

ДО ПИТАННЯ ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДТРИМКИ КУЛЬТУРНИХ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ В КОНТЕКСТІ СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З ПРОГРАМАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

*(оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та
неопублікованими документами)*

Продовжуючи цикл робіт, присвячених висвітленню євроінтеграційних процесів в Україні, слід окремо наголосити на важливості практичного застосування міжнародного досвіду й використання тих можливостей, які надають сьогодні культурні програми Європейського Союзу. Зокрема, йдеться про необхідність залучення величезного потенціалу креативних та культурних індустрій в контексті модернізації українського суспільства і нових політичних, соціальних та економічних реалій.

«Культура є фундаментом капітальних перетворень у державі», – сказав Міністр культури України Євген Нищук під час підсумкової прес-конференції, присвяченої презентації звіту про реалізацію культурної політики відомством у 2017 році. Він підкреслив, що найголовніше, чого прагнула досягти його команда, – це утвердження виняткової ролі культури та мистецтва, доведення їхньої значущості для економічних і соціальних перетворень. «Культура виступає як сфера вироблення суспільних компетенцій, як простір широкої комунікації, як м'яка сила і спосіб збільшення присутності України і, зрештою, як важливий чинник економічного розвитку країни», – зазначив Міністр.

Дороговкази для креативних та культурних індустрій в Україні запропонував Міжнародний форум «Креативна Україна», який проходив 19–20 жовтня 2017 року в оновленому приміщенні Київського академічного театру на Подолі. Його основна мета – сприяти налагодженню співпраці між органами влади та різними секторами суспільства й економіки, співробітництву щодо розробки публічної політики підтримки культурних і креативних індустрій на національному та регіональному рівнях.

Основну дводенну програму Форуму, яка проходила у формі панельних дискусій, інтерактивних обговорень, воркшопів, консультацій зацікавлених сторін, було зосереджено навколо декількох тем, пов'язаних як з міжнародними тенденціями, так і з кращими практиками щодо сприяння сталого розвитку культурних та креативних індустрій.

Спеціальна сесія «Промотування участі українських інституцій та фахівців з культурних і креативних секторів в роботі Європейської культурної ме-

режі» досліджувала інтернаціоналізацію, співпрацю та мережування як інструменти розвитку культурних та креативних індустрій.

Ще одна окрема сесія інформувала учасників щодо можливостей активного доступу до українських інструментів інституційної підтримки культурних та креативних секторів, а також до європейського фінансування через розвиток регіонального та міжнародного партнерства.

В рамках Форуму відбулися бізнес-консультації, які стали діалоговим майданчиком для публічного сектору, бізнес-спільнот (ІТ-бізнес, стартапи тощо) та митців. Це відкрило можливості для обговорення тих факторів, що стимулюють інновації на місцевому, національному та міжнародному рівнях. Крім того, учасникам було запропоновано ознайомитися з креативними методами для інноваційних практик та рішень [1].

За словами Світлани Фоменко, першого заступника Міністра культури – спікера Міжнародного форуму «Креативна Україна», – питання розвитку культурних і креативних індустрій є важливим з багатьох причин. Це ключовий момент для заснованого на знаннях та економіці суспільства, яке робить свій внесок у різні сфери життя та сприяє стабільному розвитку країни. У нещодавно схваленому середньостроковому плані пріоритетних дій Уряду до 2020 року цілі, що стосуються культури, розглядаються саме в контексті сталого економічного розвитку, який неможливий без розвитку людського капіталу, на примноження якого культура має безпосередній вплив.

«Якщо говорити про інституційне забезпечення, – зазначила вона, – то в 2016 році в Міністерстві створено зовсім новий структурний підрозділ, який займається прогресивними культурними політиками – це Управління стратегічного планування та розвитку, до складу якого увійшов сектор розвитку креативних індустрій. У найближчий час, у рамках здійснення реформи державного управління, в Міністерстві культури буде створено генеральний директорат з культурних та креативних індустрій».

Спікер Міжнародного форуму «Креативна Україна» навела також певні приклади консолідації зусиль окремих міністерств у контексті розвитку креативних індустрій. Зокрема, це співпраця з Міністерством освіти і науки в рамках розвитку мистецької освіти, що передбачає набуття навичок, які потім сформулюють фахових виконавців у культурному полі та аудиторію, яка зможе оцінити і культурний і економічний компоненти розвитку. У рамках співпраці з Міністерством економічного розвитку та торгівлі – це роль креативності в Експортній стратегії 2017–2021. З Мінрегіонбудом – у контексті реформи децентралізації з'явилася можливість ревіталізації об'єктів первинної культурної (клубної) інфраструктури. А співпраця з Міністерством фінансів – це перехід на трирічний період бюджетування, що дозволить Мінкультури ефективніше підтримувати культурні ініціативи, сприятиме підвищенню конкуренції та якості наданих послуг в галузі.

Слід відмітити, що подію організовано Міністерством культури України разом з Програмою ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність»,

проектом ЄС Association4U та Національним бюро програми ЄС «Креативна Європа». Партнерами Форуму виступили: Британська Рада, Гете-інститут, Французький інститут, Мережа з культурного менеджменту та культурної політики ENCATS, Європейська мережа креативного бізнесу ECBN, Національна спілка театральних діячів України, Конгрес активістів культури та журнал L'Officiel. До участі в ньому запросили фахівців креативних та культурних секторів, дослідників, а також представників влади, бізнесу, громадських установ і проектів та ін. [2].

