

**Culture &
Creativity**

EU-Eastern Partnership Programme



კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება საქართველოში

კრისტინა ფარინა



The Programme is funded by
the European Union



NATIONAL
CENTRE FOR
CULTURE
POLAND



The Programme is implemented by a consortium led by the British Council, in partnership with the Soros
Foundation Moldova, the National Center for Culture of Poland and the Goethe-Institut



ანგარიში შესრულდა ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამის „კულტურა და კრეატიულობა“ დახმარებით.

ამ ანგარიშის შინაარსი არ გამოხატავს ევროკავშირის ოფიციალურ თვალსაზრისს. მასში წარმოდგენილ ინფორმაციასა და შეხედულებებზე სრულად პასუხისმგებელია ავტორი.

ანგარიში გამოქვეყნდა 2017 წლის ოქტომბერში.

სარჩევი

სარჩევი	3
1. მოკლე აღწერა	4
რეკომენდაციები CCIs-ის განვითარებისთვის საქართველოში	9
გუნდი და მადლობის სიტყვა	10
2. შემოქმედებითი ინდუსტრიები ევროკავშირში	11
3. მანდატი და მეთოდოლოგია	15
4. კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება – რეგიონული ანალიზი და საქართველოს დეტალური განხილვა	18
4.1 ეროვნული კონტექსტის მოკლე ანალიზი	18
4.2 CCIs-ის გამჭოლი ხასიათის გაცნობიერება	21
4.3 მონაწილეობითი პოლიტიკის და პლატფორმების დაფუძნება	29
4.4 ახლად აღმოცენებულ შემოქმედებით ჰაბებზე დაყრდნობა	33
4.5 სპეციალურ ფონდებთან და დახმარებასთან წვდომის გაიოლება	38
4.6 შემოქმედებითი მეწარმეობისთვის საჭირო განათლებისა და უნარის გაუმჯობესება	43
4.7 აუდიტორიისა და ბაზრის განვითარება	47
4.8 ინტერნაციონალიზაციისა და თანამშრომლობის წახალისება	50
5. რეკომენდაციები საქართველოში კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განსავითარებლად	57
5.1 პოლიტიკის განსაზღვრა, მონაწილეობა და პლატფორმები	57
5.2 ინფრასტრუქტურა, დაფინანსება და ჩარჩოები	60
5.3 უნარები, აუდიტორია და ბაზრები	64
5.4 ინტერნაციონალიზაცია და თანამშრომლობა	66
დანართი A: ბიბლიოგრაფია	69
დანართი B: სემინარებში და ინტერვიუებში მონაწილეთა და გასვლითი სამუშაოების ადგილების სია	73
შენიშვნა	75

1. მოკლე აღწერა

კულტურულ და შემოქმედებით ინდუსტრიებს (CCIs) უკვე ათ წელზე მეტია, აღიარებს ევროკავშირი და მათ ადგილს უჩენს თავის პოლიტიკის დოკუმენტებსა და პროგრამებში. ეს ანგარიში იძლევა კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ზოგად მიმოხილვას ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის ექვსი ქვეყნისთვის, რომლებიცაა: აზერბაიჯანი, ბელარუსი, მოლდოვა, საქართველო, სომხეთი და უკრაინა; მაგრამ, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, ის იძლევა ქვეყნისთვის სპეციფიკურ გამოწვევათა მიმოხილვას და მორგებულ რეკომენდაციებს საქართველოს კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის.

საქართველოს მთავარ ზოგად შესაძლებლობათა შორისაა:	საქართველოს მთავარ ზოგად გამოწვევათა შორისაა :
> საქართველოზე მომართული ყურადღების ზრდა მსოფლიო მედიაში და ტურისტების შემოძინება > ევროკავშირის ბოლოდროინდელი სავიზო რეჟიმი საქართველოსთვის, რაც თავისუფალი მიმოსვლისა და მიმოცვლის შესაძლებლობას იძლევა > მიმდინარე ძალისხმევა უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად და საქართველოს საერთაშორისო პოპულარობის გასაზრდელად > ტექნო-ინოვაციური ეკოსისტემის შექმნა და წამაქეზებელი პოლიტიკა საწარმოთა განვითარებისთვის, მათ შორის, კინოინდუსტრიისა და მოდის გამოყოფა პრიორიტეტულ სექტორებად > სახელმწიფო პოლიტიკის მხარდაჭერა CCIs-ისთვის	> უმუშევრობისა და სიღარიბის მნიშვნელოვანი მაჩვენებლები; მზარდი სექტორები ჯერ კიდევ საჭიროებს დახმარების სამსახურებს (ტურიზმი) > კულტურის შედარებით დაბალი მომხმარებლობა ამჟღავნებს შინაგან ტერიტორიულ და სოციალურ დისბალანსს > ტექნოლოგიური პოტენციალი არასაკმარისადაა მიერთებული აღმოცენებად CCIs-თან > მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის ფინანსებთან რთული წვდომა და სუსტი მიღწევები ხანგრძლივი დროის განმავლობაში > CCIs-ის და მათი პოტენციალის შესახებ საერთო გაცნობიერებულობის ნაკლებობა

სპეციფიკური შესაძლებლობები და გამოწვევები

1. საქართველოში CCI-ის გამჭოლი ხასიათის გაცნობიერება

შესაძლებლობები	გამოწვევები
> CCI-ს ერთ-ერთი რვა პრიორიტეტთან ერთად „კულტურის სტრატეგია 2025-ში“, რასაც CCI-ის კონკრეტული გზამკვლევის შედგენამდე მივყავართ. > ერთობლივი სამინისტროთაშორისო ინიციატივა კინოწარმოების გასაძლიერებლად „გადაიღე საქართველოში“ > საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო/GITA ინვესტიციას დებს კრეატიული აზროვნების გაფართოებაში, რომელიც ინტეგრაციას გაუწევს CCI-ს დისციპლინებს. > ქართული კინოინდუსტრიის გაზრდილი პოტენციალი და საერთაშორისო აღიარება > სტრატეგიული თანამშრომლობა კულტურის და ძეგლთა დაცვის სამინისტროსა და ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტროს შორის ტურიზმის საკითხში – პროგრამა „ჩექ ინ ჯორჯია“ > თბილისის მერიამ გამოაცხადა CCI-ის სტრატეგიისა და გზამკვლევის შექმნის შესახებ > რეგიონში ამჟამად მიმდინარე საერთაშორისო პროექტები ხაზს უსვამს CCI-ის როლს ტურიზმისა და რეგიონულ განვითარებაში. > იუნესკოს პროცესმა „კულტურის ინდიკატორები განვითარებისთვის“ გამოავლინა საქართველოში CCI-ის მაღალი წვლილი ეკონომიკასა და დასაქმებაში.	> პოლიტიკა ხშირად იზოლირებულად შემუშავდება და ხორციელდება. > კულტურის სფეროში ცენტრალურ და ადგილობრივ მმართველობათა შორის თანამშრომლობის ნაკლებობა > მონაცემთა შეგროვების არასაკმარისი დეტალურობა აფერხებს ზუსტ მონაცემთა პაკეტის შედგენას და CCI-ის გავლენის გაცნობიერებას.

2. მონაწილეობითი პოლიტიკისა და პლატფორმების დაარსება

შესაძლებლობები	გამოწვევები
> „კულტურის სტრატეგია 2025“ ფართო მონაწილეობითი პროცესის შედეგია > კულტურის სტრატეგიის განვითარებისთვის შეიქმნა სპეციალური სააგენტოთაშორისი კომიტეტი, რომელშიც შესული არიან სხვადასხვა სამინისტროების და ავტონომიური რესპუბლიკების წარმომადგენლები > სამინისტროთაშორისო საბჭო და სამუშაო ჯგუფი კოორდინირებას უწევს საქართველოში CCI-ის განვითარებას	> კულტურული სტრატეგიის განვითარებას შეიძლება წადგომოდა პოლიტიკის ყველა სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეთაგან უფრო მნიშვნელოვანი წვლილის ჩადება. > CCI-ის თემში ალიანსების, ქოლგა ორგანიზაციებისა და შეკავშირებულობის ნაკლებობა > მედიატორების და საერთო

> წარმატებული ურთიერთობებისა და სპონტანური თანამშრომლობის შემთხვევები სექტორების პროფესიონალებს შორის (საგამომცემლო და აუდიოვიზუალური სექტორები)	პლატფორმების ნაკლებობა იწვევს ინფორმაციის უქონლობას.
--	--

3. ახლად აღმოცენებულ შემოქმედებით ჰაბებზე დაყრდნობა

შესაძლებლობები	გამოწვევები
> „ტექნოპარკ საქართველოს“ შექმნა, საინფორმაციო ტექნოლოგიების სფეროში ინოვაციებისა და მეწარმეობის ხელშესაწყობად > ქვეყანაში (შემოქმედებითი) ცენტრების ინიციატივითაა აღმოცენება, მათ შორის – სხვადასხვა ფაზლაბების	> შემოქმედებითი თემისთვის გაძნელებულია, მოიპოვონ ხელმისაწვდომი სივრცე(ები) – შეკრებებისთვის, ახალი ფორმების საძიებლად, პერფომანსებისა და გამოფენებისთვის. > შეზღუდულია ისეთი შემოქმედებითი ჰაბების არჩევანი, რომლებიც ერთმანეთთან აკავშირებს ხელოვნება-შემოქმედებითობასა და ბიზნესს. > საჯარო კულტურული ინფრასტრუქტურა საჭიროებს განახლებას და შემოქმედებით თემთან შეთანადებას. > CCIs-ის ტექნიკურად ინოვაციურ ინფრასტრუქტურებთან მიზმის სტრატეგიის უქონლობა

4. სპეციალურ ფონდებთან და დახმარებასთან წვდომის გაიოლება

შესაძლებლობები	გამოწვევები
> „გადაიღე საქართველოში“ ფუნქციონირებს „ერთი ფანჯრის“ პრინციპით და ეწევა საქართველოს, როგორც ფილმის გადასაღები ლოკაციის, პოპულარიზაციას > ღია კონკურსების შემოღება ფილმის დასაფინანსებლად > პროგრესული მედიაკანონმდებლობა > საჯარო ხელისუფლების მიერ შემოქმედებითი სტარტაპებისა და მეწარმეების დახმარება	> საჯარო სტიმულების და ხელსაყრელი საკანონმდებლო ჩარჩოს არსებობის საჭიროება CCIs-ში ბიზნესგანვითარების ხელშესაწყობად. საჭიროება, ქველმოქმედება და ინვესტიციები უფრო მიმზიდველი გახდეს > სახელმწიფო დაფინანსების პროცედურა უნდა ეყრდნობოდეს დისტანცირებულობის პრინციპს ყველა სხვადასხვა CCIs-ის წარმომადგენელთან მიმართებაში. > მარეგულირებელი ჩარჩოსა და საჯარო-კერძო პარტნიორობის (PPPs) მოდელის არსებობის საჭიროება > CCIs-ის სხვადასხვა მეწარმეებს სჭირდებათ დახმარების სერვისები და დაფინანსების ალტერნატიული წყაროები. > საავტორო უფლებებში მეტი ჩახედულობის და უკეთესი მენეჯმენტის საჭიროება > კინოფილმების გავრცელების სუსტი ქსელი გავლენას

> „შემოქმედებითი საქართველოს“ მხარდაჭერა შემოქმედებით მეწარმეებს	- ახდენს კინოს განვითარებასა და წარმოებაზე. > კინოწარმოების შემდგომი განვითარება საჭიროებს დამატებით ინვესტიციას > მედიის ეკონომიკური მოდელი არამდგრადია და მცირე სარეკლამო ბაზარზეა დამოკიდებული.
---	--

5. შემოქმედებითი მეწარმეობისთვის საჭირო განათლებისა და უნარ-ჩვევების გაუმჯობესება

შესაძლებლობები	გამოწვევები
> განათლების და მეცნიერების სამინისტროს ჩართულობა პოლიტიკის განახლების პროცესში > დაწყებულია სახელოვნებო განათლების რეფორმის გზამკვლევის შედგენა > ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლებში ხელოვნების სწავლების კარგი დონე – კურიკულუმში ჩართულია მუსიკა და ხელოვნება, აგრეთვე, მიმდინარეობს კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრის პროგრამა – სინემა > შემოქმედებით მეწარმეებს ღიად მიუწვდებთ ხელი ინფორმაციასა და კონსულტაციაზე	> სახელოვნებო სწავლებაში იგრძნობა სამენეჯმენტო და საკომუნიკაციო უნარების ნაკლებობა, რაც სათანადოთ ვერ პასუხობს ბაზრის ცვლილებასა და საჭიროებებს. > CCI-ს-ში მთელი ცხოვრების განმავლობაში სწავლის საჭიროება > არსებული საჯარო პროგრამების მეტად გავრცელების საჭიროება

6. აუდიტორიისა და ბაზრის განვითარება

შესაძლებლობები	გამოწვევები
> ზოგ სახელოვნებო ინსტიტუტებში და ღონისძიებაზე აუდიტორიის განვითარების საინტერესო სტრატეგიების გამოჩენა > ახლად წარმოქმნილი ონლაინ მედია ხელს უწყობს CCI-ის განვითარებას > შემოქმედებითი საქართველო“ ქვეყანაში აწყობს გასვლით საინფორმაციო შეხვედრებს	> თბილისს გარეთ კულტურული მონაწილეობის და მომხმარებლობის დაბალი დონე > აუდიტორიებთან ეფექტიანი კომუნიკაციისა და ურთიერთქმედების საჭიროება CCI-ის სფეროში > ტრადიციულ მედიაში CCI-ის გავრცელების მიმართ ზოგადი ინტერესის ნაკლებობა > აუდიტორიის ამჟამინდელი საჭიროებების და მოლოდინების სიღრმისეული ანალიზის ნაკლებობა

7. ინტერნაციონალიზაციისა და თანამშრომლობის წაქეზება

შესაძლებლობები	გამოწვევები
> რეგიონში პირველი ქვეყანაა, რომელიც ჩაერთო პროგრამა „კრეატიულ ევროპაში“ > შემოქმედებითი ევროპის დესკის მუშაობის გააქტიურება > „შემოქმედებითი საქართველოს“ მიერ საერთაშორისო თანამშრომლობისა და პროექტების შემუშავების გაძლიერება > ქართველი დიპლომატების და დიასპორების მიერ ქართული კულტურის პოპულარიზაცია საზღვარგარეთ > ახალი კულტურული დიპლომატიის კონცეფციის მიმდინარე შემუშავება > ქართველ კინემატოგრაფთა საერთაშორისო აღიარება და საერთაშორისო ერთობლივი ნამუშევრების მატება > მეტი ინვესტიციები საზღვარგარეთ საერთაშორისო ჩვენებებსა და ბაზრობებში მონაწილეობისთვის > საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების და ხელოსნობის განვითარების პროგრამა კარგი საერთაშორისო კავშირებით, განსაკუთრებით, სამხრეთ კავკასიაში > შემოქმედებითი ბიზნესის თასში (Creative Business Cup) მონაწილეობა, როგორც ადგილობრივ კონკურსში, ასევე კოპენჰაგენში გამართულ მსოფლიო ფინალში > ფესტივალები ასრულებს ყურადღების ფოკუსში მოქცევის ფუნქციას ამ სექტორის პროფესიული განვითარების და პოპულარიზაციისთვის.	> შემოქმედებითი ევროპის დესკმა უნდა გააძლიეროს თავისი მისია, რადგან საქართველოს CCIs-ის პროფესიონალებს აკლიათ საერთაშორისო ასპარეზზე მუშაობის გამოცდილება. > კულტურულ დიპლომატიას სჭირდება, მიმართოს სისტემურ მიდგომას, რათა CCIs-ის უფრო ფართო სპექტრი მოიცვას და ერთმანეთთან დააკავშიროს კულტურა და სავაჭრო შესაძლებლობები. > ევროკავშირის აუდიოვიზუალურ კანონმდებლობასთან მეტი შესატყვისობის საჭიროება აფერხებს სრულ მონაწილეობას „კრეატიული ევროპის“ მედია-ქვეპროგრამაში. > საერთაშორისო მობილობისთვის მეტი მხარდაჭერის საჭიროება ხელს უშლის გრძელვადიან პარტნიორობებსა და ერთობლივ წარმოებას.

რეკომენდაციები CCIs-ის განვითარებისთვის საქართველოში

1. პოლიტიკის შემუშავება, მონაწილეობა და პლატფორმები

- > CCIs ჩართული იყოს პოლიტიკის შემუშავების ძირითად მიმართულებაში და გაძლიერდეს სხვა სფეროებთან გადაკვეთები (crossovers).
- > დეცენტრალიზდეს CCIs-ის პოლიტიკა.
- > აიგოს მოცემული სექტორის ალიანსები და პლატფორმები.

