційної економічної системи (виділення автора – О. З.) [2].** Це твердження надзвичайно важливе. Адже за життя одного покоління, зокрема й покоління науковців, які вивчають розвиток диджиталізації та ІКТ, Інтернету та комп'ютерно-медіативної комунікації, до якого належить автор, відбувається тектонічний економіко-цивілізаційний зсув, який змінює всі сторони життєдіяльності людства, зокрема, – європейців.

Інтернет і диджитальні (цифрові) технології трансформують життя людей – і як особистостей, і у бізнесі, і в громадах, оскільки люди стають більш інтегрованими через всі сектори сучасної життєдіяльності: економіку, торгівлю, охорону здоров'я, освіту, культуру, транспорт, відпочинок тощо.

Диджиталізація змінює саму природу та динаміку організацій та ринків праці. Поширення Інтернету речей, хмарних обчислень і великих масивів даних дає громадянам, компаніям, публічній владі ще більшу базу знань для того, щоби допомогти у прийнятті рішень. Європа має багато необхідних ресурсів для створення глобальної диджитальної економіки. Такий масштабний проект започатковується вперше.

У документі підкреслюється, що створення диджитального єдиного ринку є одним із величезних досягнень Європейського Союзу не тільки для Європи, але й для усієї глобальної торгівлі, інвестицій та світової економіки. Тепер виникає нагальна потреба створити диджитальний єдиний ринок, де б усе, що є можливим у вже традиційно існуючому єдиному ринку, стало б можливим у диджитальному. Водночас фрагментація і бар'єри, особливо регуляторні «стіни», що існують в європейському диджитальному

середовищі, гальмують цей процес. Європі конче необхідно «перейти від 28 національних ринків до єдиного» [3].

Диджитальний порядок денний для Європи є однією із 10 головних стратегічних політичних європейських ініціатив, розрахованих до 2020-го р. Мета Стратегії єдиного диджитального ринку – відкрити диджитальні можливості для людей та бізнесу і покращити позицію Європи як світового лідера у диджитальній (тобто, цифровій) економіці. **Поглиблене використання диджитальних технологій може розширити доступ громадян до інформації та культури**, покращити якість їх робочих місць.

Комісаром Євросоюзу з диджитальної економіки і суспільства 2014 р. обрано відомого німецького політика Гюнтера Оттінгера. Віце-президент диджитального єдиного ринку Андрус Ансип (прем'єр-міністр Естонії) очолює команду проєкту під назвою «Пов'язаний диджитальний єдиний ринок» (A Connected Digital single market).

**Однією з важливих передумов розвитку цього ринку є доступ до диджитального контенту.** Тут насамперед йдеться про сучасне європейське середовище з авторського права. Саме авторське право підтримує креативність і культурну індустрію в Європі. ЄС справедливо покладається на креативність у глобальному змаганні і є світовим лідером у деяких копірайтових секторах. **Диджитальний контент – один із надійних шляхів розвитку диджитальної економіки.** За даними Євросоюзу, 56% європейців використовує Інтернет для культурних цілей, і передбачається, що їхні витрати на культурні розваги та медіа подвоються протягом наступних 5 років [4]. Світ диджитальних девайсів швидко розвивається і змінюється. Не менш важливим є й те, щоб їх можна було придбати, незважаючи на численні європейські кордони. Винахідники в цій сфері роблять все для того, щоби споживачі мали змогу дивитися культурний контент де завгодно, коли завгодно і на чому завгодно.

Проаналізуємо, що робиться Євросоюзом для підтримки європейської аудіовізуальної індустрії. Одним із таких дуже важливих заходів є **програма MEDIA**. Вона була розпочата 1991 р. Сьогодні вона є частиною креативної програми Стратегії диджитального єдиного ринку для Європи. Кожен рік програма MEDIA допомагає вийти на екрани майже 2000 європейським фільмам, телевізійним серіям та іншим проєктам, які диджитально поширюються в кінотеатрах, по телебаченню та по відео на замовлення.

Програма MEDIA за 27 років свого існування підтримала двадцять тисяч продюсерів, директорів фільмів та сценаристів, а також допомагала їм адаптуватися до нових технологій. MEDIA надає підтримку на ранніх стадіях життєвого циклу фільму, таких як: інвестиції у розвиток, дознімальний період. Це й написання сценаріїв, фінансування маркетингових досліджень, бізнесові події тощо.