Наразі експерти стверджують, що різноманітні культурні ініціативи в Україні не тільки не зменшують обертів, а навпаки – переростають у систему.

Рік тому українські проекти отримали можливість подаватися на гранти від «Креативної Європи» – найбільшої програми ЄС, яка підтримує сектор культури – від сучасного мистецтва й моди до фольклорних фестивалів та проектів з ревіталізації простору. Завдяки їй можна знайти партнерів, взяти участь у різноманітних тренінгах та воркшопах і отримати фінансування в розмірі до 2 млн євро. Перемога у «Креативній Європі» – це не тільки грант, а ще й визнання на європейській культурній арені.

Дебют був успішним: у 2017-му в конкурсі перемогли чотири заявки за участі українців. Усього минулого року на Програму надійшло 548 заявок, і в 23-х з них фігурували українські організації.

Важлива умова для участі в конкурсі – співробітництво з партнерами з інших країн. Так, після опрацювання поданої на конкурс заявки експерти Програми виставляють бали не тільки за актуальність та зміст проекту, а й за якість партнерства. На основі цього аналізу та рекомендацій експертів й обирають переможців.

Отже, серед тих, хто втілюватиме свої ідеї за підтримки європейських грантів, – громадські організації «Тустань» і «МістоДія», Національний центр народної культури «Музей Івана Гончара» та жіноча благодійна організація «Наші візії». Керівник Національного бюро програми «Креативна Європа» Юлія Федів відзначає спільну рису проектів-переможців: «Мені сподобалась їхня мультидисциплінарність, адже у них культура переплітається з вирішенням важливих соціальних, політичних та урбаністичних питань. Ми йдемо в ногу з трендом – два проекти з чотирьох включають елементи охорони культурної спадщини».

Дізнатися про те, що насправді важливо для успіху, які ідеї мають найбільше шансів на реалізацію можна, проаналізувавши кейси чотирьох українських ініціатив.

Арт-резиденція «Територія натхнення» (ГО «Тустань»). В рамках міжнародної ініціативи в селах та провінціях п'яти європейських країн буде створено мережу арт-резиденцій. Одна з них – в селі Урич на Львівщині, де знаходиться середньовічна фортеця Тустань. Загалом «Територія натхнення» об'єднала п'ять країн, а головним ініціатором проекту став Mashaop International – природоохоронна організація зі Словаччини.

Арт-резиденції – це не тільки комфортне місце для творчості, але й можливість для митців взаємодіяти з локацією. Такі ініціативи сприяють децентралізації, а місцевість набуває нового культурного значення. Цьому допомагають пленери, симпозіуми, фестивалі, які до того ж збільшують туристичну привабливість локації.

Ідею створення арт-резиденції підказала організаторам сама історія місцевості. Фортеця Тустань завжди була місцем, куди тягнулися творчі люди. З 1971 року, коли тут почали проводитись експедиції, в Тустані збиралися письменники, музиканти, художники. Відколи пам'яткою почав опікуватися Державний історико-культурний заповідник «Тустань», тут проводився художній пленер, симпозіуми з кам'яної та дерев'яної скульптури і навіть було реалізовано ленд-арт об'єкт. Село Урич також відоме як місце проведення фестивалю середньовічної культури «Ту Стань!»: щороку в місті-фортеці відбуваються лицарські поєдинки, ремісничі майстер-класи, ярмарки, грають середньовічні вистави та знайомлять з літературою тих часів.

«Ми хочемо аби „Територія натхнення” допомогла створити арт-резиденцію, де мінімум раз на рік відбувався б мистецький захід. Одним із важливих завдань проекту є співпраця із місцевими жителями», – розповідає організатор резиденції в Уричі Орест Кондратович. Подібні проекти можуть зробити Тустань привабливою для туристів і при цьому зберегти околиці та не руйнувати фортецю. Ще один суттєвий плюс – це створення можливостей для додаткового заробітку селян. Наприклад, вони зможуть поселити у себе гостей фестивалю, продавати продукти власного виробництва чи допомагати в організації подій.

Фестиваль Brave Kids (жіноча благодійна організація «Наші візії»). Brave Kids об'єднує на фестивалі у Вроцлаві, заснованому польською організацією Song of the Goat Theatre Association, дітей з різних країн для спілкування, знайомства з різними культурами та обміну досвідом. Цій події передують мистецькі майстер-класи у форматі «діти вчать дітей». Особливість проекту в тому, що діти беруть активну участь в організації процесу.

Багато хто з учасників пережив війну або зростав у депресивній місцевості, дехто просто не мав змоги реалізувати себе у рідному місті або селі. Місія Brave Kids – допомогти дітям розкрити таланти та повірити в себе.

Все відбуватиметься у два етапи. Спершу – майстер-класи в різних містах, які проводитимуть самі діти. Учасників поділять на групи та відправлять у різні міста на воркшопи. Вони житимуть у місцевих мешканців і зможуть познайомитися з різними світоглядами та культурою. По завершенню цього етапу у містах, де проводилися майстер-класи, діти організують концерт.

Другий етап проходитиме у Вроцлаві. Там учасники з різних країн протягом 10 днів готуватимуть фінальну виставу Brave Kids під керівництвом режисера. Спектакль поєднає культури, традиції та мистецькі техніки з батьківщин дітей-учасників.

Саме у Вроцлаві в 2009 році розпочалася історія фестивалю. Тут вперше зустрілися на танцювальних майстер-класах діти з Польщі, Уганди та Непалу. За 7 років існування Brave Kids у ньому взяли участь діти з 34-х країн.