2. ინფრასტრუქტურა, დაფინანსება და ჩარჩოები

- > გაუმჯობესდეს და დეცენტრალიზდეს სივრცეების მისაწვდომობა.
- > გაძლიერდეს კანონები CCIs-ის განვითარების გასაძლიერებლად.

3. უნარ-ჩვევები, აუდიტორიები და ბაზარი

- > გადახალისდეს განათლება და სწავლება და CCIs-ისთვის.
- > ამაღლდეს ცნობიერება და გაუმჯობესდეს მონაწილეობა CCIs-ში.

4. ინტერნაციონალიზაცია და თანამშრომლობა

- > პოპულარიზაცია გაეწიოს საქართველოს ნიჭსა და შემოქმედებითობას მსოფლიო მასშტაბით.
- > გამოიყოს რესურსები საერთაშორისო თანამშრომლობისა და ვაჭრობისთვის.

გუნდი და მადლობის სიტყვა

კრისტინა ფარინა, უფროსი ექსპერტი (პორტუგალია), ავტორი

ზვიად მჭედლიშვილი, უმცროსი ექსპერტი (საქართველო), ეროვნული მრჩეველი და თანაავტორი

ჩვენ გვსურს, მადლობა გადავუხადოთ ყველას, ვინც საქმის ცოდნითა და გულისხმიერად დაგვებმარა, მოგვემზადებინა ექვსი ანგარიში კულტურულ და შემოქმედებით ინდუსტრიებზე, აღმოსავლეთ პარტნიორობის ყველა ქვეყნისთვის. ესენი არიან: ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამა „კულტურა და კრეატიულობის“ თანამშრომლები: რაგნარ სილი, რომელმაც თავიდან ბოლომდე მოიაზრა და უხელმძღვანელა მთელ პროცესს, და ტომ უილიამსი, ღირებული რჩევებით რომ გვებმარებოდა; ასევე, გიორგი რაზმაძე, პროგრამის კოორდინატორი საქართველოში, ვინც ღირებულ დახმარებას გვიწევდა გასვლითი სამუშაოების მოწყობასა თუ მიმდინარე ინფორმაციის მოწოდებასა და გადამოწმებაში. მადლობას ვუხდით აღმოსავლეთ პარტნიორობის ექვსივე ქვეყანაში სხვადასხვა სექტორის ყველა დაინტერესებულ მხარეს, ვინც გულისხმიერად მონაწილეობდნენ შეხვედრებსა და სემინარებში და მეგზურობას გვიწევდნენ ვიზიტებისას (სია იხილე დანართ B-ში). და ბოლოს, გვინდა, მადლობა გადავუხადოთ ყველა კოლეგასა და მეგობარს, რომლებმაც დიდი ენთუზიაზმით შემოგვთავაზეს სასარგებლო ბმულები, შემთხვევები და რჩევები.

2. შემოქმედებითი ინდუსტრიები ევროკავშირში

კულტურულ და შემოქმედებით ინდუსტრიებს (CCIs) უკვე ათ წელზე მეტია, აღიარებს ევროკავშირი და მათ ადგილს უჭენს თავის პოლიტიკის დოკუმენტებსა¹ და პროგრამებში. შემოქმედებით ეკონომიკას, ამ ვრცელ სექტორს, რომელიც სცდება ტრადიციულ სახელოვნებო და კულტურულ დარგებს და თავის თავში მოიცავს მეტ ურთიერთდაკავშირებულ საქმიანობასა და ქვესექტორს, აქვს პოტენციალი, რომელიც აღიარა სხვა საერთაშორისო ორგანიზაციებმაც, როგორიცაა ევროპის საბჭო, გაეროს სხვადასხვა ორგანიზაციები²; რომელიც აგრეთვე მთელი მსოფლიოს მასშტაბით აღიარა ეროვნულმა, რეგიონულმა თუ ადგილობრივმა მმართველობებმა.

უფრო ადრე კი კულტურული სექტორის უნარი, ეწარმოებინა არასაბაზრო ფასეულობები, დიდი ხნის განმავლობაში მოიაზრებოდა სიმბოლური, არამატერიალური თუ საგანმანათლებლო ხასიათის მონაწილეობად. შედარებით ცოტა ხნის წინ სულ უფრო გაიზარდა შეგნება, რომ ამ სექტორს შეუძლია, ეკონომიკაზე უშუალო თუ არაპირდაპირი გავლენა მოახდინოს – იმით, რომ უბიძგებს ზრდას, ქმნის სამუშაო ადგილებს, წახალისებს ინოვაციებს და წვლილი შეაქვს სოციალურ და მდგრად განვითარებაში.

ამ ვარაუდს საფუძველს უმაგრებს მსოფლიოს მასშტაბით წარმოებული კვლევები და შეგროვილი მონაცემები. ევროკავშირში ძირითადად შემოქმედებითმა ინდუსტრიებმა აწარმოეს 558 მილიარდი ევრო – მთელი ევროპული მშპ-ის დაახლოებით 4.4%, 2011 წლის მონაცემებით.³ ეს ინდუსტრიები შეადგენს დაახლოებით 8.3 მილიონი სრულგანაკვეთიანი სამუშაო ადგილის ექვივალენტს ან მთელი ევროპული სამუშაო ძალის 3.8%-ს. სტატისტიკა აგრეთვე გვიჩვენებს, რომ უმრავლეს CCI-ში უფრო მაღალია ახალგაზრდობის დასაქმების პროცენტული მაჩვენებელი, ვიდრე დანარჩენ ეკონომიკაში და რომ ეს სექტორი აღმოჩნდა სხვებზე მეტად სიცოცხლისუნარიანი 2008 წელს ევროპაში ეკონომიკური და ფინანსური დაღმავლობის დროს. 2013⁴ წლის მსოფლიო ეკონომიკური მონაცემები გვიჩვენებს, რომ ამ სექტორში ლიდერობს ევროპა და განვითარების კატალიზატორი ხდება. CCI-მა აწარმოეს მსოფლიოს მშპ-ის 3% (2,250 მილიარდი US დოლარი წლიური შემოსავალი) და შექმნეს 29.5 მილიონი სამუშაო ადგილი მთელ მსოფლიოში.

CCIs-ის სულ უფრო მზარდი აღიარების მიუხედავად, მათი განვითარება შენელდა იმ ფაქტის გამო, რომ კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიები გადაფარავს სხვადასხვა პოლიტიკის არეებს, როგორიცაა კულტურა, განათლება,

1 როგორიცაა: the Communication on promoting the cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU (2012), the Communication on cultural heritage (2014) and the European Parliament Resolution on a coherent EU policy for cultural and creative industries (2016).

2 იუნესკო – გაეროს განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაცია; UNCTAD – გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია; UNDP – გაეროს განვითარების პროგრამა

3 Tera Consultants (2014) The Economic Contribution of the Creative Industries to the EU in terms of GDP and Jobs.

4 Ernst & Young (2015) Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries, CISAC-International Confederation of Authors and Composers Societies.

ეკონომიკა და ურბანული/რეგიონული განვითარება. ბოლო წლებში დებატები CCI-ის როლის შესახებ ევროკავშირში შემდეგ ძირითად საკითხებზეა ფოკუსირებული:

- > **CCIs-ის ჩასმა ევროკავშირის სტრატეგიული დღის წესრიგის ძირითად მიმართულებაში, პოლისტიკური საერთოევროპული ეკოსისტემის განსავითარებლად.** CCI-ს EU2020-ის სტრატეგიაში⁵ მეტწილად შეუხებელ და გამოუყენებელ რესურსად დარჩა. უფრო მაღალ დონეზე ევროკავშირის ზოგი ინსტიტუცია აღიარებს კულტურის როლს მდგრადი განვითარების მიზნების მიღწევაში და მიდის მუშაობა, კულტურა ჩაითვალოს ძირითად მამოძრავებელ ძალად მათ პასუხში დოკუმენტზე „დღის წესრიგი მდგრადი განვითარებისთვის 2030“. ევროკავშირის სჭირდება, კიდევ უფრო მეტად აღიაროს და ინვესტიცია ჩადოს CCI-ში და გამოიკვლიოს, როგორია მისი პოტენცია, წვლილი შეიტანოს ზრდასა და დასაქმებაში; გახდეს ინოვაციის კატალიზატორი; და მსოფლიო კონკურენციისა და რბილი ძალის ძირითადი ელემენტი. ინოვაცია, მეწარმეობა და CCI-ს ოფიციალურად მონიშნა, როგორც გამჭოლი თემები ევროკავშირის პროგრამებში, როგორიცაა Horizon 2020 კვლევა და ინოვაცია, COSME for SMEs (მათ შორისაა Erasmus ახალგაზრდა მეწარმეთათვის), Start-up Europe, Erasmus+, INTERREG-Territorial Cooperation და ევროკავშირის სტრუქტურული და ურთიერთგათანაბრების ფონდები.
- > **CCIs-ის კონკურენტული უპირატესობის ჩართვა რეგიონული განვითარების „გონივრული სპეციალიზაციის“ (smart specialisation) სტრატეგიებში რეგიონის წინსვლისთვის, ინოვაციისა და სოციალურ-ეკონომიკური განვითარებისთვის.** CCI-ს აქვთ უნარი, იურთიერთქმედონ სხვა საქმიანობებთან, რაც ხშირად იწვევს ეფექტების დაგროვებასა და კლასტერიზაციას, ეს კი, როგორც წესი, თავის როლს თამაშობს ადგილობრივად დამატებითი ღირებულების პროპორციის გაზრდაში. ევროკავშირის რამდენიმე რეგიონი მიმართავს სტრუქტურულ და ურთიერთგათანაბრების ფონდებს CCI-ში, განსაკუთრებით, აქტივების რუკის შედგენისთვის (mapping), რესურსების მობილიზებისთვის, სტრატეგიული პარტნიორობებისა და კლასტერებისთვის და ინფრასტრუქტურისა და სერვისების გაუმჯობესების მიზნით.
- > **CCIs-ის სტრატეგიული აქტუალობის აღიარება ურბანული განვითარების პოლიტიკისთვის, განსაკუთრებით, ინიციატივა „ევროპის კულტურის დედაქალაქების“ (ECOCs) მეშვეობით.** ქალაქები ხელოვანებისა და შემოქმედებითი ადამიანებისთვის ყოველთვის ხელშემწყობი ადგილი იყო. შემოქმედებითი ჰაბების, ახალი აქტივობის ადგილების გაჩენა, სადაც პროფესიონალები ქმნიან, იკრიბებიან, თანამშრომლობენ და ნამუშევრებს გამოფენენ, იქცევა ქალაქის განახლების ამძრავ ძალად: ახალი ფუნქცია ეძლევა

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

⁶ 2015 წ. საბჭოს დასკვნები თემაზე: „კულტურული და შემოქმედებითი გადაკვეთები ინოვაციის, ეკონომიკური მდგრადობის და სოციალური ჩართულობის გასაძლიერებლად“

მიტოვებულ ინდუსტრიულ სივრცეებს თუ გამოუყენებელ შენობებს, რაც პარალელურ მომსახურებას და ბიზნესებს იზიდავს. ECOC, ევროკავშირის დიდხანი ფლაგმანი ინიციატივა, საერთაშორისო სახელოვნებო და კულტურული პროგრამიდან განვითარდა და იქცა უფრო სტრუქტურული ინიციატივად, რომელიც ქალაქებს უბიძგებს, ჩართონ კულტურული განვითარება და CCI-ს თავიანთი განვითარების პოლიტიკის სტრატეგიებში. ECOCs აკავშირებს ევროპულ კოოპერაციას და კულტურას ინოვაციის, ტურიზმისა და ურბანული დაგეგმარების დაინტერესებულ მხარეებთან.

- > **CCI-ის ჩართვა ინოვაციასა და კვლევისა და განვითარების (R&D) პროგრამებში.** CCI-ის უნარს, დაეხმაროს ინოვაციის პროცესს, ჯერჯერობით მხოლოდ ნაბიჯ-ნაბიჯ აღიარებენ და უჭერენ მხარს. 2010 წლიდან მოყოლებული, ინოვაციის კავშირი (Innovation Union, EU2020-ის ფლაგმანი ინიციატივა)⁷ ხაზს უსვამს, რომ ინოვაციებს უფრო და უფრო მეტად ამოძრავებს არატექნოლოგიური ფაქტორები, როგორიცაა შემოქმედებითობა, დიზაინი, ბრენდინგი და ახალი ორგანიზაციული პროცესები. ინიციატივა აგრეთვე აღნიშნავს, რომ მომხმარებლის მიერ ამოძრავებული ინოვაციის პროცესები და CCI-ის როლი მრავლისმომცემი ურთიერთობების ჩამოყალიბებასა და აუდიტორიასა და მოქალაქეებთან დაკავშირებაში ძლიერ მნიშვნელოვანია.
- > **სხვა ინდუსტრიებსა და საზოგადოებაში გადადინების ეფექტის ხელშეწყობა.** CCI-ს უკავიათ სტრატეგიული პოზიცია იმისათვის, რომ გამოიწვიონ გადადინების ეფექტი სხვა ინდუსტრიებსა და სფეროებში, რაკი ისინი გადაფარავენ ხელოვნებას, მეცნიერებასა და ტექნოლოგიას. კულტურული და შემოქმედებითი უნარები შეიძლება ღირებული იყოს სხვა პროფესიულ სფეროებშიც, CCI-ის შეუძლია, შექმნას კონტენტი ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიებისთვის, გავლენა მოახდინოს ტურიზმზე და ჩართული იყოს ღირებულებათა ჯაჭვში რამდენიმე სხვადასხვა ეტაპზე, განსაკუთრებით, წარმოებასა და უახლეს ინდუსტრიებში. მათი ეს კატალიზატორული პოტენციალი აგრეთვე წარმოადგენს რესურსს სოციალური ინოვაციის, ჯანდაცვისა და სოციალური გამოწვევებისთვის, როგორიცაა გარემოსდაცვითი პრობლემები. ამ საერთო-სექტორული ნაყოფიერების ხელშესაწყობად საჭიროა გაცალკევებულობის აღმოფხვრა და თანამშრომლობის გაღვივება პოლიტიკის სხვადასხვა სფეროებში, აგრეთვე, ისეთი კლასტერების წახალისება, სადაც სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები თანამშრომლობას შეძლებენ.
- > **დახვეწა უნარებისა, სათანადოდ იყოს გამოყენებული ის ახალი შესაძლებლობები, რაც ციფრულ ტექნოლოგიებს შემოაქვს CCI-ის ღირებულებათა ჯაჭვში.** ციფრული ტექნოლოგიების სწრაფი განვითარება ინტერნეტს უმთავრეს სავაჭრო ადგილად აქცევს და ამით თავის როლს თამაშობს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ღირებულებათა ჯაჭვის სულ უფრო

7 ევროპული კომისია (2010) კომუნიკაცია Europe2020-ის ფლაგმანი ინიციატივაზე „ინოვაციის კავშირი“

მეტად გართულებაში. ეს ნიშნავს, რომ CCI-ს გამუდმებით უნდა იძენდნენ ახალ უნარ-ჩვევებს და მოთხოვნას მოარგონ ანაზღაურების საშუალებები. ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიები CCI-ს აგრეთვე აძლევს ახალ შესაძლებლობებს ბიზნესმოდელებთან დაკავშირებით და სთავაზობს აუდიტორიასთან ურთიერთობის უფრო პირდაპირ ფორმებს, რომლებიც დაფუძნებულია თანამშრომლობასა და მომხმარებლის ჩართულობაზე. ევროკავშირი აკვირდება ციფრულ ცვლილებას შემოქმედებით ღირებულებათა ჯაჭვში, რათა ირეაგიროს შედეგად გამოწვეულ ყველა საბაზრო დისბალანსზე, ზარდოს უნარიანობა და ხელი შეუწყოს შინაარსისა და გამოხატვის მრავალფეროვნებას.