Програма MEDIA інвестує у дистрибуцію фільмів, театральну дистрибуцію та у відео на замовлення через європейські кордони і в такий спосіб підтримує європейське культурне розмаїття. MEDIA також допомагає у створенні титрів, у процесі дублювання, у рекламі фільмів і разом з іншими

європейськими інституціями фінансує мережі кінотеатрів, які показують європейський контент. Програма вже зробила гідний внесок у зростання чисельності глядацької аудиторії, яка дивиться європейські фільми. Так, 2014-го р. 33,2 % показаних в Європі фільмів були саме європейськими (у 2010 р. – тільки 25,4 %). Індустрії фільмів та ринків у Північній, Центральній та Східній Європі теж підростають, дякуючи успіху їх кіноробіт за кордоном. Особлива увага приділяється підвищенню їх якості.

Програма Європейського Союзу MEDIA з того часу, як вона була започаткована у 1991 р., інвестувала більш, ніж € 2,4 млрд. у креативність та культурне розмаїття. Вона підтримує розвиток 1000 фільмів в Європі та їх міжнародну дистрибуцію. 2016 р. на Каннському кінофестивалі відсвяткували 25-річчя програми MEDIA як програми Європейського Союзу на підтримку європейської аудіовізуальної індустрії.

Вище-президент Європейської комісії Андрус Ансип та комісар ЄС Гюнтер Оттінгер, присутні на цьому кінофестивалі, взяли участь у дискусії стосовно досягнень програми MEDIA. А також обговорили питання, як ЄС може надалі посилити аудіовізуальний сектор, в якому зайнято більш, ніж 1,3 млн осіб в Європейському Союзі, підвищити якість створюваних ним культурних цінностей. Це робиться відповідно до стратегії створення диджитального єдиного ринку.

Андрус Ансип, вище-президент Диджитального єдиного європейського ринку, відзначив: «Програма MEDIA відіграє провідну роль у допомозі європейським фільмам дійти до нової глядацької аудиторії через кордони. Ми повинні й надалі розбудовувати цей доступ та посилювати циркуляцію контенту в Європі у правильній рамці Європейського Союзу. **Диджитальний розвиток дає нові можливості, втім є виклики для аудіовізуального сектору**» [4]. Гюнтер Оттінгер, комісар ЄС із диджитальної економіки та суспільства, підкреслив: «Програма MEDIA стала знаком якості для європейських фільмів. Я пишаюся тим, що бачу: майже половина фільмів, які беруть участь у боротьбі за Золоту Пальмову Гілку в Каннах цього року, були підтримані програмою MEDIA. Вона має постійно адаптуватися до потреб цього сектору. У червні 2016 р. ми запустили Програму на € 121 млн для культурних та креативних секторів для аудіовізуальних проєктів» [5]. Паралельно з програмою MEDIA запущена програма «Креативна Європа», яка допомагає фінансуванню кіновиробництва та аудіовізуальній галузі ЄС у розробці, розповсюдженні та просуванні своєї продукції. **Програма «Креативна Європа»** – це рамкова програма Європейської комісії, спрямована на підтримку культурного та креативного секторів Європи. Загальні цілі програми полягають у захисті, розвитку та популяризації культурного та лінгвістичного розмаїття і зміцненні конкурентоспроможності культурного та креативного секторів Європи. Орієнтовний обсяг фінансування програми з бюджету ЄС – € 1,46 млрд. Програма складається з двох підпрограм: «Культура» (31% бюджету програми) і «MEDIA» (56% бюджету). Підпрограма «MEDIA» є продовженням колишньої програми «MEDIA» (2007-2013). Загальний

бюджет на 2017 р.: € 110,8 млн. Цей фонд є рамковою програмою, організованою у різних напрямках (підпрограмах).

Програма «Креативна Європа» ставить перед собою такі завдання.

1. Фінансово підтримати кінематографічні та аудіовізуальні галузі ЄС у розробці, розповсюдженні та просуванні своєї роботи.

2. Стимулювати проекти з європейським виміром та розвивати нові технології.