Цьогоріч крім поляків та українців до фестивалю долучилися партнери з Румунії, Грузії та Словаччини. «Вже двічі ми спільно з партнерами подавали цю заявку, але отримали перемогу тільки у 2017 році. Натомість навчилися на своїх помилках, як правильно заповнювати аплікаційну форму, частіше спілкувалися з партнерами з різних країн та вдосконалювали ідею проекту», – розповідає виконавчий продюсер Brave Kids Юстина Варецька. А наступного року фестиваль прийматиме Україна – Brave Kids пройде у Львові та Жидачеві.

Культурна лабораторія «Colab quarter» (ГО «МістоДія»). Мета проекту – знайти нові шляхи для взаємодії з жителями міст та заохотити їх до горизонтальної моделі управління. Colab quarter – це серія інтервенцій в урбаністичний простір і лабораторія для експериментів, результати яких будуть корисні для професіоналів культурного та мистецького секторів, активістів і соціальних підприємців.

Концепцію проекту сформував попередній досвід організаторів. «МістоДія» об'єднує архітекторів, які хочуть, щоб міста були чимось більшим за безликий простір. Один з їхніх перших проектів – connectable, реалізовано в Києві: у дворі одного зі спальних районів міста поставили довгий стіл та запросили за нього сусідів. «За стіл» прийшли майже дві тисячі людей. Це була спроба розпочати серед сусідів діалог про спільні проблеми та шляхи їх вирішення. Паралельно «МістоДія» влаштовували лекції та дискусії на тему створення спільнот та соціальної архітектури. Подібна тема хвилює організаторів і в новому проекті «Сошенко33», який разом з трьома іншими ініціативами з Франції та Естонії утворює проект «Colab quarter».

Сошенка, 33 – це адреса в Києві, за якою знаходяться творчі майстерні аспірантів Національної академії образотворчого мистецтва та архітектури. Проте майстерні та сама будівля наразі знаходяться в хиткому положенні, адже ще 2012 року на цьому місці планувалося будівництво 25-поверхового будинку, тож художникам доводиться постійно відстоювати своє право на перебування тут.

У 2015 році майстерні стали однією з локацій бієнале «Київська школа». З того часу «МістоДія» почали слідкувати за розвитком подій на Сошенка, 33 і «боротьбою з художньою системою». «Нам близька ця тема, бо ми знайомі з пасивним ставленням академії до ініціатив. Тому нам не тільки цікаво допомогти художникам розробити проект простору для розвитку майстерень і території навколо них, а й залучити студентів», – зазначила співзасновниця «МістоДії» Анна Добрава.

Ідея «Сошенко33» належить Анні Сороковій та Тарасу Ковачу – київським художникам та вихідцям з НАОМА. Для розвитку майстерень їм потрібен був план та концепція, за якими звернулися до «МістоДії». Поки в організації розробляли ідею, Анна Добрава познайомила з французами, які запропонували

ли створити спільний проект. З ним і подалися на «Креативну Європу». «Тоді мене зацікавило, що державна організація Colomiersy, в якій вони працюють, займається розвитком районів та приміських територій саме за допомоги мистецьких фестивалів та літніх резиденцій. Ми в Києві робимо все своїми силами: придумуємо цікаві теми, шукаємо ресурси, тобто робимо все „знизу вгору”, а там запити і ресурси надходять саме від міста Тулуза, де працюють наші партнери, – пояснює співзасновниця «МістоДії». – Їм сподобалась наша ідея побудувати спільний павільйон, а потім цей проект знайшли іспанці, які займаються фотографією і також шукають мобільний простір. Тепер, якщо все вийде, ми будемо їздити і будувати таку інституцію в трьох містах: Києві, Тулузі та Барселоні».

Проект Polyphony (Музей Івана Гончара). Дослідницький проект Polyphony, який реалізують разом з угорськими та французькими партнерами, ставить амбітну мету: задокументувати все різноманіття української традиційної музики і за допомоги сучасних технологій представити її на європейському рівні.

Київський музей Івана Гончара – один з найважливіших осередків культурної спадщини в Україні. Його було створено на базі колекції художника та скульптора Івана Гончара, який майже все життя збирав етнографічні артефакти та вивчав народні традиції у різних регіонах України. Художник наголошував, що хоче не просто колекціонувати речі, а зберегти традицію. І сьогодні в музеї не лише зберігається велика колекція національного одягу, об'єктів народного мистецтва, музичних інструментів та побутових речей, а й проводяться етнологічні дослідження, експедиції, конференції, фестивалі. Відвідувачі вивчають ремесла, а працівники досліджують «правдиву» традицію. Усе це називається living history.

Окрема сфера інтересів музею – музична, і саме з нею пов'язано проект Polyphony. «Наш новий широкий напрям – це нематеріальна спадщина, а особливо пісенний напрям. На цьому ми зараз і фокусуємось. Наш спільний проект з програмою „Креативна Європа”, який здійснюватиметься наступні два роки, спрямовано на збереження і донесення правдивої музичної традиції сучасними засобами», – ділиться планами завідувачка відділу фольклору музею Мирослава Вертюк.

Скласти уявлення про те, як виглядатиме проект, можна на прикладі «Кобзарського цеху», який об'єднав кобзарів, дослідників та усіх, хто цікавиться кобзарською культурою. Учасники реконструюють кобзи, бандури та інші традиційні інструменти, навчають основам гри на них, працюють з архівами, виступають на музичних святах, а також намагаються відродити народні обряди та адаптувати їх до сучасних реалій. Усе для того, щоб задокументувати багату народну традицію та познайомити з нею світ [3].