- > **ფინანსებთან წვდომის გაუმჯობესება, განსაკუთრებით, CCI-ისთვის ევროკავშირის ახალი საგარანტიო დახმარების (guarantee facility) გამოყენებით.** დაფინანსების სხვადასხვა წყაროსთან წვდომა CCI-ისთვის საკვანძო დაბრკოლებაა. პროგრამამ „კრეატიული ევროპა“ (2014-20) გამოყო €121 მილიონი ფინანსური მექანიზმისთვის, რომელიც მოქმედებს, როგორც დაზღვევა ფინანსური შუამავლებისთვის (მაგ. ბანკებისთვის), რომლებიც სესხს იძლევიან CCI-ის ინიციატივებისთვის. ფინანსურ შუამავლებს აგრეთვე მიეწოდებათ სატრენინგო პროგრამები CCI-ის პროექტების უკეთ გასაგებად.
- > **სხვადასხვა ქვეყნებში მოქმედი შემოქმედებითი ჰაბებისა და შემოქმედებითი მეწარმეების სახელმწიფოთაშორისი ქსელისა და კავშირების ხელშეწყობა – ევროპული შემოქმედებითი ჰაბების ქსელი⁸ და შემოქმედებითი კვალი⁹.** ევროკომისია ეხმარება ორ საპილოტე პროექტს ევროპული შემოქმედებითი ჰაბების ქსელის (ECHN) შესაქმნელად და საერთაშორისო ახალგაზრდა შემოქმედებით მეწარმეთა პლატფორმას „შემოქმედებითი კვალი“ (Creative Tracks). ეს საპილოტე პროექტები აყალიბებენ თემებს ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლითა და თავშეყრების წაქეზებით, „თანასწორი-თანასწორს“ სატრენინგო პროგრამებით, რუკის შედგენით, სივრცეებისა და კონკურსების მოწყობით და ამ მხარდამჭერი სტრუქტურებისთვის ერთობლივი სცენის შეთავაზებით მთელ მსოფლიოში, სადაც შესაძლებელი იქნება სხვადასხვა სახის ურთიერთგაზიარება და ერთმანეთისგან სწავლა.
- > **CCI-ის ხარისხობრივი და რაოდენობრივი შედეგების გაცნობიერების ხელშეწყობა – კულტურული და შემოქმედებითი ქალაქების დამკვირვებელი.¹⁰** ევროკომისია ევროსტატთან – ევროკავშირის სტატისტიკის სამსახურთან – და მის წევრ-სახელმწიფოებთან ერთად, აგრეთვე ისეთ საერთაშორისო ორგანიზაციებთან ერთად, როგორიცაა იუნესკო და ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია (ECD), მუშაობდა და მუშაობს, რათა გააუმჯობესოს და საერთაშორისო შესაბამისობაში მოიყვანოს იმ მონაცემების შეგროვება და ანალიზი, რომელიც შეეხება CCI-ის როლს

8 <http://creativehubs.eu>

9 <http://www.creativetracks.org>

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

ეკონომიკასა და ზოგადად საზოგადოებაში. იზრდება საჭიროება, დამატებითი ინვესტიცია ჩაიდოს CCI-ის ხარისხობრივი ეფექტების შეფასების ახალ ხერხებში. განიხილება ინფორმაციის შეგროვების სხვა მეთოდებიც, როგორცაა მონათხრობი და ინტერვიუები. 2017 წელს ევროკომისიამ და გაერთიანებული კვლევის ცენტრმა (Joint Research Centre) წამოიწიეს პლატფორმა „კულტურული და შემოქმედებითი ქალაქების დამკვირვებელი“ (Culture and Creative Cities Monitor). ის აგეგმავს და აკვირდება CCI-ის აქტივებს შერჩეულ ქალაქებში (დღეისთვის მათი რაოდენობა 168-ს აღწევს) და სისტემური და შედარებისთვის მოსახერხებელი ხერხით ზომავს მათ ხარისხობრივ თუ რაოდენობრივ ღირებულებას და მათ გავლენას. ეს იარაღი გახლავთ ნაბიჯი, გადადგმული იმისკენ, რომ კულტურა ინტენსიურად იყოს წარმოდგენილი ქალაქების განვითარების დღის წესრიგში და შემუშავდეს CCI-ის ანალიზისა და მტკიცებულებათა წარდგენის ახალი გზები.

- > **CCIs-ის როლის ბაზგასმა ევროკავშირის საგარეო ურთიერთობებში – მთელ მსოფლიოში ახალი ბაზრების გახსნასა და მდგრად განვითარებასა და კულტურულ მრავალფეროვნებაში ჩადებული წვლილი.** ევროკავშირის საბჭომ ცოტა ხნის წინ მიიღო დადგენილებები, რომლებიც მხარს უჭერს ევროკომისიის განცხადებას¹¹ ევროკავშირის ახალ სტრატეგიულ მიდგომაზე საერთაშორისო კულტურული ურთიერთობების მიმართ. აღიარებს რა ევროპის პიონერულ როლს CCI-ის სექტორში, ის ხელს შეუწყობს CCI-ისთვის ხელსაყრელი პირობების შექმნას, რათა მათ განაგრძონ შემოქმედებითი ზრდისა და დასაქმების გაფართოება, მხარს დაუჭერს კულტურულ წარმოებას, როგორც ტურიზმის და განვითარების ამძრავ ძალას, ამასთან, გახსნის კომუნიკაციის, კულტურათაშორისი დიალოგისა და მშვიდობის დამყარების ახალ არხებს.

3. მანდატი და მეთოდოლოგია

მოცემული ანგარიში გთავაზობთ კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ზოგად მიმოხილვას¹² ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის ექვსი ქვეყნისთვის. ესენია: აზერბაიჯანი, ბელარუსი, მოლდოვა, საქართველო, სომხეთი და უკრაინა, მაგრამ, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია,

11 European Commission (2016) "Towards an EU Strategy for international cultural relations".

12 დამატებით, ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამამ „კულტურა და შემოქმედებითობა“ დაუკვეთა

ეროვნული ქვესექტორული ანგარიშები, რათა უკეთ ჩაეხედა კულტურული მემკვიდრეობის,

აუდიოვიზუალური/კინოხელოვნების, საშემსრულებლო ხელოვნების და ლიტერატურის საკითხებში. ამას გარდა, CCI-ის

განვითარებაზე რეგიონული თვალთახედვის მისაღებად დასახელებული 6 ქვეყნიდან თითოეულში ამჟამად მიდის პროექტ

„შემოქმედებითი ქალაქი/რეგიონი“ პილოტირება: შამპიში (აზერბაიჯანი); სვეტლოგორსკში (ბელარუსი); ორპეში

(მოლდოვა); მცხეთა-მთიანეთში (საქართველო); სისიანში (სომხეთი); და კოსივში (უკრაინა). და ბოლოს, პროგრამამ წამოიწყო

კულტურული ინდიკატორების განვითარების ინიციატივა, აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების უმრავლესობაში რომ

ხორციელდება და იძლევა CCI-დან მიღებული კულტურული, ეკონომიკური და სოციალური სარგებლის მიმოხილვას. მეტ

ინფორმაციას გაეცნობით აქ: <http://www.culturepartnership.eu/>

ის იძლევა ქვეყნისთვის სპეციფიკურ გამოწვევათა მიმოხილვას და მორგებულ რეკომენდაციებს საქართველოს კულტურული და შემოქმედებით ინდუსტრიებისთვის.

მანდატი ითვალისწინებს, გაანალიზდეს ამ ქვეყნებში CCI-ის მიმდინარე მოდგომარეობა, დადგინდეს მათი მთავარი გამოწვევები და შესაძლებლობები, მოიხაზოს რეკომენდაციები, დაისახოს გეზი და მომდევნო გადასადგმელი ნაბიჯები. ეს მიდგომა სცდება უბრალოდ პოლიტიკის განმსაზღვრელებზე მიმართულ ქმედებებს ეროვნულ თუ ევროკავშირის დონეზე. ის შემუშავებულია ყველასთვის, ვინც დაინტერესებულია და პოტენციურად ერევა CCI-ის მრავალფეროვან ეკოსისტემაში. ძირითად საფოკუსე ჯგუფში შედიან: ყველა დონის – ეროვნული, რეგიონული და ადგილობრივი – პოლიტიკის განმსაზღვრელები და ხელისუფლები აღმოსავლეთ პარტნიორობის რეგიონიდან; ევროკავშირელი და საერთაშორისო კოლეგები; სხვადასხვა სექტორის სპეციალისტები ყველა დისციპლინასა და ქვესექტორში, მათი ორგანიზაციები, საწარმოები და ინსტიტუციები, და ყველა რელევანტური დაინტერესებული მხარე, განსაკუთრებით, განათლების და ბიზნესთემიდან, რომლებიც დაკავშირებული არიან CCI-ის განვითარების დღის წესრიგთან.

რაც შეეხება ამ ანგარიშში გამოყენებული CCI-ის ფარგლებს, ტერმინი „კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიები“ მოიცავს მრავალფეროვან და დინამიკურ სპექტრს დისციპლინებისა თუ ქვესექტორებისა, რომლებიც სხვადასხვაა ყოველი ქვეყნისთვის. ეს დისციპლინები გაშუქდებიან იცვლება და ურთიერთქმედებს, ამიტომ შეუძლებელია მკაცრი განსაზღვრების დადგენა და ცალსახა კონცეპტების დასახელება, თუმცა ამ ანგარიშის მომზადებისას სახელმძღვანელოდ გამოყენებული იქნა შემდეგი წანამდგერები:

- a) *ამოსავალი წერტილი გახლავთ კულტურული და შემოქმედებითი სექტორების ის განსაზღვრა, რომელიც მოცემულია პროგრამა „კულტურა და კრეატიულობის“ დამაარსებელ რეგულაციაში¹³. ის მოიცავს ვრცელ განსაზღვრას, რომელშიც ჩამოთვლილია ყველა აქტივობა, დაფუძნებული კულტურულ ფასეულობებზე და/ან ხელოვნებითა თუ სხვა შემოქმედებით გამოხატვაზე და მათ შორის მოიცავს: არქიტექტურას, არქივებს, ბიბლიოთეკებსა და მუზეუმებს, სახელოვნებო ხელოვნებს, აუდიოვიზუალურ ნაწარმს (მათ შორის, კინემატოგრაფიას, ვიდეოთამაშებს, მულტიმედიასა და ტელევიზიას), მატერიალურ და არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას, დიზაინს (მათ შორის, მოდის დიზაინს), მუსიკასა და ლიტერატურას, საშემსრულებლო ხელოვნებას, საგამომცემლო საქმეს, რადიოს და სახვით ხელოვნებას.*
- b) *კულტურული და შემოქმედებითი გამოხატვა ყველა ქვეყნისთვის სპეციფიკურია. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ამ ექვსი ქვეყნიდან თითოეულისთვის შეიძლება განხილული იქნეს სხვა თემატური საქმიანობებიც, თუ მათში ჩანს პოტენციალი; მაგ. საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები, მედია, კომუნიკაცია და რეკლამირება, მოდა*

13 სტატია 2, თავი I ევროპარლამენტის და ევროსაბჭოს 2013 წლის 11 დეკემბრის რეგულაციისა (EU) No 1295/2013,

რომელმაც შექმნა პროგრამა „შემოქმედებითი ევროპა (2014-დან 2020-მდე)“.

და ფუფუნების საგნები, გასტრონომია, ღვინის წარმოება და კულტურული ტურიზმი.

- c) ანგარიში ძირითადად ფოკუსირებულია საკითხზე, თუ როგორ გაეწიოს დახმარება და გაუმჯობესდეს პირობები CCIs-ში არსებული იმ დისციპლინების, ქვესექტორების და საქმიანობების განსავითარებლად, რომლებსაც აქვს ზრდის პოტენციალი და/ან შეუძლია, მოიტანოს შემოსავალი, იყოს მდგრადი და უშუალოდ შეიტანოს წვლილი ეკონომიკის ზრდაში და დასაქმებაში.*

მოცემული ანგარიშის მოზადების პროცესი გეგმის მიხედვით ექვს თვეს უნდა გაგრძელებულიყო, 2016 წლის შემოდგომიდან 2017 წლის გაზაფხულამდე. სავსე სამუშაოები ეყრდნობოდა შრომატევად მისიებს რეგიონის ექვს დედაქალაქში (უკრაინაში ამას დამატა ლვოვიც). ამ სავსე გასვლებისას ტარდებოდა ინტერვიუები, შეხვედრები და განხილვები მთავარ დაინტერესებულ მხარეებთან, რომელთა შორის იყვნენ პოლიტიკის განმსაზღვრელები და შემოქმედებითი პროფესიონალები და ორგანიზაციები, ინდივიდუალურად და ჯგუფური სემინარების ფორმატში. მისია აგრეთვე ითვალისწინებდა კულტურული ცენტრების, სივრცეებისა და ინსტიტუციების მონახულებას. მონაცემების შეგროვება და გამოხმაურებები შეივსო სამაგიდო კვლევით, რომელშიც გამოყენებული იქნა არსებული ლიტერატურა და მითითებული წყაროები.

თუმცა აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებს ბევრი რამ აქვთ საერთო, ამ ქვეყნების მნიშვნელოვანი განსხვავებებიც უდავოა. ამ ქვეყნებს საერთო აქვთ ბევრი გამოწვევა მათი CCIs-ის დღის წესრიგის განვითარების მხრივ და შეიძლება ერთი და იგივე ღონისძიებები აღმოჩნდეს მათთვის სასარგებლო, მაგრამ შეიძლება, ისინი სხვადასხვა გზით იქნეს განხორციელებული. ეს ანგარიში განსაზღვრავს საქართველოში CCIs-ის განვითარების მთავარ გამოწვევებსა და შესაძლებლობებს. ბევრი ეს გამოწვევა საზიაროა რამდენიმე სხვა ქვეყანასთან (და რეგიონთან) დედამიწის სხვა მხარეებში, მათ შორის – ევროპის და ევროკავშირის სხვა ნაწილებში. რამდენადაც CCIs უკავშირდება ახალ ეკონომიკას, დაფუძნებულს ნიჭზე/ადამიანურ რესურსზე და შემოქმედებითობაზე, ამ სექტორის განვითარება მოითხოვს მთელი ახალი ეკოსისტემის შექმნას. აქ არ არსებობს მზამზარეული გადაწყვეტები.

ყოველი გამოწვევისთვის ანგარიშში შემოთავაზებულია მაგალითი ევროკავშირის ქვეყნებიდან. ზოგი შემთხვევა გრძელვადიანი და შემოწმებული ინიციატივაა, სხვები ჯერ მხოლოდ ახლახანაა წამოწყებული და ჯერ მათი საბოლოო შეფასება არ მომხდარა. სხვა ქვეყნების ეს მაგალითები¹⁴ მოწოდებულია შთაგონების გამოსაწვევად, ისინი აღწერენ პრაქტიკებს, რომლებიც შეიძლება ან გადმოღებული იქნეს – აუცილებლად ადგილობრივ პირობებზე მორგებით – და/ან გამოდგეს საწყის წერტილად, რომელსაც აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნები შეისწავლიდნენ და შემდეგ საკუთარ განსხვავებულ გადაწყვეტილებებს შეიმუშავებდნენ. შემოთავაზებულია რეკომენდაციები, თუ როგორ წავახალისოთ

¹⁴ მაგალითები შეირჩა იმის მიხედვით, თუ რომელი უკეთ შესაბამებოდა ანალიზის ობიექტად მყოფ გამოწვევას და ეფუძნება როგორც ლიტერატურას, ასევე პროფესიონალურ ცოდნას.

სექტორის განვითარება – როგორც მოკლევადიანი შედეგის მისაღებად (1-2 წელი), ასევე უფრო ხანგრძლივი პერსპექტივისთვის (5-10 წელი).

4. კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება – რეგიონული ანალიზი და საქართველოს დეტალური განხილვა

4.1 ეროვნული კონტექსტის მოკლე ანალიზი

შესაძლებლობები

- > საქართველოზე მომართული ყურადღების ზრდა მსოფლიო მედიაში და ტურისტების შემოდინება

საქართველოში ჩამოსული ტურისტების რაოდენობამ რეკორდულ მაჩვენებლებს მიაღწია ¹⁵ – 2017 წლის პირველ სემესტრში მათმა რიცხვმა 2.9 მილიონს გადააჭარბა, რაც 13.4%-ით აღემატება წინა წლის მაჩვენებელს. საქართველო ხშირად მოიხსენიებოდა საერთაშორისო მედიაში მის სამზარეულოს, ისტორიული მემკვიდრეობის, ბუნების, მოდის, დიზაინისა და კინოფილმების გამო და ის მიმზიდველი ქვეყანა გახდა ტურისტებისთვის, მოლაშქრეებისთვის, სამზარეულოს გაცნობის მსურველთათვის და ღვინის ექსპერტებისთვის.