Галузі, які викликають особливе занепокоєння, – це культура і медіа, освіта і навчання... кооперація та розвиток. Також окремою статтею бюджетних витрат в рамках програми є міжсекторальний напрям (13% бюджету). Його завдання – забезпечення реалізації інструментів фінансового кредитування та підтримка мережі національних бюро програми «Креативна Європа». Підпрограма «MEDIA», що проводиться у рамках програми «Креативна Європа», надає фінансову підтримку для розвитку, поширення та популяризації кіно- та аудіовізуальної індустрії ЄС.

Програма сприяє реалізації проектів європейського масштабу та розвитку нових технологій; завдяки цій підпрограмі європейські фільми та аудіовізуальні твори, зокрема повнометражні художні кінофільми, телесеріали, документальні фільми та нові медіа, виходять на нові ринки за межі національних і європейських кордонів. Вона також фінансує навчання та проекти зі створення кінострічок. Підпрограма «MEDIA», що проводиться у рамках програми «Креативна Європа», здійснює підтримку програм навчання за такими напрямками: «Менеджмент», «Нові технології» і «Сценарна справа». Такі курси дають змогу європейським кінопродюсерам, кінопрокатникам, сценаристам, режисерам і розробникам ігор перейти на новий професійний рівень, підвищити культурну цінність їх творів та стати конкурентоспроможними на міжнародному ринку.

Одним із пріоритетних напрямів підпрограми «MEDIA» є сприяння у формуванні аудиторії як засобу для стимулювання інтересу та розширення доступу до європейських аудіовізуальних творів, зокрема за допомогою проведення цільових кампаній, заходів, кінематографічних фестивалів. План сприяння формуванню аудиторії має два напрями:

– *Кінограмотність* – підтримка надається проектам, які забезпечують механізми розвитку співробітництва між європейськими ініціативами щодо поширення кінограмотності з метою підвищення ефективності та розширення європейських масштабів цих ініціатив.

– *Заходи, спрямовані на формування аудиторії.* У даному напрямі підтримка надається заходам, спрямованим на формування аудиторії, які значною мірою зосереджуються **на використанні інноваційних та інтерактивних стратегій, що охоплюють ширші аудиторії (особливо молоду аудиторію) європейськими кінострічками.**

Підпрограма «MEDIA» щороку надає підтримку у проведенні більше 100 європейських фестивалів, які відзначаються своєю особливо різноманітною програмою європейських фільмів, залученням широкої громадськості та великої кількості фахівців. Принаймні 70% від програми

фестивалю, передбаченої для показу публіці, або щонайменше 100 повнометражних (або 400 короткометражних) художніх кінофільмів повинні бути вироблені у країнах, які беруть участь у підпрограмі «MEDIA».

Метою підпрограми «MEDIA», яка проводиться у рамках програми «Креативна Європа», є розширення доступу до галузевих ярмарків і професійних аудіовізуальних ринків для європейських фахівців шляхом сприяння організації європейських майданчиків на провідних ринках, зустрічей і форумів, присвячених питанням спільного виробництва, конференцій, а також створенню баз даних. «MEDIA» надає майданчики для європейських фахівців на провідних аудіовізуальних ринках, таких як MIPTV, MIPCOM, Каннський кінофестиваль і кінофестиваль Берлінале.

«MEDIA» надає безпосередню підтримку спеціалізованим і тематичним ринкам, таким, як Форум документального кіно, Форум мультиплікаційного кіно, а також нішевим ринкам і семінарам, присвяченим документальному кіно, які координує Європейська мережа документального кіно. «MEDIA» також здійснює підтримку баз даних і онлайн-інструментів, таких як Cineuropa [6]. Програма надає підтримку фондам спільного виробництва, термін існування яких становить не менше 12 місяців, а їхньою основною діяльністю є підтримка міжнародних спільних проектів. Вона заохочує співпрацю з країнами, які не беруть участі у «Креативній Європі» на основі спільних внесків. Ця програма підтримує Фонди спільного виробництва країн-учасниць, які інвестують або просувають проекти, що реалізуються у співпраці з країнами, що не беруть участі у Програмі.

Заявку на участь у місцеві та регіональні органи влади можуть подати корпорації, навчальні центри, союзи і федерації, агенції, неприбуткові організації. Регіони, які мають право брати участь у конкурсах, – це ЄС, країни-кандидати, нові незалежні держави, Європейська економічна зона, Балкани.