Проте багато хто в нашій державі все ще скептично ставиться до тези про те, що культура та мистецтво є головними учасниками процесу суспільного розвитку, а діячі культури мають активно включатися в усі сфери суспільного й

політичного життя, роблячи внесок в розробку стратегій і політичних рішень. Причому з таким самим ентузіазмом, з яким вони розробляють свої культурно-мистецькі заходи та проекти.

Рагнар Сііл, експерт Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», впевнений: подолати песимізм щодо креативних індустрій і переконати скептиків у важливості культури можна мовою фактів і цифр, ось деякі з них.

Економіка. На частку культурних і творчих індустрій припадає 4,2 % від загального валового внутрішнього продукту ЄС, що становить 535,9 млрд євро. Це означає, що культура не тільки вимагає фінансування, але й приносить дохід. Дослідження в Естонії показало, що кожний євро, інвестований в культурні фестивалі, забезпечує чотирикратну віддачу безпосередньо місцевій економіці.

Робочі місця. В культурному секторі працює 7 мільйонів європейців, тобто 3,3 % працездатного населення ЄС. Переважна більшість компаній креативного сектора – це мікрокомпанії, що складаються з 1–3 чоловік. З іншого боку, цей сектор дає великі можливості молоді, жінкам, жителям сільської місцевості або людям з обмеженими можливостями. Наприклад, в Естонії, згідно з останнім дослідженням креативних галузей, майже 11,5 % всіх компаній належать креативним індустріям, причому їхня кількість значно збільшилася під час фінансової кризи.

Молодь. Люди у віці від 15 до 29 років зайняті в культурній і творчій сферах більше, ніж в будь-якому іншому секторі (19,1 % від загального числа зайнятих у секторі). У Східній і Центральній Європі ця тенденція ще більш помітна: в середньому молодь займає на 1,3 % більше робочих місць в креативних індустріях, ніж в інших секторах економіки.

Ще одна вагома перевага, на яку варто звернути увагу, – зумовлені творчістю структурні зміни. Експерт позитивно відмітив реакцію українських ЗМІ та соціальних мереж на публікацію нової книги Річарда Флоріда, американського економіста, відомого розробкою теорії креативного класу, і статтю про це. Це означає, що українське суспільство хоче й готове обговорювати проблемні питання, приміром, як креативні центри активізують процес джентрифікації – реконструкції і оновлення будівель в раніше непривабливих частинах міста, як уникнути комерціалізації культури за рахунок якості й справжності тощо.

«Творчість у вигляді красивої листівки, обгортки – це те, чого слід уникати. Творчість як спосіб мислення – саме те, до чого треба прагнути. Креативні індустрії не повинні бути прикриттям для бездіяльності міської влади, проблем соціального забезпечення або системних незручностей в містах. Натомість творчість і культура може стати інструментом для зміни політики», – зауважує Рагнар Сііл [4].

Утім, продовжує експерт, навіть якщо політичні заяви про важливість культури – суто декларативні кроки, вони все одно є сигналами підвищення обізнаності в суспільстві й на політичній арені. Так, в Естонії, на початку 2000-х, практично не було ані обізнаності щодо потенціалу культурних індустрій, ані

якоїсь політики для сприяння йому. Лише після багатьох років пояснень, що культура та креативність можуть зробити для конкурентоспроможності економіки та привабливості регіонів, естонські політики нарешті захотіли асоціюватися з цим рухом. А вже наприкінці 2000-х кожна партія включила креативні індустрії до своєї передвиборчої програми. Тож це створило середовище, де вже не потрібно було переконувати, що треба інвестувати в креативні індустрії. Водночас, суспільство має уважно слідкувати, аби обіцянки політиків і справді перетворювалися на дії, застерігає Рагнар Сііл [5].

Як останніми роками змінилося бачення культури в нашій країні, що стоїть на заваді розвитку вітчизняних креативних індустрій?

У межах проекту Culture matters незалежний інтернет-журнал про інновації та культуру Platfor.ma провів власне дослідження. Його автор Євгенія Олійник, підбиває підсумки роботи трирічної Програми ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», яка цього року в Україні добігає кінця. Вона, зокрема, нагадує, що ця масштабна міжнародна ініціатива ставила за мету змінити звичне на пострадянському просторі розуміння культури: наприклад, показати вплив культури і креативних індустрій на економіку, та чому культура це не лише дозвілля, але й рівень толерантності в суспільстві.

Урочисті виходи в театр двічі на рік, нудні й безбожно довгі екскурсії в музеях або щось народне, де обов'язково фігурує бандура, – приблизно з таким поняттям культури українське суспільство жило до Євромайдану, стверджує Євгенія Олійник. Проте одразу після завершення Революції Гідності митці, громадські активісти та культурні менеджери зібралися, щоб зрозуміти, якою має бути культура в країні, яка щойно виборола демократію. Їхні погляди часом набували радикальних форм. Однак відтоді культура поволі перестала асоціюватися лише з «надбудовою» та розвагами. Стало ясно, що це також і вагома частина економіки, і водночас те, як ми вибудовуємо суспільні зв'язки.

На переконання керівника програми «Культура і креативність» Тіма Вільямса, останні три роки показали, що культура рухається в новому напрямку – як в Україні, так і в усьому світі. Пов'язано це з розвитком технологій, економічним переходом від масштабних виробництв до малого бізнесу та затребуваністю креативних професіоналів в інформаційному суспільстві.