- > ევროკავშირის ბოლოდროინდელი სავიზო რეჟიმი საქართველოსთვის, რაც თავისუფალი მიმოსვლისა და მიმოცვლის შესაძლებლობას იძლევა

ევროკავშირის სავიზო რეჟიმის ბოლოდროინდელი ლიბერალიზაცია საქართველოს მოქალაქეთა მცირეხნიანი ვიზიტებისთვის იძლევა ევროკავშირთან თავისუფალი მიმოსვლისა და გაცვლების შესაძლებლობას. ეს შედეგია იმისა, რომ საქართველომ წარმატებით განახორციელა ევროკავშირის სპონსორობით ჩატარებული სხვადასხვა რეფორმები.

- > მიმდინარე ძალისხმევა უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად და საქართველოს ეკონომიკის პოპულარობის გასაზრდელად საერთაშორისო არენაზე

ხელისუფლებამ ქვეყანაში მოიზიდა უცხოური ინვესტიცია პლატფორმის „ივაჭრე საქართველოსთან“ მეშვეობით, რომელიც ერთგვარი გაჭრილი კარის და პოპულარიზაციის სცენის როლს ასრულებს. მოზიდვის პირობები ძირითადად გახლავთ გამარტივებული პროცედურები, ბიუროკრატიზმის შემცირება, ბიზნესკლიმატის გაუმჯობესება და ტექნიკური სექტორის განვითარებისთვის

¹⁵ მონაცემთა წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (<http://gnta.ge/international-visitor-arrivals-to-georgia-june-2017/>).

ხელშეწყობა. ის აგრეთვე აქტიურად მონაწილეობდა სავაჭრო ბაზრობების მისიებში საზღვარგარეთ და ავითარებდა ექსპორტისთვის საჭირო უნარებს.

- > *პოლიტიკის სტიმულთა შექმნა საწარმოთა განვითარებისთვის, მათ შორის, ფილმის წარმოებისა და მოდის დასახვა პრიორიტეტულ სექტორებად*

ხელისუფლებამ, ძირითადად პროექტის „აწარმოე საქართველოში“ (ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს დაქვემდებარებაში), კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრის (კულტურის და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს დაქვემდებარებაში) და თბილისის მერიის მეშვეობით, ყურადღების ფოკუსში მოაქცია მცირე და საშუალო საწარმოთა (SME) განვითარება ამ საკითხზე ტრენინგების და კონსულტაციების მიწოდებით; ფინანსებთან წვდომის გაიოლების მცდელობით (საკრედიტო და საარენდო დახმარება) და საერთაშორისო ბაზრებისთვის გახსნილობით. საერთაშორისო ორგანიზაციების (მაგ. გერმანული განვითარების სააგენტო GIZ) მხარდაჭერილ კვლევებზე დაყრდნობით პრიორიტეტი ენიჭება ისეთ ინდუსტრიებს, როგორიცაა საკვები, მოდა, ქსოვილი და ფეხსაცმელი, სასტუმრო, მაგრამ აგრეთვე – კინოწარმოებას. ეს სექტორები დასახელდა, როგორც დარგები, რომლებსაც შეუძლია, მოიზიდოს როგორც უცხოური, ასევე ადგილობრივი ინვესტიციები და შეუძლია, გავიდეს ევროკავშირის თუ პოსტსაბჭოთა ბაზრებზე.

- > *ეროვნული ტექნო-ინოვაციური ეკოსისტემის განვითარება*

ხელისუფლება ინვესტიციას დებს საქართველოს ეროვნული ინოვაციური ეკოსისტემის (GENIE) გრძელვადიან განვითარებაში, მსოფლიო ბანკთან თანამშრომლობით. ეს პროექტი იძლევა უფრო დიდმასშტაბიან ფინანსურ დახმარებას და მისდევს მეწარმეებისთვის ტექნოლოგიური ინოვაციებისთვის მცირე გრანტების მიცემის წარმატებულ პროგრამას. საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო (GITA) შეიქმნა 2014 წელს, როგორც ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს დაქვემდებარებული ორგანიზაცია. მისი მიზანია, განავითაროს და კოორდინაცია გაუწიოს ინოვაციურ ეკოსისტემას ზომებით, რომლებიც ხელს შეუწყობს ცოდნისა და კვლევის გავრცელებას და ტექნოლოგიურ მეწარმეობას.

- > *სახელმწიფო პოლიტიკის მხარდაჭერა CCI-ისთვის*

ეროვნულმა კულტურულმა სტრატეგია 2025, შემუშავებული მონაწილეობითი პროცესით, რომელშიც ჩართული იყვნენ სხვადასხვა პოლიტიკის დაინტერესებული მხარეები, CCI-ს თავის ერთ-ერთ პრიორიტეტად გამოყო. შედეგად, შემუშავდა გზამკვლევი CCI-ისთვის და 2017 წლის დასაწყისში მისი განხორციელების სახელმძღვანელოდ შეიქმნა სსიპ „შემოქმედებითი საქართველო“.

გამოწვევები

- > *უმუშევრობისა და სიღარიბის მნიშვნელოვანი მაჩვენებლები; მზარდი სექტორები ჯერ კიდევ საჭიროებს დამატებით სერვისებს (ტურიზმი)*

საერთაშორისო პრესტიჟის და ინვესტიციების მიუხედავად, ქვეყანაში შიდა განვითარება შედარებით ნელა მიმდინარეობს. ჯერ კიდევ გასაუმჯობესებელია დასაქმების პირობები და მზარდ ეკონომიკურ სექტორებს – ვთქვათ, ტურიზმს – ჯერაც აკლია მხარდამჭერი სერვისები და ბიზნესები. საქსტატის მიხედვით, 2016 წელს ოფიციალური უმუშევრობის მაჩვენებელი 11.8% იყო.¹⁶

> *კულტურის შედარებით დაბალი მომხმარებლობა ამჟღავნებს შინაგან ტერიტორიულ და სოციალურ დისბალანსს*

ბოლოდროინდელი მონაცემებით,¹⁷ საქართველოს შიდა ხარჯებმა კულტურულ აქტივობებზე, საქონელსა და მომსახურებაზე 2015 წელს საერთო მოხმარების 1.1% შეადგინა. ამას გარდა, აღინიშნებოდა მნიშვნელოვანი დისბალანსი ერთის მხრივ, თბილისში და შეძლებულ სოციალურ ფენებში მოხმარებასა და მეორე მხრივ, რეგიონებში და დაბალი შემოსავლის მქონე ადამიანების მიერ მოხმარებას შორის.

> *ტექნოლოგიური პოტენციალი არასაკმარისადაა მიერთებული ახლად აღმოცენებულ CCI-თან*

ტექნოლოგიური შესაძლებლობები, მაგ. კარგი ინტერნეტდაფარვა და სპეციალური საჯარო ინვესტირება მეწარმეობისა და ინოვაციის დასახმარებლად ჯერაც არ არის მიერთებული ისეთ სფეროებს, როგორიცაა ბიოგასტრონომია, დიზაინი, მოდა და კინო, რომლებსაც შემოქმედებითობამ შეიძლება განსაკუთრებული ღირებულება შესძინოს.

> *მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის ფინანსებთან რთული წვდომა და სუსტი მიღწევები ხანგრძლივი დროის განმავლობაში*

მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოები (MSMEs) დარეგისტრირებულ ბიზნესთა დიდ პროცენტს და სამუშაო ადგილების მნიშვნელოვან ნაწილს შეადგენს, თუმცა მშპ-ში მისი წილი დაბალია. მათგან უმრავლესობა საქმიანობის პირველ წელიწადს გადარჩენისთვის იბრძვის და აცხადებს, რომ ფინანსებთან წვდომა ერთ-ერთი უმთავრესი გამოწვევაა. ითვლება, რომ ჯერაც ძალიან დაბალია სპეციალიზირებული დახმარება ქართული MSME-ისთვის ბიზნესის და ექსპორტის გაიოლების მიზნით. კრედიტების დიდი წილი მოდის კერძო კომერციული ბანკებიდან და მათ ბევრი თანმდევი მოთხოვნა ახლავს, ჩვეულებრივ, უძრავი ქონების გარანტიის ფორმით. ალტერნატიული დაფინანსების წყაროები, როგორიცაა ბიზნეს-ანგელოზის ინვესტიცია, საწყისი და ვენჩურული კაპიტალი (seed and venture capital), თანამონაწილეობითი გრანტები და ლიზინგი/ფაქტორინგი პრაქტიკულად მიუწვდომელია.

> *CCI-ის და მათი პოტენციალის შესახებ საერთო გაცნობიერებულობის ნაკლებობა*

¹⁶ <http://geostat.ge/>

¹⁷ Georgia Facts Sheet, UNESCO Culture for Development Indicators, Eastern Partnership Culture & Creativity Programme, 2017.

ზოგადად საზოგადოების დიდი წილი, მათ შორის, პოლიტიკის განმსაზღვრელები, მედია და CCI-ის სხვადასხვა პროფესიონალები და დისციპლინებიც კი ვერ აცნობიერებენ ამ სექტორის პოტენციალს მთლიანობაში და მისგან მიღებულ სარგებელს ეკონომიკურ, ურბანულ და სოციალურ დონეზე. ამის ერთ-ერთი მიზეზი გახლავთ მონაცემებისა და მკაფიო არგუმენტების უქონლობა – და ახლა იუნესკოს „კულტურის ინდიკატორები განვითარებისთვის“ ცდილობს ამ ხარვეზის გამოსწორებას.

4.2 CCI-ის გამჭოლი ხასიათის გაცნობიერება

CCI-ს მრავალფეროვანი და სხვადასხვა სფეროთა გამჭოლი ბუნება აქვს, რაც გავლენას ახდენს ეკონომიკურ და სოციალურ განვითარებაზე. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში – ისევე, როგორც დედამიწის ბევრ სხვა მხარეში – ეს პოტენციალი ჯერ კიდევ არასათანადოდ არის აღიარებული ყველა დონეზე, დაწყებული პოლიტიკის განმსაზღვრელებიდან და ხელისუფლებიდან, ვიდრე ზოგადად საზოგადოებამდე, მათ შორის, თავად ამ სექტორის პროფესიონალების მიერ. ეს (პროტო) სექტორი ღამის არც განიხილება ეკონომიკის შემადგენელ ნაწილად, რის მიზეზიც ნაწილობრივ ის გახლავთ, რომ ძალიან მწირია არსებული თვალსაჩინოებები, რაც აჩვენებს მის წვლილს საერთო ზრდასა და ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაში. ბევრისთვის კულტურა და ეკონომიკა წარმოადგენს ორ განსხვავებულ სფეროს, რომლებსაც ერთმანეთთან საერთო არაფერი აქვთ. ბევრი კულტურას ჯერაც ფუფუნებად მიიჩნევს – ეს მიდგომა ყოფილი საბჭოთა ტრადიციის გადმონაშთია. ის მიიჩნევა დაბალპროდუქტიულ სექტორად, რომელზეც რესურსის ხარჯვაა საჭირო.

ასევე, CCI-ის არსის სრულად გააზრება ძნელია, რადგან ეს სექტორი ღია და მრავალმხრივია, მოიცავს ბევრ სხვადასხვა დისციპლინას, საქმიანობასა და პროფესიას, რომლებმაც თავის მხრივ შეიძლება ზემოქმედება მოახდინონ და ღირებულება შემატონ ბევრ სხვა განსხვავებულ სექტორსა და სფეროს. ეს ვითარება შეიძლება იცვლებოდეს სხვადასხვა რეგიონის, კულტურისა თუ პოლიტიკის მიხედვითაც კი. ეს აძნელებს კულტურული და შემოქმედებითი სექტორის კომერციალიზაციას და მისი ბუნების გააზრებას.

კულტურული სექტორის ბევრ პროფესიონალს სექტორის შიგნით უჭირს საკუთარი თავის იდენტიფიცირება CCI-ის დღის წესრიგთან. ყოველი დისციპლინა სექტორის შიგნით გამორჩეულია, თავისი ავტონომიური ისტორია და გზები აქვს. შესაბამისად, უფრო ხშირად მიღებული და წინ წამოწეულია მათი განსხვავებები, ვიდრე მათი საერთო ელემენტები. ცოტა თუ აღიარებს CCI-ის ქოლგა-კონცეფციის შექმნის სარგებლიანობას, რასაც შეეძლო, გაეადვილებინა ამ სექტორის კოორდინაცია და ურთიერთქმედება, მაგრამ ამავე დროს, მიეცა მათთვის შესაძლებლობა, ელაპარაკათ საერთო სახელით და მეტი ხილვადობა მოეპოვებინათ. კულტურული და შემოქმედებითი სფეროს ბევრი პროფესიონალი მოწყობის ამგვარ შეცვლას აღიქვამს, როგორც გადახრას კულტურული სფეროს კომერციალიზაციისკენ, რაც მის მატერიალურ შედეგებსა თუ მომგებიანობაზე

იქნება ორიენტირებული. ამას ისინი აღიქვამენ, როგორც პრობლემურ ცვლილებას, და შიშობენ, რომ ის კულტურის ინსტრუმენტალიზაციას გამოიწვევს. პროფესორ პიერ ლუიჯი საკოს (Pier Luigi Sacco) აზრით¹⁸, ამგვარი რეაქცია ასახავს პრეინდუსტრიული კულტურის (1.0) ლოგიკას, რომელშიც მწარმოებლების დაჯილდოება განიხილება არა როგორც საბაზრო ტრანსაქციის ნაწილი, არამედ როგორც საჩუქრების სიმბოლური გაცვლა ხელოვანსა თუ კულტურის ნიმუშის მწარმოებელსა და მფარველს შორის – სულერთია, ეს პატრონი იქნება პიროვნება თუ თავად სახელმწიფო. ამგვარ კონტექსტში წარმოება და კულტურასთან ზიარება დასაზღვრული და განპირობებულია სოციალური და ეკონომიკური ბარიერებით.

კულტურა 3.0 პიერ ლუიჯი საკოს კონცეფცია (2011)¹⁹

კულტურა 1.0	კულტურა 2.0	კულტურა 3.0
• ძირითადად ეფუძნება მფარველობით მოდელს • ტიპურია პრეინდუსტრიული ეკონომიკისთვის • კულტურა არ არის არც ეკონომიკის სრულფასოვანი ეკონომიკური სექტორი და არც ხელმისაწვდომია პოტენციური აუდიტორიის უმრავლესობისთვის • კულტურულ წარმოებას მთლიანად არჩენს სუბსიდიები და სხვანაირად თავის გატანა არ შეუძლია	• კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიები, რომლებიც აწარმოებენ ეკონომიკურ ფასეულობას და მომგებიანად კი არიან, მაგრამ მთლიანად ეკონომიკის სპეციფიკურ სექტორს წარმოადგენენ • აუდიტორია მნიშვნელოვნად გაზრდილია, თუმცა კულტურული წარმოება ჯერაც მკაცრად კონტროლდება შესასვლელი ბარიერების მეშვეობით • ხასიათდება კულტურული ბაზრების ზომის სწრაფი ზრდით	• ხასიათდება ინოვაციებით, რომლებიც იწვევს არა მხოლოდ მოთხოვნის შესაძლებლობების ზრდას, არამედ ძირითადად – წარმოების შესაძლებლობების ზრდას • აუდიტორიის ტრანსფორმაცია პრაქტიკოსებად (ამგვარად ყალიბდება ახალი, ამორფული და სულ უფრო მრავალფეროვანი ცნება ავტორობისა და ინტელექტუალური საკუთრებისა)

ტექნოლოგიური და ეკონომიკური განვითარება თანდათან ცვლიდა კულტურული სექტორის საფუძვლებს. სხვა მრავალი ქვეყნის მსგავსად, აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნები მოწმე გახდნენ, როგორ იმატა სამუშაოებმა, რომლებიც „შემოქმედებითად“ მიიჩნეოდა და როგორ გაიზარდა შემოქმედებითი კომპონენტი სამუშაოებში, რომლებიც მანამდე მიიჩნეოდა „რუტინულად“ და „მექანიკურად“. ამ ცვლილებამ მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია განათლების სისტემებზე, სოციალურ კეთილდღეობაზე და პოლიტიკის განმსაზღვრელებზე –

18 “Culture 3.0: A new perspective for the EU 2014-2020 Structural Funds Programming”, April 2011, European Expert Network on Culture, Brussels.

19 Pier Luigi Sacco, 2011. “Culture 3.0: A new perspective for the EU 2014-2020 structural funds programming.” European Expert Network on Culture Paper, April 2011. <http://www.interarts.net/descargas/interarts2577.pdf>

საკითხში, თუ როგორ უნდა განვითარდეს და შენარჩუნდეს ადამიანური კაპიტალი. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების უმრავლესობაში საინფორმაციო ტექნოლოგიების აუტოსინგის და საინფორმაციო ტექნოლოგიების ინდუსტრიის წარმატება ბევრად უფრო თვალსაჩინო და გაზომვადი იყო, ამიტომ უფრო დიდი გავლენა ჰქონდა პოლიტიკის განმსაზღვრელებსა და ინვესტორებზე. სამწუხაროდ, CCIs მეტწილად დაიჩრდილა ამ ტექნოლოგიური ბუმით.