19 листопада 2015 р. віце-премер, міністр культури України В'ячеслав Кириленко та європейський представник у справах освіти, культури, молоді і спорту Тібор Навраксіс підписали угоду між урядом України та Європейською комісією про участь України в програмі ЄС «Креативна Європа» [7]. З 17 грудня 2017 р. в Києві розпочало роботу «Національне бюро програми ЄС «Креативна Європа» в Україні» [8]. Україна повинна скористатися цим шансом і взяти участь у спільному створенні нових фільмів.

Тож, можна зробити такі **висновки**: 1) в ЄС добре скориговані нова стратегія диджитального єдиного європейського ринку в галузі культури і вже діючі стратегії; 2) вони підтримуються фінансово, базами даних, онлайн-інструментами, новими інтерактивними та мультимедійними технологіями; 3) стратегії сприяють розвитку креативності творців цих секторів культури; 4) ЄС послідовно підтримується і старі, ефективно працюючі не одне десятиліття культурні програми, і нові програми для креативних мистецтв, для театру, і, особливо, – для аудіовізуального сектору європейської економіки; 5) до цього процесу залучаються країни – не члени

ЄС, як-от Україна; 6) це надає синергетичного ефекту розвитку нової стратегії для Європи, сприяючи пошуку вищих якостей європейських культурних цінностей і надаючи реальні можливості митцям Україні брати участь у цьому процесі.

#### **Використані джерела та література:**

1. Зернецька О. В. Створення диджитального єдиного ринку для Європи (цивілізаційний прорив) // UA Foreign Affairs. 2017. № 7. С. 40-44.
2. Communication from the Commission to the European Parliament, to the Council of Europe, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Digital Single Market Strategy for Europe 6.05.2015 [Електронний ресурс] // EUR-Lex : [сайт]. URL: <http://g8fip1kplyr33r3krzx5b97d1.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2015/04/Digital-Single-Market-Strategy.pdf> (дата звернення 16.03.2016)
3. Digital Single Market [Електронний ресурс] // European Commission : [сайт]. URL: <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/en> (дата звернення 15.05.2016)
4. Why we need a Digital Single Market [Електронний ресурс] // European Commission : [сайт]. URL: [https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/digital\\_single\\_market\\_factsheet\\_final\\_20150504.pdf](https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/digital_single_market_factsheet_final_20150504.pdf) (дата звернення 20.05.2016)
5. Investir dans la créativité: célébration des 25 ans du programme MEDIA au Festival du film de Cannes [Електронний ресурс] // Commission européenne: [сайт]. URL: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-16-1708\\_fr.htm?locale=FR](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-1708_fr.htm?locale=FR) (дата звернення 16.03.2016)
6. Cineuropa [Електронний ресурс]. URL: <http://cineuropa.org> (дата звернення 22.08.2017)
7. Ukraine joined EU Creative Europe programme [Електронний ресурс] // Урядовий портал : [сайт]. URL: [www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art\\_id=248643501](http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=248643501) (дата звернення 18.08.2017)
8. Creative Europe Desk Ukraine [Електронний ресурс] // Креативна Європа : [сайт]. URL: [ce.desk.ukraine@gmail.com](mailto:ce.desk.ukraine@gmail.com) (дата звернення 8.10.2017)

**УДК 94 : 008 (477 + 430) «1990»**

**Солошенко В. В.**

### **ГЕТЕ-ІНСТИТУТ В УКРАЇНІ ЯК ДІЄВИЙ ЧИННИК КУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У 90-Х РОКАХ ХХ СТОЛІТТЯ**

У статті проаналізовано діяльність Гете-Інституту в Україні як важливого чинника культурної взаємодії у 90-х рр. ХХ ст. Розкрито основні напрями роботи установи, окреслено здобутки і плани на майбутнє. Показано, які напрями співробітництва є затребуваними в Україні і корисними для зміцнення двостороннього співробітництва у сфері культури. Виокремлено проблеми, які дещо ускладнюють міжкультурний діалог.

**Ключові слова:** *Гете-Інститут, Україна, Німеччина, сфера культури, співробітництво.*

**Солошенко В. В. Гете-Институт в Украине как действенный фактор культурного взаимодействия в 90-е годы ХХ века.** В статье проанализирована деятельность Гете-Института в Украине как важного фактора культурного взаимодействия в 90-е гг. ХХ в. Раскрыты основные направления работы учреждения, определены достижения и планы на будущее. Показано, какие направления кооперации востребованы в Украине и полезны для укрепления двустороннего сотрудничества в