«Україна пережила геополітичні події, які дозволили винайти її заново – як для самих українців, так і для світу. Так, з'явився Український інститут, який промотуватиме країну за кордоном. Інструменти для цього лише з'являються, проте я сподіваюся, що він транслюватиме спільні для всієї нації ідеї, які зможуть змінити ситуацію в Україні», – зазначає керівник «Культури і креативності».

До того ж, одним із напрямів Програми стала адвокація культури, зокрема, серед політиків. Кабінет Міністрів України використав структуру функціонального аналізу, зробленого експертами програми, як шаблон для оцінки роботи дев'яти інших міністерств. Аналітичний огляд, підготовлений асоціатами Програми, вплинув на рішення Міністерства закордонних справ створити Укра-

їнський інститут. Деякі українські партії включили розвиток креативних індустрій до своїх програм, а позаминулого року Міністерство культури створило департамент для їх розвитку.

Однак, експерти ставляться до таких зрушень критично. «Це поширена проблема українських політиків: опанувати форму, але забути про сенси», – підкреслює тренер «Культури і креативності» та директор агенції економічного розвитку PPV Knowledge Networks Володимир Воробей. На його думку, за останні кілька років чиновники вивчили слово «креативність», однак не виявили бажання долучатися до ширшого суспільного діалогу. А сприйняття культури у владі й далі залишається «урочисто-розподільчим», вважає фахівець.

Ольга Бірзул, асоціатка «Культури і креативності» в Україні та програмний координатор Міжнародного фестивалю документального кіно про права людини DocudaysUA, відмічає, що після Революції Гідності в Україні з'явилося чимало цікавих культурних ініціатив, у тому числі на державному рівні. Серед них, наприклад, Український культурний фонд, який фінансуватиме проекти, обрані на конкурсній основі. Але де-факто ця структура функціонує за звичними для української політики законами.

«Складається враження, що цю історію доручили поганому режисеру. У перших серіях цього серіалу ми спостерігали, як недолуго й непрозоро формується експертна комісія фонду. У наступних – як політики під час формування державного бюджету на 2018 рік у „ручному режимі” вписують у витрати фонду фестивалі своїх друзів чи однодумців», – ділиться вона. Окрім того, заявляючи про промоцію культури, політики часто мають на увазі лише просування пропагандистського продукту. Наприклад, у держбюджеті на наступний рік виділено 500 мільйонів гривень на виробництво «фільмів патріотичного спрямування». А в справді ефективній пітчінговій системі Держкіно вже кілька років існує секція «патріотичного» кіно. За словами Ольги Бірзул, в умовах інформаційної війни це – крок назад. Особливо зважаючи на те, що кількість профільних видань, які б писали про культуру, щороку зменшується, а з ними – й можливість критично осмислювати культурний продукт.

Тут варто звернути увагу й на такий аспект, як актуальність культурного продукту. «У вас ніколи не виникало відчуття, ніби живеш на окупованій шароварами території?» – переймається проблемою музичний критик, радіоведуча, автор платформи Cultprostir Катря Гончарук. «Пригадайте: 24 серпня, центральна площа чи стадіон, з колонок лунає „солов'їна мова” держпрацівників і ведучої, після некороткої підводки про те, що „українська пісня – душа народу” на сцені з'являються хедлайнери концерту – місцевий народно-академічний хор, який продовжує тримати слухачів на пафосно-патріотичній ноті», – ділиться своїми спостереженнями вона. Альтернативою, на думку автора, має стати етно-концерт за участі таких популярних українських виконавців, як ONUKA, «ДахаБраха», «Гуляйгород», The Dooh, Joryi Kłos, «Правиця», YUKO – з довершеним аранжуванням народних пісень. «Усі ці гурти можна назвати „Феніксами” української фолк-сцени, бо вони дають нове життя народним пісням, –

стверджує музичний критик. – Для них звернення до автентики не є „рупором українськості”, вони працюють глибше й тлумачать ф’южн як спосіб налагодити контакт між прадавньою музикою та сучасним слухачем, донести фольклор якомога ширшій аудиторії» [6].

Виконавчий директор Українського культурного фонду (УКФ) Юлія Федів, юрист-міжнародник за освітою, яка працювала в потужних європейських інституціях, впевнена, що обличчя майбутньої української культури буде багато в чому залежати саме від якості культурного продукту. «Він може мати різну тематику, але повинен бути якісним, відповідати критеріям, прийнятим на міжнародному ринку культурних послуг. А це передбачає залучення команди професіоналів, орієнтацію на результат, бачення існуючих тенденцій. Треба розуміти, що тепер у тренді, що розвивається в Україні, а що в Європі. Для цього проводять спеціальні дослідження аудиторії. Вивчення споживача – один з напрямів багатьох грантових програм. Це необхідно для того, щоб розуміти, на кого орієнтуватися і як задовольнити потреби найбільш широкої аудиторії. Якщо комплексно підходити до створення культурного продукту, то шансів, що проект стане успішним, буде більше. Дослідження аудиторії зараз дуже популярні в Європейському союзі. Цим займаються профільні мережі», – зазначає вона [7].

Попри те, що в останні роки помітно зросла цікавість до українського культурного продукту, попит на культуру в Україні загалом лишається низьким, відзначає експерт європейської програми Тім Вільямс. Згідно з дослідженням, лише 0,88 % витрат у сім'ях становлять витрати на культуру. Той самий показник у країнах з подібним до українського ВВП становить 2 % або вище.