კულტურის სექტორს ამ გადასვლისას სჭირდება ახალი, დინამიური ორგანიზაციული თუ ბიზნესმოდელები, თუნდაც რომ მოგება არ იყოს საბოლოო მიზანი ან განზრახვა. პიერ ლუიჯი საკო გვახსენებს, რომ კულტურის სექტორის არამატერიალურ შედეგს – კეთილდღეობის, მდგრადობის, ინოვაციების, ადგილობრივი იდენტობის და საზოგადოებრივი შეთანხმებულობის სახით – სათანადო ყურადღება უნდა მიექცეს. თუმცა, ტრადიციული კულტურის სექტორი ხშირად ეწინააღმდეგება ლოგიკის ამგვარ შეცვლას. ამ სექტორში მომუშავე ბევრი მეწარმის და კომპანიისთვისაც კი, რომლებისთვისაც მოგების მიღება თავისთავად იგულისხმება და ერთ-ერთი მიზანია, მაგ. როგორიცაა მუსიკა, აუდიოვიზუალური ნაწარმი, მედია, ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიები, დიზაინი და არქიტექტურა, CCIs ჯერაც „უცხო“ ფორმატია, რომელსაც ისინი არ იღებენ, როგორც საკუთარს და ვერც მისი გათავისების სარგებელს ხედავენ.

კულტურის სექტორის სხვადასხვა დისციპლინები მეტწილად ჯერაც განცალკევებით მუშაობენ, ეთმანეთთან კონკურენციაში არიან და დიდად არ ურთიერთთანამშრომლობენ. კოლექტიური ორგანიზება (იგულისხმება არაფორმალური ალიანსები და პლატფორმები, ქოლგა ორგანიზაციები და სხვა სექტორული კავშირები) ჯერ კიდევ ადრეულ ფაზაშია ან სუსტია და პროფესიონალებს აკლიათ შეთანხმებული მოქმედება და საზიარო დღის წესრიგი. სექტორს აკლია საერთო ხმა, რომელიც ადვოკატირებას გაუწევდა მის როლს და იზრუნებდა მის ინტერესებზე. საბჭოთა პერიოდის ოდესღაც პრესტიჟული სავაჭრო კავშირები, რომლებიც გამოხატავდნენ სხვადასხვა სახელოვნებო თუ კულტურული დისციპლინების ინტერესებს, ჯერ კიდევ ფუნქციონირებს, მაგრამ მათი უმრავლესობა, ჩანს, ვერ პასუხობს კულტურული სექტორის მიმდინარე საჭიროებებს და საზრუნავს, იმის მოუხედავად, რომ მათგან ზოგი რეორგანიზდა, ახალი თაობის მიზიდვის მიზნით. დღევანდელ საბაზრო ეკონომიკას ახალი ფასეულობები და დინამიკა მოაქვს და ამ სტრუქტურათა უმრავლესობას განცალკევებულად დგომის მენტალიტეტი არ აძლევს საშუალებას, კარი გაუღონ და მიიღონ ისინი. ინსტიტუციურ კულტურულ სექტორს თავისი სტატუსის და პრივილეგიების დაკარგვის შიში აქვს, ხოლო დაქსაქსული დამოუკიდებელი კულტურული და შემოქმედებით სექტორი იძულებული გახდა, სწრაფად გადართულიყო საბაზრო ეკონომიკაზე, ისე, რომ არ ჩამოყალიბდა უფრო ძლიერ და კოლექტიურ სტრუქტურებად. შედეგად, ვერც გააცნობიერა CCIs-ის, როგორც გამაერთიანებელი კონცეფციის, როლი და სრული პოტენციალი. კულტურული სექტორი ჯერაც კონცენტრირდება „მეზე“ – მიმართულია ინდივიდუალური პროექტების განხორციელებაზე კონკურენციის რეჟიმში – და არა უფრო თანამშრომლობით „ჩვენ“ ფორმაზე.

CCIs-ის გამჭოლი და სექტორთაშორისი პოტენციალი, განსაკუთრებით, ეკონომიკური ზრდისა და სამუშაო ადგილების შექმნის მიმართულებით, ბევრისთვის ჯერ კიდევ არ არის თვალსაჩინო. არსებული მონაცემები არასაკმარისია იმისათვის, რომ ზურგი გაუმაგროს არგუმენტებს და დაარწმუნოს დაინტერესებული მხარეები. საჭიროა როგორც რაოდენობრივ, ასევე ხარისხობრივ მონაცემთა პაკეტის შეგროვების და გაზომვის ახალი მეთოდები, რაც ახლებურად მიგვახვედრებდა კულტურული სექტორის პოტენციურ გავლენას, რომელიც შორს სცდება ციფრებს. მიმდინარე ახალ ეკონომიკურ ჩარჩოს ახალი ინდიკატორები სჭირდება. CCIs-ის გადამკვეთი ხასიათი, ის, რომ იგი ღირებულებას მატებს სხვა სექტორებს, მისი არაპირდაპირი და უხილავი გავლენები, მოითხოვს სექტორთაშორის და დარგთაშორის ანალიზს, რამაც შეიძლება ახლებური სიცხადე შეიტანოს ამ მოვლენაში. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების უმრავლესობაში დაწყებულია იუნესკოს კვლევა „კულტურის ინდიკატორები განვითარებისთვის“ (CDIS). აზერბაიჯანმა, საქართველომ, სომხეთმა და უკრაინამ CDIS ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამა „კულტურა და კრეატიულობის“ დახმარებით შეიმუშავეს – ასევე, მოლდოვამაც.²⁰ ეს ჩარჩო შესანიშნავი პრაქტიკაა, რომელიც ქვეყნებს აძლევს საშუალებას, დაადგინოს ძირითადი ინდიკატორები ეკონომიკასა და საზოგადოებაში კულტურის ადგილის განსასაზღვრად, აგრეთვე, იძლევა ათვლის წერტილს მსჯელობისა და პოლიტიკის შემუშავებისთვის ეროვნულ თუ საერთაშორისო დონეზე.

CCIs-ის გამჭოლი განზომილება აძნელებს მასზე მუშაობას, რაკი მოითხოვს რადიკალურ ცვლილებებს ეროვნული ხელისუფლების, რეგიონული თუ საქალაქო საბჭოების და ინსტიტუციების მოწყობასა და ფუნქციონირებაში. პოლიტიკის არეების მკაცრი დაყოფა საერთო ან კოორდინებული ქმედებებისა თუ ბიუჯეტის გარეშე არ გახლავთ კულტურულ და შემოქმედებით ინდუსტრიებში წარმატებული პოლიტიკის დადგენის და განხორციელების ყველაზე ეფექტიანი გზა. ციფრული ტექნოლოგიების დღევანდელმა მისაწვდომობამ და გამოყენებამ გააბუნდოვანა განსხვავება მწარმოებელსა და მომხმარებელს შორის. წარმოება დღეს მოიცავს მომხმარებლისგან მომდინარე წვლილსაც, ამიტომ ასევე საჭიროა იმ სქემებისა და კომუნიკაციის შემუშავება, რომელიც მოქალაქეებს პოლიტიკის განსაზღვრაში აქტიურად მონაწილეობას შეაძლებინებს.

ამდენად, საჭიროა კვლევების და ინოვაციების მიმართ შეხედულებებისა და ქმედებების ცვლილება, რათა ჩავწვდეთ, ეკონომიკაზე გავლენის თუ რა შესაძლებლობები აქვს კულტურის სექტორს. დღესდღეობით ინოვაცია განიხილება, უბრალოდ როგორც ტექნოლოგიების მოხმარებით გამოწვეული რამ და აუცილებლად წარმოების კონტექსტში, და საჭიროა არატექნოლოგიური ინოვაციების პოტენციალის გათვალისწინებაც. ხელოვნებითი და კულტურული პროცესებიც კვლევაზეა დაფუძნებული, ის სპეციფიკურ ცოდნას ქმნის და გრძელვადიან ინვესტირებას მოითხოვს. კულტურულ სექტორს აქვს უდიდესი პოტენციალი იმის წყალობით, რომ შეუძლია, ჩართოს და გამოხატვის საშუალება მისცეს მომხმარებელს/აუდიტორიას, შეცვალოს ორგანიზაციები, და ამავე დროს

²⁰ ამას გარდა, მოლდოვაში ჩატარებულმა ბოლოდროინდელმა კვლევამ ასევე შეიტანა წვლილი CCIs სექტორის ეკონომიკური გავლენის გაზომვაში და დაადასტურა მისი პოტენციალი. “Assisting Moldova’s Competitiveness Champions: Selecting Two Further Industries”, USAID Moldova, 2016.

მოახერხოს და შექმნას ახალი ფასეულობა ცოდნისგან. კვლევამ და ტექნოლოგიამ შეიძლება ძალიან კარგად განავითაროს ახალი იდეები და პროდუქტები, მაგრამ კულტურული პროცესი გამოცდის, ამოწმებს და საზოგადოებაში ავრცელებს ახალ ტექნოლოგიას.

საგანგებო პოლიტიკის ამუშავების პროცესი, CCI-ის პოტენციალის ეფექტიანად გამოსაყენებლად, ჯერაც საწყის ფაზაში იმყოფება. ტურიზმი აღიარებს კულტურის განსაკუთრებულ როლს, მაგრამ მხარს უჭერს კულტურის და ეკონომიკის სამინისტროებს შორის კავშირს და არა უფრო ფართო CCI-ის პერსპექტივას. CCI-ის პოლიტიკას ხშირად წამოსწევს ხოლმე ერთი დაინტერესებული მხარე, ჩვეულებრივ, კულტურის სამინისტრო, მაგრამ ამ სექტორს სჭირდება ერთობლივად შემუშავებული და განხორციელებული პროგრამები და იმგვარი იარაღები, რაც პოლიტიკის მეტ არეს გადაფარავს. CCI-ის პოლიტიკის, პროგრამებისა და იარაღების შედგენისას უფრო ფართო პერსპექტივა უნდა განიხილებოდეს და მეტი დაინტერესებული მხარე უნდა იყოს ჩართული და მიზანში ამოღებული. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ბევრ ქვეყანაში არსებობს სამინისტროთაშორისო სამუშაო ჯგუფები, რომლებიც განიხილავენ და ანაწილებენ CCI-ის როლებს. იმისათვის, რომ ძალისხმევა ეფექტიანი იყოს და შეგროვდეს შესაბამისი რესურსები, შესაძლებელია, პოლიტიკის სხვადასხვა არეები და შესაბამისი ბიუჯეტები მიემართოს ერთი ამოცანისკენ: შექმნან CCI-ისთვის საერთო ეროვნული სტრატეგია, რომელიც მოიცავს ეკონომიკას, წარმოებას, კვლევას, ტექნოლოგიასა და ინოვაციას, განათლებას, რეგიონულ და ურბანულ განვითარებას. შეიძლება, სასარგებლო იყოს სპეციალური და დამოუკიდებელი სამინისტროთაშორისო სამუშაო ძალების ჩამოყალიბება, CCI-ის კოორდინირებისა და განვითარებისთვის, რაც ასევე მოიცავს კერძო სექტორს/ბიზნესებს და პროფესიონალებს (კულტურულ ინსტიტუტებს, არასამთავრობო ორგანიზაციებს და მეწარმეებს). ამ სამუშაო ძალებს შეეძლოთ, უზრუნველყოთ ურთიერთქმედება და შეთანხმებულობა. ასევე, შეიძლებოდა, მათვე წარმოედგინათ კულტურის სექტორი პოლიტიკის შემუშავების პროცესებში, ხელი შეეწყოთ კვლევებისთვის და დავალებოდათ პოლიტიკის მონიტორინგი და შეფასება.

4.2.1 საერთაშორისო მაგალითები

წარმატების ცენტრი კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის გერმანიაში

წარმატების ცენტრი კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის (Centre of Excellence for Cultural and Creative Industries)²¹ შეიქმნა 2007 წელს გერმანიის პარლამენტის გადაწყვეტილებით და გახლდათ სამინისტროთაშორისო ინიციატივის შედეგი. კერძოდ, მასში ჩართული იყვნენ ეკონომიკისა და ენერგეტიკის ფედერალური სამინისტრო და კულტურისა და მედიის ფედერალური მთავრობის კომისარი. ის ფუნქციონირებს, როგორც ბერლინში არსებული შუამავალი, ადვოკატი და დამაკავშირებელი, რომელიც

²¹<http://kreativ-bund.de>

ინფორმაციას აწვდის, ეხმარება და ამკვიდრებს ნდობას პოლიტიკის განმსაზღვრელებსა და გამტარებლებს, CCI-ს, აკადემიებსა და სხვა ინდუსტრიებს შორის. ის იძლევა მომსახურებების და სპეციალისტთა დახმარების ფართო სპექტრს, რომელიც ფოკუსირებულია CCI-ს პროფესიონალიზაციასა და შესაძლებლობათა გაზრდაზე (განსაკუთრებით, მეწარმეობის უნარების გაუმჯობესებაზე), CCI-სა და სხვა სექტორებს შორის თანამშრომლობაზე და შესაბამისი მიმდინარეობების კვლევაზე, აგრეთვე, საურთიერთო ქსელის შესაქმნელად ნეიტრალური პლატფორმის განვითარებაზე და CCI-ის პროფესიონალებისთვის მათ შეთავაზებაზე.

მეტი მაგალითის გასაცნობად, იხ. შემოქმედებითი ინდუსტრიების საბჭო (Creative Industries Council) ²² (გაერთიანებული სამეფო) და Brainport Eindhoven ²³ (ნიდერლანდები)

4.2.2 შესაძლებლობები საქართველოში

CCIs ერთ-ერთია რვა პრიორიტეტთაგან „ეროვნულ კულტურულ სტრატეგია 2015-ში“, რასაც CCI-ის სპეციალური გზამკვლევის შედგენამდე მივყავართ.

კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრომ გააცნობიერა ურთიერთდამოკიდებულება კულტურასა და ეკონომიკას შორის და CCI-ის დახმარებისა და განვითარების საჭიროება. CCIs ჩართულია პოლიტიკის ჩარჩოში „კულტურის სტრატეგია 2025“, რომელიც 2016 წელს დამტკიცდა. ამავე წელს გამოსული CCI-ის სპეციალური გზამკვლევი ამჟამად ხორციელდება. ეს სამოქმედო გეგმა მოიცავს „შემოქმედებითი საქართველოს“ დაარსებას. ამას გარდა, CCIs კატალიზატორებად ადგება საქართველოს მთავრობის რეფორმების ოთხპუნქტიან გეგმას.

ადგილობრივი მაგალითი: შემოქმედებითი საქართველო²⁴

„შემოქმედებითი საქართველო“ შეიქმნა 2017 წლის იანვარში, როგორც სსიპ-ი, საქართველოში CCI-ის განვითარების მიზნით. ის ეხმარება სექტორთაშორის თანამშრომლობას, ალტერნატიულ აზროვნებას და ინოვაციურ მიდგომებს, უპირველესად, სახელმწიფო ინსტიტუციებში, შემდეგ – კერძო სექტორში და ზოგადად, კულტურის სფეროში. ამ ეტაპზე „შემოქმედებითი საქართველოს“ მთავარი მიზნები შემდეგია: მთელ ქვეყანაში კულტურული ინდუსტრიების შესახებ ცოდნის ამაღლება; პროგრამა „შემოქმედებითი ევროპის“ განხორციელება ეროვნულ დონეზე; შესაძლებლობების გაძლიერება კულტურული ინდუსტრიების სექტორში; დაფინანსების ალტერნატიული სქემების შექმნა და დაფინანსების არსებულ გზებზე ინფორმაციის გავრცელება; სექტორთაშორისი თანამშრომლობის გაძლიერება; ქსელებში ჩაბმა და კლასტერების შექმნა; შემოქმედებითი საქონლის და მომსახურების ბაზრის გაძლიერება ადგილობრივ და საერთაშორისო დონეზე. მის ხელმძღვანელობას მეთვალყურეობს სამინისტროთაშორისო კომისია, რომელშიც შედიან მინისტრების მოადგილეები, აჭარის ავტონომიური

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

23 <http://www.brainport.nl/>

24 <http://creativegeorgia.ge/>

რესპუბლიკის მთავრობის წარმომადგენლები, თბილისის მერის მოადგილე და საქართველოს პარლამენტის განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის კომიტეტების წარმომადგენლები. ეს კომისია იძლევა რეკომენდაციებს ორი საკონსულტაციო ორგანოდან. ესენია: საერთაშორისო საბჭო, რომელშიც შედიან მსოფლიოს წამყვანი ექსპერტები CCI-ის დარგში, და ადგილობრივი საბჭო, რომელის ქართველი სპეციალისტებისგან შედგება.

