

## 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.

**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 пишались, про яку дбали і яку розвивали впродовж століть. Європейську культуру захищали від фізичного знищення: загарбницьких воєн, крадіжок, а часом, вже у ХХ – на початку 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 диджиталізаці-

єю, з комп'ютерно-медіативними технологіями, з впровадженням нових телекомунікаційних технологій тощо.

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 [1]. 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» [2].

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.

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 проекту 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.

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 проектам, які диджитально поширюються в кінотеатрах, по телебаченню та по відео на замовлення.

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 підрастають, 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 Канському кінофестивалі відсвяткували 25-річчя програми MEDIA як програми Європейського Союзу на підтримку європейської аудіовізуальної індустрії.

Метою підпрограми «MEDIA», яка проводиться у рамках програми «Креативна Європа» (рамкова програма Європейської комісії, спрямована на підтримку культурного та креативного секторів Європи), 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 MIP TV, MIPCOM, Канський кінофестиваль і кінофестиваль Берлінале.

«MEDIA» надає безпосередню підтримку спеціалізованим і тематичним ринкам, таким, як Форум документального кіно, Форум мультиплекційного 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 [3]. 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-прем'єр, міністр культури України В'ячеслав Кириленко та європейський представник у справах освіти, культури, молоді і спорту Тібор Навраксіке підписали угоду між урядом України та Європейською комісією про участь України в програмі ЄС «Креативна Європа» [4]. З 17 грудня 2017 р. в Києві розпочало роботу «Національне бюро програми ЄС «Креативна Європа» в Україні» [5]. 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 підтримуються 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 України брати участь у цьому процесі.

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

1. 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>.
2. Digital Single Market [Електронний ресурс] // European Commission : [сайт]. URL: <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/en>.
3. Why we need a Digital Single Market [Електронний ресурс] // European Commission : [сайт]. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files>
4. Cineuropa [Електронний ресурс]. URL: <http://cineuropa.org>.
5. Creative Europe Desk Ukraine [Електронний ресурс] // Креативна Європа : [сайт]. URL: [ce.desk.ukraine@gmail.com](mailto:ce.desk.ukraine@gmail.com).