Як пояснює Тім Вільямс, для цього є три причини. По-перше, ігнорування авторського права – тобто нелегальне скачування контенту, несплата роялті авторам тощо. По-друге, низький доступ до інтернету – в Україні ним користується лише половина населення. І, по-третє, брак якісної культурної журналістики. «Культура – це те, хто ми є, – наголошує він, – саме тому медіа відповідальні за те, щоб використовувати культуру як інструмент для аналізу та дискусії щодо того, куди Україна прямує і як усе суспільство визначає себе, а не лише еліти».

За результатами дослідження індикаторів впливу культури на розвиток країни за методологією ЮНЕСКО, яке провели в рамках програми «Культура і креативність», внесок креативних індустрій у ВВП України становить 4 %. Це майже втричі менше, ніж сільське господарство, трохи менше, ніж гірничобудівна промисловість, і вдвічі більше, ніж будівництво. Порівнювати цей показник із показниками інших країн важко через різницю методологій підрахунку. Однак, він усе одно є набагато вищим, ніж очікувалося. Окрім того, культурні індустрії забезпечують 3 % робочих місць в Україні.

Керівник європейської програми зауважує, що найприбутковішими сферами є телебачення, дизайн та архітектура. Українська ІТ-індустрія дуже успі-

шна на Заході, і креативні індустрії могли б наслідувати її моделі розвитку, якби була відповідна підтримка нетворкінгу, виходу на міжнародний ринок та прозорості правил для цього бізнесу.

Важливо відмітити, що успішні приклади розвитку окремих індустрій можна пояснити саме тим, що їм вдалося стати частиною економіки, а значить – отримати підтримку з боку юристів, інвесторів, агентів, дистрибуторів, маркетологів, піарників та лобістів, які мають справу з певним продуктом.

Тим часом представники більш традиційних культурних індустрій, приміром у сфері перформативних чи візуальних мистецтв, здебільшого не мають такої підтримки. Як зазначає Тім Вільямс, це наслідок радянської системи, в якій вони функціонували раніше: «Якби Україна могла вибудувати для них цю систему посередників, ми би побачили роботи українських художників на аукціонах Нью-Йорка чи Парижа». А найперше, що можна зробити, це закрити пострадянські творчі профспілки та заснувати професійні асоціації для представників креативних індустрій. Та на жаль, для цього в Україні поки що немає ані політичної волі, ані політичної сміливості, вважає він.

«Ми маємо навчитися думати не кварталами, а десятиліттями, бо саме за цей час культура здатна сформуванати нові цінності», – наголошує тренер Програми Володимир Воробей. І додає, що під час роботи програми «Культура і креативність» стало зрозуміло, наскільки рудиментарними є знання найкращих менеджерів культури та журналістів країни щодо культурної політики, а саме вміння визначати та аналізувати істотні суспільні питання, формулювати стратегічні підходи та пропонувати варіанти. «Без цього у нас виснажена лава запасних для поповнення органів влади нового типу – цілий сектор має випродувати сотні менеджерів культури, здатних заступити посади в органах влади», – стверджує експерт.

Натомість Ольга Бірзул зазначає, що менеджери культури в Україні поступово змінюють погляд на сферу своєї діяльності. «Мені й самій на початку курсу „Культура і креативність” різало вухо слово „індустрія”. Я наївно думала, що культуру треба не менеджити, а творити. Натомість вже десять років я спостерігаю, як вигорають мої колеги, як гинуть цікаві ініціативи, проекти та видання, як дорослі люди жаліються у своїх інтерв’ю на все, крім власних помилок. Зокрема, небезпека цієї професії полягає в тому, що як суспільство, так і самі професіонали часто сприймають її як активізм. Подібна „волонтерська” діяльність розбещує владу, яка замість вироблення культурних політик чи продумування виважених меседжів нерідко продукує дискримінаційні законопроекти і мову ворожнечі. І саме тут менеджерам культури бракує не стільки знань, скільки сил «лупати ту скалу», – вважає представниця європейської програми від України.

Нарікають також на брак освіти для менеджерів культури, однак зараз існує чимало альтернативних джерел з онлайн-курсами та профільної літератури. Так, у рамках «Культури і креативності» було розроблено 14 онлайн-курсів вісьмома мовами. «Часто це чи не єдина можливість отримати знання від зна-

ного спеціаліста, – каже експерт з комунікацій програми «Культура і креативність» Анастасія Нуржинська. – Всі курси безкоштовні, присвячені вузькій та практичній темі, наприклад, написанню проектної заявки або фандрайзингу, й тривають від 15 до 40 хвилин». Вона також радить організаціям, які працюють у громадському секторі, створювати свої навчальні платформи – як для поширення знань, так і для промоції.

Серед інших корисних ресурсів, які з'явилися під час роботи програми «Культура і креативність»: аналітичні брифи про культурну дипломатію, крос-культурну колаборацію, розвиток фотографії та дизайн-код, які підготували асоціати програми, посібник з 30-ма найкращими прикладами реновації промзон, а також звіт про проект «Креативні міста та регіони», реалізований у місті Косів.

Дослідження, яке провели експерти цієї програми, показало, що Україні доволі багато належить зробити як для розвитку самих креативних індустрій, так і для їхньої аудиторії. «Досі деякі підходи до сфери культури радше були б на часі в ХХ столітті, – каже Тім Вільямс. – Проте ситуація поступово змінюється. Лише нові товари можуть з'явитися на полицях магазинів за ніч, акцентує він. Для появи нових концептів потрібно набагато більше часу» [5].

Та чи прийнятно за нинішніх умов заявляти про необхідність зміцнення ролі культури в Україні?