- > ერთობლივი სამინისტროთაშორისო ინიციატივა კინოწარმოების გასაძლიერებლად „გადაიღე საქართველოში“

პროგრამას ახორციელებს „აწარმოე საქართველოში“ (ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო) საქართველოს კინემატოგრაფიის ეროვნულ ცენტრთან (კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო) თანამშრომლობით. ამ წამაქეზებელი პროგრამის მიზანია, პოპულარიზაცია გაუწიოს საქართველოს, როგორც ერთ-ერთ მთავარ ადგილს დასავლეთევროპული ფილმების გადაღების საწარმოებლად.

- > საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო/GITA ინვესტიციას დებს კრეატიული აზროვნების გაფართოებაში, რომელიც ინტეგრაციას გაუწევს CCI-ს დისციპლინებს.

საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო მხარს უჭერს ინიციატივებს ინოვაციური ეკოსისტემების შესაქმნელად. ასეთებია: გეიმ-ჯემი (Game Jam), ინოვაციის კვირეული, INNOV-A-THON თბილისი, „ინოვაცია არქიტექტურაში“ და სხვა.

- > ქართული კინოინდუსტრიის გაზრდილი პოტენციალი და საერთაშორისო აღიარება

საქართველოს კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრი (დაარსებულია 2001 წელს), როგორც დისტანცირებული ორგანიზაცია, როგორც პროფესიონალური და საქმის მცოდნე გუნდი, ანაწილებს სახელმწიფო დაფინანსებას და მოქმედებს, როგორც ამ ინდუსტრიის გამაერთიანებელი და მხარდამჭერი. მისი საქმიანობა აგრეთვე უმნიშვნელოვანესი იყო საერთაშორისო კავშირების გაძლიერების და ერთობლივი წარმოების წახალისების საქმეში. ამას გარდა, მან დაიწყო მუშაობა აუდიტორიის განვითარებაზე, თუმცა თავისი მიზნების მისაღწევად დამატებითი დაფინანსება და დახმარება სჭირდება.

- > სტრატეგიული თანამშრომლობა კულტურის და ძეგლთა დაცვის სამინისტროსა და ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს შორის ტურიზმის საკითხში – პროგრამა „ჩექ ინ ჯორჯია“ (Check In Georgia)

ორივე ეს სამინისტრო მუშაობდა სტრატეგიაზე კულტურული ტურიზმის პროდუქტების და სხვადასხვა სახის ტურიზმის – კულტურული მემკვიდრეობის, რეწვის, გასტრონომიულის, ღვინის და აქტიური – სერვისების პოპულარიზაციისთვის. ორივე ეხმარება ქართულ კომპანიებს, მონაწილეობა მიიღონ საერთაშორისო ბაზრობებში, ასევე ეხმარებიან პროგრამა „ჩექ ინ

ჯორჯიას“ რომელმაც საქართველოში ჩამოიყვანა მსოფლიო ვარსკვლავები და ჩართო ეს მუსიკალური ღონისძიებებისა და ფესტივალების სერიაში, რამაც ქვეყანაში ადგილობრივი პროდუქციის პოპულარიზაციასაც შეუწყო ხელი.

- > *თბილისის მერია* გამოაცხადა CCI-ის სტრატეგიის და გზამკვლევის შექმნის შესახებ.

თბილისის მერია განიხილავდა და ოფიციალურად გამოაცხადა განზრახვა, 2017 წელს შექმნას CCI-ის სტრატეგია და გზამკვლევი, მას მერე, რაც გააცნობიერა მისი პოტენციალი, გამორჩეული გახადოს და განავითაროს ქალაქი.

- > *რეგიონში ამჟამად მიმდინარე საერთაშორისო პროექტები ხაზს უსვამს CCI-ის როლს ტურიზმისა და რეგიონულ განვითარებაში*

მსოფლიო ბანკს აქვს პროექტები კახეთის, იმერეთის, სამცხე-ჯავახეთისა და მცხეთა-მთიანეთის რეგიონებში, მათი მიზანია იმ ტურისტული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება, რომელსაც გამოიყენებს ქვეყნის მდიდარ ბუნებრივ და კულტურულ მემკვიდრეობაზე დაყრდნობილი და სახელმწიფო ტურიზმი, კულტურული მემკვიდრეობისა და სამუზეუმო ინსტიტუციები. წამოწყებული იქნა რამდენიმე საპილოტე პროექტი CCI-ს რუკის შედგენისა და განვითარებისთვის პატარა ქალაქებსა და რეგიონებში. მაგალითად, ასეთი იყო COMUS პროექტი (ევროსაბჭო), რომელიც განხორციელდა ჭიათურასა და დუშეთში 2015-2017 წლებში, ასევე, ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების პროექტ „კულტურა და კრეატიულობის“ ინიციატივის „შემოქმედებითი ქალაქები და რეგიონები“ საპილოტე პროექტი, რომელიც მცხეთა-მთიანეთის რეგიონში ჩატარდა.

- > *იუნესკოს პროცესმა „კულტურის ინდიკატორები განვითარებისთვის“ (CDIS) გამოავლინა საქართველოში CCI-ის მაღალი წვლილი ეკონომიკასა და დასაქმებაში,*

საქართველოში მთავრდება იუნესკოს CDIS მეთოდოლოგიის დანერგვის პროცესი. ამ ძალისხმევამ უკვე გამოავლინა წინასწარი ციფრები,²⁵ რომლებიც გვიჩვენებს, რომ 2015 წელს კულტურულ სფეროში დასაქმებამ მთლიანი დასაქმებულობის 5.02% შეადგინა. ეს ციფრი რეალურად ევროკავშირის სტანდარტზე უფრო მაღალიცაა (იხ. წინა, 2.1 თავი). ამ პროცესის შედეგად შესაძლებელი იქნება, შეგროვდეს მეტი და უწყვეტი მონაცემები, რაც გვიჩვენებს ამ სექტორის გავლენას საქართველოში და შექმნის საერთაშორისო შედარებით ჩარჩოს ამ სექტორის მიღწევებსა და გავლენაზე მუდმივი დაკვირვებისთვის.

4.2.3 გამოწვევები საქართველოში

- > *პოლიტიკა ხშირად იზოლირებულად შემუშავდება და ხორციელდება*

25 Georgia Facts Sheet, UNESCO Culture for Development Indicators, Eastern Partnership Culture & Creativity Programme, 2017.

ზოგი საერთო აქტივობის მიუხედავად, პოლიტიკის სხვადასხვა არეებს შორის შეკავშირებულობა კვლავაც სუსტია. ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო შემოქმედებით ეკონომიკას ფორმალურად არ აღიარებს ეროვნული ეკონომიკის გაჯანსაღების, სამუშაო ადგილების შექმნის და მდგრადი განვითარების პროცესის განუყოფელ ნაწილად. მცირე და საშუალო საწარმოები და ინოვაციური მხარდაჭერა მეტწილად ფოკუსირებულია ისეთ ინდუსტრიებზე, რომლებიც პრიორიტეტულადაა მიჩნეული, მაგრამ მათში არ შედის CCI-ს. სტრუქტურები და იარაღები, რომლებიც შექმნილია ინოვაციისა და მეწარმეობის მხარდასაჭერად ინფორმაციულ ტექნოლოგიებში, არ უკავშირდება CCI-ს.

- > *კულტურის სფეროში ცენტრალურ და ადგილობრივ მმართველობათა შორის თანამშრომლობის ნაკლებობა*

დეცენტრალიზაცია მიმდინარეობს უფრო ნელა, ვიდრე ეს თავიდან იყო დაგეგმილი. ადგილობრივ კულტურულ სექტორში საერთო დღის წესრიგის ნაკლებობამ, აგრეთვე, არასაკმარისმა კოორდინაციამ ცენტრალურ და ადგილობრივ ხელისუფლებებს შორის შეაფერხა ადგილობრივ დონეზე CCI-ის უფრო ძლიერი დღის წესრიგის განსაზღვრა.

- > *მონაცემთა შეგროვების არასაკმარისი დეტალურობა აფერხებს ზუსტ მონაცემთა პაკეტის შედგენას და CCI-ის გავლენის გაცნობიერებას.*

კულტურის ინსტიტუციებში და ღონისძიებათა ორგანიზატორების მიერ მონაცემთა შეგროვების და მონიტორინგის პრაქტიკის არარსებობა, ასევე, დეტალების ნაკლებობა გეოსტატის მიერ მოწოდებულ ეკონომიკური აქტივობების ჩამონათვალში (NACE და ISIC) იწვევს კულტურის გავლენის პოტენციურ დამცრობას იუნესკოს კვლევაში „კულტურის ინდიკატორები განვითარებისთვის“. ეს განსაკუთრებით შეეხება 2014 წლიდან გაანალიზებულ მონაცემებს, ეროვნულ მშპ-ში CCI-ის წილის შესახებ. მიღებული მაჩვენებელი, რაც 0.56%-ს უტოლდება, საქართველოში CCI-ის რეალურ პოტენციალზე აშკარად ნაკლები ჩანს, თუ გავითვალისწინებთ კულტურული დასაქმების მაღალ მაჩვენებლებს.

4.3 მონაწილეობითი პოლიტიკის და პლატფორმების დაფუძნება

CCI-ის ეკოსისტემური მიდგომა უფრო წინ გადადგმული ნაბიჯია, რაც ძალიან მნიშვნელოვანია აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებისთვის. ეს ხიდს დებს ხელისუფლებასა და მოქალაქეებს შორის არსებულ ნაპრალებზე. ნდობის ორმხრივი ნაკლებობა აფერხებს სამოქალაქო და მონაწილეობითი კულტურის განვითარებას. იმისათვის, რომ CCI-ს მიეცეს აყვავების შესაძლებლობა და გათავისუფლდეს მისი დარგთაშორისი პოტენციალი, საჭიროა, ამაში სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები ჩაერთონ და იურთიერთქმედონ. გაზიარებული პასუხისმგებლობის ამ დღის წესრიგში ყველას აქვს თავისი როლი: სახელმწიფო და რეგიონულ/ადგილობრივ ხელისუფლებას; ბიზნესს და კერძო სექტორს; სამოქალაქო საზოგადოებას.

„ზემოდან ქვემოთ“ ცალმხრივი სახელმწიფო პოლიტიკა და ქმედება არასაკმარისია იმისათვის, რომ თავისთავად დაძრას ინოვაცია და შემოქმედებითობა. ასევე

არასაკმარისია ამ სექტორის ჩვეულებრივი რეაქცია: „მოდით, მარტომ მივხედოთ ჩვენს საქმეებს“. თუმცა აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში რამდენიმე კარგი მაგალითი მოიძებნება, მაინც ჯერ კიდევ დიდი გზაა გასავლელი იმისათვის, რომ აიგოს მონაწილეობითი კულტურა, რომელიც არ იქნება უბრალოდ დაფუძნებული ერთჯერად ღონისძიებებზე. მონაწილეობითი განხილვები და ღია კონსულტაციები ძალიან მნიშვნელოვანია, მაგრამ მათ უნდა მიგვიყვანონ კონკრეტულ სამოქმედო გეგმებამდე და განხორციელებამდე (თუნდაც ეს ნაწილობრივი და/ან პოლიტიკის სამომავლო შეთანხმებაზე დამოკიდებული იყოს). ეს მიდგომა გულისხმობს პოლიტიკის განხილვას და ფორმულირებასაც, მაგრამ ასევე – მის თანამიმდევრულ, ერთობლივ განხორციელებას, მონიტორინგსა და შეფასებასაც, სასურველია, ეფექტიანი საჯარო-კერძო პარტნიორობების (PPPs) მეშვეობით, რომლებიც ქვეყნების უმრავლესობაში ამ სექტორისთვის ჯერ არ არის ჩვეულებრივი და თუნდაც რეგულირებულად კი. ამგვარი კულტურის აღზრდა მოითხოვს გრძელვადიან ინვესტიციას, იმდენად, რამდენადაც გულისხმობს განწყობისა და პრაქტიკის ცვლილებას. აქ საქმე ეხება პროცესების აგებასა და შენარჩუნებას და ბევრად სცდება უბრალოდ შედეგების ჩამონათვალს.

საჭიროა ახალი პლატფორმები და ალიანსები, სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებს შორის ახალი არხების გასაჭრელად. აუცილებელია ფორმალური თუ არაფორმალური მონაცემთა ბაზები, ვებ-პლატფორმები, კლასტერები თუ საერთო სტრუქტურები იმისათვის, რომ მოხდეს ურთიერთაღიარების დემონსტრირება, შუამავლობა და პოპულარიზაცია, აგრეთვე, თანამშრომლობისა და კავშირების გააქტიურება. ეს პლატფორმები შესაძლოა გახდეს მოცემული სექტორის კოლექტიური და ლეგიტიმური ხმა, რომელიც ილაპარაკებს მისი სახელით და ხელისუფლებასთან დიალოგში ჩაერთვება. CCIs-ის სექტორს აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში აკლია ამგვარი შუამავალი ორგანიზაციები, რომლებიც ერთმანეთს ახვედრებს სახელმწიფო/საჯარო ხელისუფლებას, ხელოვანებს/შემოქმედებს და მოქალაქეებს/მომხმარებელს. მაგალითად, კლასტერის ინიციატივამ შეიძლება შეკრიბოს ყველა, ვინც არის ან შეიძლება იყოს დაინტერესებული ამ დარგით, დაწყებული განათლების, ტრენინგის და კვლევის წარმომადგენლებიდან თუ ურბანული დაგეგმარების და განვითარების ხელისუფლებიდან ვიდრე მომხმარებელსა და აუდიტორიამდე.

CCIs სექტორისთვის არსებითია პოპულარიზაცია და კავშირები, ძალების გაერთიანება და პარტნიორობათა აგება მათი დარგისთვის და ბიზნესის განვითარებისთვის, აგრეთვე, უფრო მკაფიო ხმის და უკეთესი პოლიტიკური წარმომადგენლობის ქონა. თემის განვითარებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ შემოქმედებითი ჰაბებიც. ეს განსაკუთრებით აქტუალურია აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებისთვის, სადაც ნდობის ნაკლებობა ჯერაც ძლიერ გავრცელებული პრობლემაა. ეროვნულმა დამაფინანსებელმა პროგრამებმა, რომლითაც შეიქმნება ქსელები და კლასტერები და დაარსდება შემოქმედებითი ჰაბები, შეიძლება ხელი შეუწყოს აქტიური ჩართულობის და მონაწილეობის კულტურის განვითარებას.

რუკის შედგენა და საჯარო კონსულტაციები ეროვნულ, რეგიონულ და ადგილობრივ დონეებზე CCIs-ის სტანდარტული პრაქტიკა უნდა გახდეს, რათა დადგინდეს რესურსები, აგრეთვე, განიხილოს და განისაზღვროს პოლიტიკის შემუშავების ინიციატივები. შესაძლებელია, მათ აგრეთვე მოაწიონ ონლაინ

კონსულტაციები, სამუშაო ჯგუფები და საჯარო მოსმენები. რუკის შედგენა და მონაწილეობითი ბიუჯეტირება შეიძლება კარგად გამოდგეს სამოქალაქო მონაწილეობის ნიადაგის მოსასინჯად. მონაწილეობითი ბიუჯეტები, მაგალითად, ხორციელდება მთელ ევროპაში სხვადასხვა პოლიტიკურ დონეზე, მათ შორის, აღმოსავლეთ პარტნიორობის ზოგ ქალაქში და ის არის იარაღი, რომელიც შეიძლება დაეხმაროს მოქალაქეობრიობის გააქტიურებას, რეგიონულ საკუთრების განცდას და პოლიტიკის განსაზღვრის საკუთრების განცდას, აგრეთვე, გაზარდოს ნდობა.