Говорячи про важливість взаємозв'язку між культурою та економікою, заслуговують на увагу деякі тези та роздуми Лучіано Глоора, фахівця в галузі культури і креативних індустрій, який протягом чотирьох років очолював Програму ЄС та Східного Партнерства «Культура і креативність», консультував і навчав представників національних та місцевих органів влади, громадських діячів й культурних підприємців в Європі, Південній Африці, на Південному Кавказі та в країнах Східного Партнерства, наразі він очолює швейцарську консалтингову компанію Consort B.

Щодо нинішньої ситуації в нашій державі, то Лучіано Глоор переконаний: Україна з її кількістю населення, що перевищує 45 млн, є однією з найбільших країн Європи; отже, позбувшись корупції і олігархії, країна стане одним з найважливіших ринків якщо не завтра, то безумовно, в майбутньому.

Загалом, як відзначає більшість зарубіжних експертів, в країні з історією України і в її нинішньому становищі – навіть не беручи до уваги воєнні дії – необхідно впорядкувати світ політики перш, ніж з'явиться шанс робити кроки в напрямку сталого розвитку інших сфер суспільного життя. Поки корупція і зловживання політичною владою заради задоволення приватних інтересів блокуватимуть ініціативи молодих і нових діячів, ані суспільство, ані економіка розвиватися не будуть. Виклик серйозний – але це не означає, що будь-які спроби розвиватися будуть недоречними.

Окремо Лучіано Глоор наголошує на важливості інновацій, які є однією з головних передумов сталого економічного розвитку. А для того, щоб вони з'являлися, потрібні творчі люди, які будуть розвивати нові ідеї. Звісно, «на-

штампувати» творчих людей неможливо, та, на щастя, є способи підтримати розвиток творчих здібностей.

Численні дослідження зарубіжних науковців підтверджують, що економіка та культура ідуть рука об руку. Втім, помилок тут не уникнути.

Як розповідає екс-очільник «Культури і креативності», одного разу азербайджанський високопосадовець поділився, що його країна має дуже талановиту молодь, та проблема в тому, що ця молодь «не залучена і не бере участі» в житті суспільства.

Помилка чиновника полягала в тому, що для нього – і для державних органів країни – культура була сферою, якою управляє держава, і відповідно, молодь повинна була брати участь у тому, що пропонується «згори». Однак в розумінні представників європейської програми: «участь» стосується художньої та культурної діяльності, яка виникає вільно та незалежно всередині громадянського суспільства й підтримується державою, але точно не організовується і не контролюється нею.

З урахуванням нинішньої ситуації, будь-який підхід до розвитку культурних і креативних індустрій повинен спиратися на: подолання елітарного підходу до культури, що стійко зберігається серед основних діячів культури; зосередження на «внутрішніх» ринках з сильним акцентом на формуванні аудиторії, в т. ч., на освіту в сфері культури (оскільки основні експортні можливості виникають з успіхів на внутрішніх ринках); розкриття потенціалу громадянського суспільства з особливим наголосом на молодь за допомоги організованих за принципом «знизу вгору» процесів розробки політики та реформ; забезпечення сталого працевлаштування та економічного зростання за рахунок створення надійних можливостей зайнятості й підприємництва на місцевому, регіональному та національному рівнях; розвиток і зміцнення культурних і креативних індустрій з урахуванням особливостей кожної країни; формування міжгалузевих і міжтериторіальних альянсів, у яких всі основні зацікавлені учасники будуть інтегровані й зможуть брати участь в процесі прийняття рішень з питань розробки політики в галузі культури, проектних ініціатив і розширення бізнесу, тим самим стираючи географічні лінії поділу між центром і регіонами, містом і селом.

Щодо глобальних тенденцій та місцевих особливостей, Лучіано Глоор наполягає на тому, що прості та готові рішення не працюють – особливо, в ситуації, коли основні зацікавлені сторони намагаються сліпо скопіювати наявні й на перший погляд успішні моделі, приміром, французьку або британську. Адже такі моделі завжди є результатом врахування конкретних культурних, економічних і політичних умов, які аж ніяк не можна штучно відтворити в іншій країні. Проте, ці моделі можна вивчати.

Необхідність діяти відповідно до глобальних тенденцій і зберігати свою актуальність пов'язана з таким важливим параметром, як врахування місцевої специфіки в підходах і рішеннях. Саме він дозволяє поліпшити життя і можливості отримання прибутку діячів культури і творчих працівників, і одночасно

реагувати на потреби основних верств населення – аудиторії, яку, до речі, в більшості випадків ще належить сформувати, навчити і навіть завоювати. В цьому сенсі одним з найголовніших питань залишається питання про те, якими повинні бути бізнес-моделі майбутнього, щоб діячі мистецтва могли заробляти на життя своєю творчістю.

Ризики запуску одиничних ініціатив, які не підтримуються політикою відповідного рівня, можна проілюструвати прикладом однієї з країн-учасниць Східного партнерства.

Центр креативних технологій «Тумо» в столиці Вірменії, Єревані, може служити чудовим прикладом приватної ініціативи, спрямованої на активне залучення молоді до творчої діяльності. Крім того, креативний осередок забезпечує цільовим групам підлітків можливості початкового навчання найсучаснішим технологіям мистецтва, а також високоякісній професійній підготовці практично з усіх напрямів, дотичних до культурних і креативних індустрій, – фотографія, кінематографія, комп'ютерне створення і обробка зображень, програмування ігрового ПЗ тощо. Й все це безкоштовно.