4.3.1 საერთაშორისო მაგალითები

ნორვეგიული ინოვაციური კლასტერები²⁶

2000-იანების დასაწყისში დაარსდა ნორვეგიული კლასტერების პროგრამა, იმ დებულებაზე დაყრდნობით, რომ საწარმოები, რომლებიც ურთიერთთანამშრომლობენ, უფრო ინოვაციურები, უფრო პროდუქტიულები და უფრო კონკურენტუნარიანები არიან. ეს ფინანსური სქემა წახალისებს „ქვემოდან ზემოთ“ საერთო ინიციატივებს – მათი თანამშრომლობისა და წამოწყებების თანადაფინანსებით. ყოველწლიური ღია კონკურსი ბიზნესგეგმაზე დაყრდნობით იძლევა სამ წლამდე დახმარებას. კლასტერის რესურსები, ზრდის პოტენციალი და მისი პოზიცია ინდუსტრიაში ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც: არის თუ არა ინიციატივა მონაწილეობითი, იზიარებს თუ არა ხელმძღვანელობა საერთო ინტერესს და არის თუ არა კლასტერის პროექტი საერთო მფლობელობაში. ის კლასტერებს განვითარების სამ დონეზე აფინანსებს: (1) აღმოცენებადი, (2) მომწიფებული და ეროვნულ ბაზარზე გასული, და (3) მომწიფებული და საერთაშორისო ბაზარზე გასული.

მეტი მაგალითის გასაცნობად იხ: მონაწილეობითი ბიუჯეტირება პორტუგალია²⁷ და კულტურული რუკა ვალეტა²⁸

4.3.2 შესაძლებლობები საქართველოში

> „კულტურის სტრატეგია 2025“ ფართო მონაწილეობითი პროცესის შედეგია

პროცესი, რომელმაც კულტურული სტრატეგიის ფორმირებამდე მიგვიყვანა, მოიცავდა ქვესექტორებისა და რეგიონული დაინტერესებული მხარეების მონაწილეობას მთელი ქვეყნის მასშტაბით. ეს მოდელი ეფუძნებოდა საჯარო ჩართულობას, გამჭვირვალობას და თანასწორ პარტნიორობას. ის მიღებული იქნა 2016 წელს და ხორციელდება სხვადასხვა ხელისუფალთა მიერ.

26 <http://www.innovationclusters.no>

27 <https://opp.gov.pt>

28 <https://www.culturemapmalta.com/>

- > *კულტურის სტრატეგიის განვითარებისთვის შეიქმნა სპეციალური სააგენტოთაშორისი კომიტეტი, რომელშიც შესული არიან სხვადასხვა სამინისტროების და ავტონომიური რესპუბლიკების წარმომადგენლები*

კულტურის სტრატეგიის შემუშავების დროს შეიქმნა სპეციალური სააგენტოთაშორისი კომიტეტი და ჩატარდა რამდენიმე შეხვედრა. ამ დოკუმენტის შემუშავებაში ჩართული იყო სხვადასხვა ეროვნული სამინისტრო, ავტონომიური რესპუბლიკების კულტურის სამინისტროებთან და ცხინვალის ადმინისტრაციასთან ერთად. ამას გარდა, ამ პროცესის განმავლობაში ჩატარდა რამდენიმე სექტორული, აგრეთვე, რეგიონული და ინდივიდუალური შეხვედრა. აგრეთვე, გავრცელდა ონლაინ კითხვარი.

- > *სამინისტროთაშორისო საბჭო და სამუშაო ჯგუფი კოორდინირებას უწევს საქართველოში CCIs-ის განვითარებას*

2017 წლის იანვარში შეიქმნა სამინისტროთაშორისო საბჭო და სამუშაო ჯგუფი, CCIs-ის პოლიტიკის განვითარების სამოქმედო გეგმის განხორციელების კოორდინირებისთვის, საბჭო აერთიანებს მინისტრის მოადგილეებს რამდენიმე სამინისტროდან, როგორებიცაა: განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო, სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამინისტრო, სოფლის მეურნეობის სამინისტრო, რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო, სახელმწიფო ადმინისტრაცია, საქართველოს პარლამენტის განათლებისა და კულტურის კომიტეტი, თბილისის მერია და ქალაქის საკრებულო, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის განათლების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო.

- > *წარმატებული ურთიერთობებისა და სპონტანური თანამშრომლობის შემთხვევები სექტორის პროფესიონალებს შორის (საგამომცემლო და აუდიოვიზუალური სექტორები)*

საქართველოს წიგნის გამომცემელთა და გამავრცელებელთა ასოციაციის (GPBA) დაარსებას 1998 წელს შედეგად მოჰყვა ერთობლივი ორგანიზება კვლევისა და მოვლენებისა, რომელმაც სტაბილურად მზარდ ინდუსტრიას ჩაუყარა საფუძველი. აუდიოვიზუალურ სფეროში „ვაკის პარკის კინომოდრობა“ გახლავთ შეკრების და ადვოკატირების სპონტანური არაფორმალური მოძრაობის მაგალითი, რომელმაც პროფესიონალები საერთო საქმის ირგვლივ გააერთიანა.

ადგილობრივი მაგალითი: მარნეულის მონაწილეობითი ბიუჯეტი²⁹

2014 წლიდან მარნეულში, რომელიც სასაზღვრო რეგიონია სომხეთთან და აზერბაიჯანთან, ჩატარდა ფესტივალი „ერთი კავკასია“ (The One Caucasus). ადგილობრივმა ხელისუფლებმა 2015 წელს წარმოადგინეს ფესტივალის ორგანიზატორთან ერთად მონაწილეობითი ბიუჯეტირების პროცესი. რეგიონის სხვადასხვა ადგილას ჩატარდა რამდენიმე შეხვედრა, რეგიონის ძირითადი პრობლემების და პოტენციური პროექტების განსახილველად.

29 <http://www.onecaucasus.org/marneuli-participatory-budget>

ადგილობრივი მაგალითი: „შემოქმედებითი საქართველოს“ „REკონცეფციის“ ურბან ლაბები³⁰

„შემოქმედებითმა საქართველომ“ საქართველოს სხვადასხვა ადგილებში ჩაატარა „ურბან ლაბების“ სერიები, რათა წაექეზებინა სტუდენტების ჩართულობა სივრცეებისა და ადგილების არქიტექტურული პროექტების განახლების და/ან დაგეგმვის განხილვასა თუ მართვაში.

4.3.3 გამოწვევები საქართველოში

კულტურული სტრატეგიის განვითარებას შეიძლება წადგომოდა პოლიტიკის ყველა სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეთაგან უფრო მნიშვნელოვანი წვლილის ჩადება.

თუმცა გაწეული იქნა ძალისხმევა, პროცესი გამჭოლი და მონაწილეობითი ყოფილიყო, და ამაში ჩართული იყო ბევრი ადამიანი, მაინც, პოლიტიკის სხვა არეების ზოგ წარმომადგენელს, ასევე, ზოგ ადგილობრივ ხელისუფალს შეეძლო, უფრო მნიშვნელოვანი მონაწილეობა მიეღო კულტურის სტრატეგიის შემუშავების პროცესში.

- > *CCIs-ის თემში ალიანსების, ქოლგა ორგანიზაციებისა და შეკავშირებულობის ნაკლებობა*

გამოწვევად რჩება სახელმწიფო ინსტიტუციებს, კერძო და არასამთავრობო სექტორს, მედიასა და სამოქალაქო საზოგადოებას შორის სტაბილური პარტნიორობის ხელშეწყობა. როგორც წესი, საბჭოთა წარსულიდან შემორჩენილი სახელოვნებო კავშირები რელევანტური აღარ არიან და არსებობს ძალიან ცოტა ქოლგა-ორგანიზაცია და ასოციაცია, რომელიც ამ საშუაშედეგო და წარმომადგენლობით როლს იტვირთავდა.

- > *მედიატორების და საერთო პლატფორმების ნაკლებობა იწვევს ინფორმაციის უქონლობას*

ბევრი დამოუკიდებელი პროფესიონალი, განსაკუთრებით, დედაქალაქის გარეთ, აცხადებს, რომ ძნელია ინფორმაციის მოპოვება და მიზანმიმართული რჩევის მიღება. სექტორს სჭირდება მეტი დებატები, მეტი სპეციალიზირებული რეცენზია და კომენტატორი – ონლაინ პლატფორმები, პრესა, ჟურნალები და სხვა. ასევე, არ არსებობს საზიარო პლატფორმები მოდის დიზაინერების, კრიტიკოსების, ტექნიკოსების, ინჟინრებისა და მეწარმეებისთვის მათი არსისა და ამბების ფართო აუდიტორიისთვის გასაცნობად.

4.4 ახლად აღმოცენებულ შემოქმედებითი ჰაბებზე დაყრდნობა

აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში, ასევე სხვაგან ევროპაშიც კულტურული ინდუსტრიების სექტორის მიმდინარე საჭიროებათა პასუხად რამდენიმე ახალი

³⁰ <http://creativegeorgia.ge/>

ინფორმაციულ-ტექნოლოგიური და აქტივობის ცენტრი ანუ „შემოქმედებითი ჰაბები“ აღმოცენდა. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ზოგ ქვეყანაში ეს ჯერ კიდევ მხოლოდ ბოლოდროინდელ მოვლენად რჩება და მათი უმრავლესობა გახლავთ კერძო ინიციატივები, რომლებსაც მცირედ ან საერთოდაც არ უჭერს მხარს საჯარო ხელისუფლება. ეს ჰაბები მსოფლიო ტრენდებს მიჰყვება და ამგვარად ემსახურება შემოქმედებითი და ბიზნესთემების დინამიკური მეწარმეობრივი სულს, მზის სინათლეზე გამოაქვს იგი.

შემოქმედებით ჰაბებს სხვადასხვანაირი ფორმა და წყობა აქვთ, მათი უმრავლესობა ფიზიკური ადგილებია – თუმცა აგრეთვე შეიძლება იყოს ციფრული პლატფორმები და ვირტუალური ქსელები – და შეიძლება აერთიანებდეს საერთო სამუშაო სივრცეებს, ინკუბატორებს და აქსელერატორებს, ფაბლაბებს ან სითი-ლაბებს, მაგრამ უპირველეს ყოვლისა ისინი განასახიერებენ ახალ თემს. ბევრ ქალაქში ისინი იწყებენ ცენტრში, მივიწყებულ სივრცეებში თუ ყოფილ/მოქმედ ინდუსტრიულ უბნებში და მათ მახლობლად მდგარი მიტოვებული შენობების დაკავებას. ისინი სახლდებიან მათში, თანდათან აახლებენ მათ, ხოლო ამასობაში ქალაქის მივიწყებულ უბნებს ახალ სიცოცხლეს სძენენ და ქვეყნის და ურბნულ განვითარებაში შეაქვთ წვლილი. ეს არის მუშაობის, შეხვედრების, სწავლისა და ურთიერთობის სივრცეები, სადაც ერთმანეთს ცოდნას უზიარებენ და გადასცემენ. შემოქმედებითი ჰაბები სხვადასხვა ფუნქციას ასრულებს და მრავალფეროვან პროდუქტსა და სერვისს იძლევა. ეს არის: სამუშაო სივრცეები და ოფისები; მასტერკლასები და სემინარები; მენტორობა და სწავლება; ბიზნესკლუბები; ღონისძიებების, ჰაკათონების, ა.შ. მოწყობა. და, რაც უმთავრესია, ჰაბები ხელს უწყობს პროექტისა და ბიზნესის განვითარებას და აყალიბებს თემებს.

ეს ახალი სამუშაო სივრცეები დარგებსა და იერარქიებს შორის საზღვრების გაბუნდოვანებას უწყობს ხელს. შემოქმედებითი სფეროს პროფესიონალები იკრიბებიან კულტურათამშროისი შეხვედრების, მსჯელობის, ქმნისა და წარმოდგენისთვის და ამ დროს მეტი ყურადღება ექცევა ექსპერიმენტირებას და მეთოდოლოგიას. ჰაბებში ურთიერთობა საკუთარ ინდივიდუალობაზე ფოკუსირებას ჩვეულ ხელოვანებსა და შემოქმედებითი სფეროს პროფესიონალებს უზიძგებს, შეკავშირდნენ და ითანამშრომლონ შემოქმედებითი თემის სხვა წარმომადგენლებთან და მის გარეთაც. კოლექტიური მოწყობით ეს დაინტერესება ყოფნა-არყოფნის საკითხია ამ მუდამ ცვლად კონკურენტულ გარემოში. საერთო სივრცეში ნოუ-ჰაუს და რესურსების ერთმანეთისთვის გაზიარება ამცირებს უნარების ხარვეზებს. შემოქმედებითი ჰაბები ამ სექტორის ახალი სივრცეები ან ორგანიზაციებია, ისინი მრავალმხრივი და მოქნილი ადგილებია, რომლებშიც შეიძლება ექსპერიმენტირება და ურთიერთქმედება. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში საჯარო კულტურული ინსტიტუციები კერძო მრეწველებს ხშირად არ სთავაზობს მათი სივრცეების მოხმარების ხელსაყრელ პირობებს, მათი ობიექტების მოხმარება/ქირაობა ძვირი ღირს, შესაბამისად, მათი პოტენციალი და საკუთრება სრულად არ გამოიყენება. ამ რეგიონში უხვადაა თეატრები, საოპერო დარბაზები, მუზეუმები, კინოსტუდიები, მაგრამ მათგან ბევრი მზად არ ხვდება გამოწვევებს, რომლებსაც ახალი შესაძლებლობები უყენებთ.

ბევრი ჰაბი ეფუძნება ინფორმაციულ-კომუნიკაციურ ტექნოლოგიებს ან მათში დომინირებს ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიები, მაგრამ CCIs აგრეთვე ამ ეკოსისტემის ნაწილია. უფრო ცოტაა ჰაბები, რომლებიც ხელოვნებაზე

არიან ორიენტირებული ან ინვესტირებას ახდენენ პროექტებში, აუცილებლად მოგების მომტანი რომ არ არის – მაგრამ მდგრადია; სხვა ჰაბებს მთავარ ფოკუსად აქვთ სოციალური მეწარმეობა, ისინი წააქეზებენ ისეთ პროექტებსა და ბიზნესებს, რომლებიც შეკავშირებასა და ჩართულობაზეა ორიენტირებული; ზოგი ჰაბი კი ლაბორატორიაა, რომელიც მოქალაქეებს მათ სიძნელებთან გამკლავებაში ეხმარება.

აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში შემოქმედებითი ჰაბების უმრავლესობა დაარსდა „ქვემოდან ზემოთ“, მაშინ, როცა ზოგ ევროპულ ქვეყანაში ისინი „ზემოდან ქვემოთ“ ინსტიტუციურმა ინიციატივამ წარმოშვა. ამ უკანასკნელის შედეგად ბევრ შემთხვევაში მივიღეთ ახალთახალი სივრცეები, რომლების დასახლებაც დიდ დროს მოითხოვს. ბევრი ჰაბი შეიძლება მოქმედი და ხალხით სავსე იყოს, მაგრამ არც ისინი აღმოჩნდნენ დღევანდელი. მათი შენახვის ხარჯები მაღალია, მდგრადობა კი ძნელი მისაღწევია; გუნდების და აქტივობების შენარჩუნებისთვის მუდმივი ბრძოლაა საჭირო; ჰაბების მენეჯერებს ხშირად აკლიათ ამ სპეციფიკურ სექტორში ბიზნესის წარმოებისთვის აუცილებელი უნარები; ბევრს არ აქვს ურთიერთკავშირი სხვა მსგავს ჰაბებთან იმავე ქალაქში თუ ქვეყანაში, სხვა რეგიონულ დაინტერესებულ მხარეებთან – სკოლებთან, პოლიტიკის განმსაზღვრელებთან, ინვესტორებთან, ინდუსტრიასთან და უცხოელ კოლეგებთან.

შემოქმედებით ჰაბებს შეუძლიათ, მნიშვნელოვანი როლი ითამაშონ CCI-ის ბიზნესის განვითარებაში, თემის გაძლიერებასა და ურბანულ განახლებაში. შემოქმედებითმა ჰაბებმა შეიძლება, გამოაცოცხლოს მიმდებარე გარემო და ქალაქის არასაკმარისად განვითარებული უბნები. CCI-ს დაიშვას ცარიელ ან გამოუყენებელ სივრცეებში თუ ადგილებში – ეს ჩინებული ინვესტიციაა. უფასო ან დაბალფასიანმა ქირებმა და გამარტივებულმა პროცედურებმა შეიძლება ბევრ ახალ ინიციატივას მისცეს ბიძგი. საწყის წლებში გუნდებისა და საქმიანობათა დახმარება და მათი ჩასმა ქალაქის/რეგიონის განვითარების უფრო ფართო გეგმაში შეიძლება გახდეს ბიძგი მათი სტრუქტურული მდგრადობისკენ და ახალ სიმაღლეებზე გაიყვანოს ისინი. როგორც ახალი დაინტერესებული მხარე, ჰაბები შეიძლება დაეყრდნოს საკუთარ მიღწევებს და სოციალურ კაპიტალს და გახდეს საფუძველი პოტენციური საჯარო-კერძო პარტნიორობებისა (PPPs), რომლებისთვისაც აღმოსავლეთ პარტნიორობის ზოგ ქვეყანაში საკანონმდებლო საფუძველი ჯერაც შესაქმნელია.