Щодня Центр навчає сотні молодих людей, отже за роки сотні складаються в тисячі тих, хто отримав можливість розвинути свої ідеї та творчі здібності, а також підвищити навички та вміння. Втім, ця прекрасна ініціатива, через яку Вірменії заздрають навіть багато європейських країн, має один суттєвий недолік: це одиничний проект. Він не став частиною будь-якого альянсу – ні з державою, ні з місцевою владою, ні з представниками креативних індустрій Вірменії, – який міг би дати цій молоді можливість отримати роботу в паралельно створюваних структурах, які дозволили б зміцнити економіку країни за рахунок обдарованої і освіченої молоді.

В цій ситуації є небезпека того, що, з одного боку, Центр готуватиме тих, чийі знання і навички будуть використовуватися на низькооплачуваних посадах підприємств в Берліні, Парижі та Лондоні, а країна буде й надалі страждати від «витоку мізків». З іншого боку, центр ризикує залишити багатьох своїх випускників, які не бажають (або не мають можливості) емігрувати, в ситуації, коли вони не зможуть знайти роботу або змушені будуть працювати на низькокваліфікованих посадах, відчуваючи, як марнуються їхні творчі пориви та можливості.

Лучіано Глоор визначає сьогоднішній час як складний перехідний період. Культурним і креативним індустріям ще доведеться розвиватися до повного розкриття свого потенціалу. Проте сьогодні завдяки вибуховому розвитку технологій виробництва та поширенню художнього контенту в Україні активно відбувається процес переходу від аудиторії до співтовариства творців і споживачів.

Він закликає креативний клас: активніше засновувати міжгалузеві й наскрізні альянси за професійним спрямуванням діяльності; створювати асоціації, інститути лобювання на місцевому, регіональному та національному рівнях, які буде засновано на спільних інтересах, а не на помилкових ідеологічних су-

перечках; брати участь і втручатися в діючі процеси розробки стратегії розвитку та концепції культури на рівні національних і місцевих органів влади, оскільки державні структури й тип управління в одну мить не зміняться; забезпечувати постійну громадську підтримку ініціативам; використовувати стратегії масової мобілізації та соціальні ЗМІ для більш ефективного впливу на державну політику; експериментувати з соціальними мережами; знаходити бізнес-можливості для розвитку конкретних культурних і креативних індустрій завжди з прицілом на місцеві аудиторії і специфіку місцевого ринку тощо. А головне – взяти власне майбутнє в свої руки.

В світі нині існує безліч сфер, в яких участь культури може давати значний макроекономічний ефект, що не має нічого спільного з традиційним розумінням економічного зростання. Але необхідно уникати збиткових ідеологічних протиріч на зразок конфлікту між мистецтвом і комерцією.

Той, хто заперечує загальну актуальність культури, заперечує саме культурне коріння нашого спільного існування; хто заперечує роль культури як стратегічної рушійної сили, що створює передумови для всього іншого, – грішить проти самої мети сталого розвитку [8].

Список першоджерел

1. Креативна Україна: креативна економіка як рушійна сила зростання та сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://creativeukraine.org.ua> (дата звернення: 14.03.2018). – Назва з екрана.

2. Міжнародний форум «Креативна Україна» запропонував дороговкази для креативних та культурних індустрій в Україні [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245294057&cat_id=244913751 (дата звернення: 14.03.2018). – Назва з екрана.

3. Семеник О. Наші перші: українські проекти-переможці конкурсу «Креативна Європа» [Електронний ресурс] / Оксана Семеник. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://culturepartnership.platfor.ma/nashi-pershi/> (дата звернення: 14.03.2018). – Назва з екрана.

4. Сиил Р. Как убедить скептиков в ценности культуры? [Електронний ресурс] / Рагнар Сиил. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: https://lb.ua/blog/ragnar_siil/381849_ubedit_skeptikov_tsennosti.html (дата звернення: 14.03.2018). – Назва з екрана.

5. Олійник Є. Як справи: сьогодні і завтра креативних індустрій в Україні: в межах проекту Culture Matters Platfor.ma підбиває підсумки, як у нас змінилося бачення культури і що стоїть на заваді розвитку українських креативних індустрій [Електронний ресурс] / Євгенія Олійник. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://platfor.ma/topic/yak-spravy-sogodni-zavtra-kreatyvnyh-industrij-v-ukrayini/> (дата звернення: 14.03.2018). – Назва з екрана.

6. Гончарук К. Етно здорової людини: альтернативний етно-концерт до Дня Незалежності замість шароварного офіціозу – хто міг би представити українські музичні традиції цікавими, по-сучасному переосмисленими? [Електронний ресурс] / Катря Гончарук. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://cultprostir.ua/uk/post/alternativniy-etno-koncert-do-dnya-nezalezhnosti> (дата звернення: 14.03.2018). – Назва з екрана.

7. Савченко О. Дом другой культуры: исполнительный директор Украинского культурного фонда Юлия Федив о своем ведомстве [Електронний ресурс] / Оксана Савченко // Фокус. – 2018. – 4 марта. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://focus.ua/culture/392772/> (дата звернення: 14.03.2018). – Назва з екрана.

8. Глоор Л. Вместе с культурой – к переменам! [Електронний ресурс] / Лучіано Глоор. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: https://lb.ua/culture/2015/09/27/317055_vmeste_kulturoy-peremenam.html (дата звернення: 14.03.2018). – Назва з екрана.

Матеріал підготувала

Шлепакова Т. Л.

голов. бібліограф відділу наукового аналізу та узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування ***І. Г. Піленко***

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 0,93. Б/т. Зам. 26. Безплатно

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ–1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12