4.4.1 საერთაშორისო მაგალითები

ინკრედიბოლი³¹ (იტალია)

31 <http://www.incredibol.net/>

ინერედიბოლ! იშვა 2010 წელს, როგორც ბოლონიის მერიის საპილოტე პროექტი, რომლის მიზანიც იყო ინსტრუმენტების შექმნა CCI-ში მეწარმეობის განსავითარებლად. დღეს ეს გახლავთ კარგად ჩამოყალიბებული ქსელი, რომელსაც ჰყავს სხვადასხვა პარტნიორები და მუშაობს მთელ ემილია-რომანიას რეგიონში. მან წამოიწყო ყოველწლიური ღია კონკურსები შემოქმედებითი მეწარმეებისთვის, რომლითაც სთავაზობდა მცირე ფულად შეწირულობებს, სივრცეებს ქირის მოთხოვნის გარეშე, აგრეთვე, მრჩეველის მომსახურებას, ტრენინგებსა და რეკლამირებას. შეთავაზებები კეთდებოდა ქალაქის კონკრეტული ადგილების დასახელებით – ხშირად ეს იყო დახურული ან ცარიელი მუნიციპალური სივრცეები. შემოქმედებითობა აღმოჩნდა არსებითი ფაქტორი ქალაქის გამოცდილებისა და მისი ეკონომიკური აღორძინებისთვის. შედეგად, ცოტა ხნის წინ დაიწყო ახალი „მიკრო-გადაკვალიფიცირების“ პროგრამა, რომლის მიზანია საჯარო სივრცეების აღორძინება ხელოვნებისა და შემოქმედებითი მეწარმეების მეშვეობით.

მეტი მაგალითის გასაცნობად, იხ. „სუბტოპია“³² (შვედეთი), „ტელისკივი შემოქმედებითი ქალაქი“³³ (ესტონეთი), „ნოვა ისკრა“³⁴ (სერბეთი) და „პოლიგონი“³⁵ (სლოვენია)

4.4.2 შესაძლებლობები საქართველოში

> „ტექნოპარკ საქართველოს“ შექმნა, საინფორმაციო ტექნოლოგიების სფეროში ინოვაციებისა და მეწარმეობის ხელშესაწყობად

„ტექნოპარკი საქართველო“ არის ინოვაციის ცენტრების ეროვნული ქსელი, რომელიც თბილისში 2016 წელს დააარსა GITA-მ ინოვაციებისა და მეწარმეობის წასახალისებლად. 2016 წელს ზუგდიდში კიდევ ერთი ტექნოპარკი გაიხსნა. ის მსურველებს სთავაზობს სივრცეს ექსპერიმენტებისთვის და საქონელის პროტოტიპების დასამზადებლად – ის წარმართავდა ორ ფაზლაბსა და სამ ინოვაციის ლაბს (iLabs), მაგრამ, ამას გარდა, უფრო ფართო განათლებასაც იძლევა. ის აპირებს, მნიშვნელოვანი როლი ითამაშოს ახალი კომპანიების შექმნაში, ბიზნესის განვითარებაში, ინოვაციების კომერციალიზაციასა და კვალიფიცირებული სამუშაო ადგილების შექმნაში.

> ქვეყანაში (შემოქმედებითი) ცენტრების ინიციატივითა აღმოცენება, მათ შორის – სხვადასხვა ფაზლაბების

არსებობს სხვა შემოქმედებითი ჰაბები, მათ შორის, ინკუბატორები და საერთო სამუშაო სივრცეები, ძირითადად თბილისში, რომლებიც მხოლოდ CCI-ისთვის არ არის განკუთვნილი. დედაქალაქში და მთელ ქვეყანაში რამდენიმე ფაზლაბი

32 <http://www.subtopia.se/>

33 <http://telliskivi.eu>

34 <http://novaiskra.com/>

35 <http://www.polygon.si/>

დაარსდა. მათ უმრავლესობას მხარს უჭერს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო და GITA-ის ტექნოპარკები. სხვები ჩართული იქნენ უნივერსიტეტებში – როგორიცაა ხელოვნების აკადემია, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი და ქართულ-ამერიკული უნივერსიტეტი, თუმცა, აგრეთვე ქალაქის მერიაშიც.

ადგილობრივი მაგალითები:

- > **ფაბლაბები საქართველოში**³⁶
- > **კოსპოტი**,³⁷ **თბილისი** - ვებ-პლატფორმა, რომლის მიზანია საქართველოში საერთო სამუშაო სივრცეების ხელშეწყობა
- > **Generator 9.8**,³⁸ **Tbilisi** – საერთო სამუშაო სივრცე და სოციალური ბარი, არასამთავრობო ორგანიზაცია, რომელსაც მოხალისეები ამუშავებენ
- > **ვერე ლოფტი**³⁹ – საერთო სამუშაო სივრცე
- > **ფაბრიკა**⁴⁰/**იმპაქტ ჰაბ თბილისი**⁴¹ - დააპროექტა ახალგაზრდა ქართველ არქიტექტორთა ჯგუფმა და ფინანსდება კომპანია „აჭარა გრუპის“ მიერ. ის გახლავთ იმპაქტ ჰაბის საერთაშორისო ქსელის ნაწილი. მიზანი იყო, შექმნილიყო სივრცე, ვინც შეაკავშირებდა ერთნაირად მოაზროვნე ადამიანებს და დაეხმარებოდა მათ თანამშრომლობას. ეს არის საერთო სამუშაო სივრცე სახელოსნოებითა და მაღაზიებით და ჩართულია ჰოსტელად და კაფეებად გადაკეთებულ შენობაში.

4.4.3 გამოწვევები საქართველოში

- > *შემოქმედებითი თემისთვის გაძნელებულია, მოიპოვონ ხელმისაწვდომი სივრცე(ები) – შეკრებებისთვის, ახალი ფორმების საძიებლად, პერფომანსებისა და ნამუშევრების წარმოჩენისთვის*

გარკვეული რაოდენობის საერთო სამუშაო სივრცეებისა და ჰაბების წარმოქმნის მიუხედავად, მათთან წვდომა და მათი შენახვა რთული და ძვირია და მხარდამჭერ პოლიტიკას საჭიროებს. ჰაბების უნარი, გამოაცოცხლონ ქალაქის რაიონები, მათ კერძო სპონსორებისა და PPPs-ისთვის პოტენციურად საინტერესოს ხდის. ფესტივალებს და სხვა სახელოვნებო თუ კულტურულ ინიციატივებს ასევე უჭირთ სივრცეების მოპოვება. მაგალითად, შეზღუდულია ეკრანის მქონე სივრცეების რაოდენობა, ზოგს რემონტი სჭირდება, ზოგი კერძო მფლობელობაშია, კომერციული ინტერესებიდან გამომდინარე იმართება და ზედმეტად ძვირია შემოქმედებითი თემისთვის.

36 <https://www.fablabs.io/labs?country=ge>

37 <https://www.cospot.ge/>

38 <https://www.facebook.com/Generator9.8Geo/>

39 <https://www.facebook.com/vereloft/>

40 <http://fabrikatbilisi.com/>

41 <https://tbilisi.impacthub.net/>

- > შეზღუდულია ისეთი შემოქმედებითი ჰაბების არჩევანი, რომლებიც ერთმანეთთან აკავშირებს ხელოვნება-შემოქმედებითობასა და ბიზნესს.

საქართველოში ცოტა ინიციატივა წამოიჭრა, თბილისშიც კი, სადაც ბიზნესგანვითარება და შემოქმედებითობა უფრო უშუალოდ უკავშირდება ერთმანეთს.

- > საჯარო კულტურული ინფრასტრუქტურა საჭიროებს განახლებას და შემოქმედებით თემთან შეთანადებას

ზოგი კულტურული სივრცე არასათანადოდ არის აღჭურვილი საიმისოდ, რომ ახალ მოთხოვნებსა და ტრენდებს შეესაბამებოდეს. ეს განსაკუთრებით ეხება ტექნიკურ მხარეს, მაგ. ხმისა და ვიდეოპროექტორების ხარისხს კინოთეატრებში. 1990-იანმდელი კულტურული კლუბების ქსელი ძირითადად უმოქმედოა. ამის გამო ეს სივრცეები ვერ გამოიყენება წარმოებისა და მონაწილეობისთვის ან საგასტროლო ტურნეებისთვის. თუ სივრცეები გამოიყენებადია, ზოგ შემთხვევაში მათი ქირა შეიძლება ძალიან მაღალი იყოს. კულტურული ინსტიტუციების მართვის, ხედვისა და უნარების ნაკლებობა არ ადგება ღიაობას და მდგრადი ურთიერთობების ჩამოყალიბებას დამოუკიდებელ ხელოვნებთან და შემოქმედებით თემთან.

- > ტექნიკურად ინოვაციურ ინფრასტრუქტურებთან CCI-ის მიზმის სტრატეგიის უქონლობა

ბიზნესის განვითარების სივრცეებს, როგორცაა ტექნოპარკი/GITA და ტექნოლოგიის გადაცემის სამსახურები უნივერსიტეტებსა და ფაბლაბებში, CCI-ის სფეროს არასაკმარისი ცოდნა და კავშირები აქვს. ცოტაა ინოვაციებზე დამყარებული კონკურსები და ადგილები, რომლებიც ინფორმაციულ-კომუნიკაციურ ტექნოლოგიების სტარტაპების საბინადროდ იქნებოდა განკუთვნილი. განსაკუთრებით შეზღუდულია წვდომა ინოვაციურ და ტექნოლოგიურ ინფორმაციასთან, მით უფრო, რეგიონებში, თუმცა ბოლო დროს ამ მხრივ გარკვეული გაუმჯობესება აღინიშნება.

4.5 სპეციალურ ფონდებთან და დახმარებასთან წვდომის გაიოლება

ბევრი ევროპული ქვეყანა აცნობიერებს, რომ CCI-ისთვის გამწვანებულია ფინანსებზე წვდომა და ეს მათი სპეციფიკური ხასიათისა და ფასეულობებიდან გამომდინარეობს.⁴² მთავარი დაბრკოლებებია: შემოქმედებით ორგანიზაციათა უმეტესობის მცირე ზომა, მათი საკუთრების მეტწილად არამატერიალური სახე, მათი შემოსავლის წყაროების ფორმა, მათი ზრდის ფაქტორის დამოკიდებულება ინტელექტუალური საკუთრების უფლებაზე, მათი სამენეჯერო უნარების სისუსტე და ბიზნესსამყაროს ცოდნა და მასში კონტაქტების ნაკლებობა,

42 OMC სამუშაო ჯგუფმა ევროკავშირის წევრ-სახელმწიფოებზე შედგენილ ანგარიშში "Towards more efficient financial ecosystems" აღწერა ეს მთავარი პრობლემა და შეადგინა საუკეთესო პრაქტიკათა კრებული.

ევროპული საჯარო ბიზნესის განვითარების სერვისები და კერძო ინვესტორები, იქნება ეს ბანკები თუ ბიზნეს-ანგელოზები, არ იცნობენ CCI-ის მუშაობისა და ბიზნესმოდელს. CCI-ს SME-ის დაფინანსების კონკრეტული პროგრამებიდან და სქემებიდან სესხებს გარანტიების უქონლობის გამო ვერ იღებენ. ეს ინდუსტრიები ფინანსების მოპოვების საკითხში აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებშიც იმავე პრობლემას აწყდებიან. ფინანსებთან გაძნელებული და შეზღუდული წვდომა, მწირი ინფრასტრუქტურა, არახელსაყრელი კანონმდებლობა, ქველმოქმედების კულტურის განვითარების სუსტი სტიმულები და სხვა მიანიშნებს, რომ ისინი არ განიხილება სახარბიელო ბიზნესპარტნიორობად.

დამოუკიდებელი კულტურის (არასამთავრობო ორგანიზაციების) საჯარო დაფინანსებას სჭირდება მეტი სიცხადე და უკეთესი საზომები – შერჩევის პროცესის გამჭვირვალობასთან, დახმარების რეგულარობასთან და მდგრად განვითარებასთან დაკავშირებით. მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის განკუთვნილი სახელმწიფო დახმარება არ ითვალისწინებს CCI-ის სპაციფიკურ ბუნებას და ამიტომ სჭირდება მეტი დივერსიფიკაცია, განსაკუთრებით, მათ მიკროგანზომილებებზე მისადაგების თვალსაზრისით. ადგილობრივ მრეწველებს მცირედ მიუწვდებათ ხელი საერთაშორისო თანამშრომლობებსა და პარტნიორობებზე, რადგან ხშირად არ აქვთ საკმარისი თანამონაწილეობითი ფონდები და შეაბამისი სახელმწიფო მარეგულირებელი ჩარჩო. დღესდღეობით CCI-ის კერძო შემწირველებისთვის და სპონსორებისთვის არ არსებობს არანაირი წახალისება ან გადასახადების შემცირება. ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების (IPR) დაცვის კანონი ხშირად უგულებელყოფილია, პროფესიონალებისა და დამკვირვებელი სააგენტოების მხრიდან საქმეში ნაკლებად ჩახედულობის გამო. ონლაინ თუ ოფლაინ ვაჭრობის და ექსპორტის შეზღუდული რეგულაციები ასევე აფერხებს ბიზნესს საერთაშორისო არენაზე.

ამ სექტორის მეწარმეთა უმრავლესობას ფონდების მოძიების სუსტი უნარები აქვს, ეს განსაკუთრებით ითქმის საერთაშორისო გრანტებზე. CCI-ს სჭირდებათ მეტი ინფორმაცია, კონტაქტები და კავშირები სწორი პარტნიორების გამოსარჩევად და მოსასინჯად, ასევე სჭირდებათ რესურსები, გრძელვადიანი გეგმების საჭიროებებში ინვესტირებისთვის. მეწარმეებს ჰქონდათ ფინანსების მოძიების რამდენიმე ალტერნატიული და საინტერესო მცდელობა, მაგ. ქრაუდფანდინგის პლატფორმების შემუშავება, მაგრამ იმისათვის, რომ ამ სექტორისთვის გაიოლდეს ფინანსებზე წვდომა და გამრავალფეროვნდეს დაფინანსების ალტერნატივები, საჭიროა სტრუქტურული გაუმჯობესება საჯარო სისტემასა და კანონმდებლობაში.

4.5.1 საერთაშორისო მაგალითები

PMV - კულტურინვესტი⁴³ and STARTS – კულტურულ საწარმოთა საინვესტიციო ფონდი⁴⁴ (ბელგია)

ორი რეგიონული ფონდი დაეხმარა, შესაბამისად: ფლამანდიური მთავრობა (Flemish Government – PMV) – კულტურინვესტს; და ვალიური მთავრობა (Walloon Government) – STARTS-ს. ორივე სქემა იძლევა სპეციალიზირებულ სესხებს და სააქციო ინვესტირებას (equity investment) ბიზნესის განვითარების სხვადასხვა ეტაპზე, რასაც ახლავს ტრენინგები და რჩევები საწარმოებისთვის (SME), ასევე, CCI-ის არაკომერციული ორგანიზაციებისთვის.

მეტი მაგალითის გასაცნობად, იხ. AWS VINCI „თავდებები შემოქმედებით ინდუსტრიაში“⁴⁵ (ავსტრია) და „ეროვნული ლატარეა“⁴⁶ (გაერთიანებული სამეფო)

4.5.2 შესაძლებლობები საქართველოში

- > „გადაიღე საქართველოში“ ფუნქციონირებს „ერთი ფანჯრის“ პრინციპით და ეწევა საქართველოს, როგორც ფილმის გადასაღები ლოკაციის, პოპულარიზაციას.

„გადაიღე საქართველოში“ იძლევა ინფორმაციასა და რჩევას საკანონმდებლო ჩარჩოს და ადგილობრივი კომპანიებისა და სერვისების შესახებ. ის ადგილობრივ და უცხოელ პროდიუსერებს სთავაზობს საქართველოში გაწეული გამართლებული ხარჯების 20%-მდე რაოდენობის უკან დაბრუნებას და დამატებით 5% დაბრუნებას, თუ პროდუქცია პოპულარიზაციას უწევს საქართველოს, როგორც კინოგადაღების ადგილს, და შეესაბამება პროგრამის კულტურულ ტესტს.

- > ღია კონკურსების შემოღება ფილმის დაფინანსების პროგრამაში

საქართველოს კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრი ორგანიზებას უწევს საკონკურსო დამაფინანსებელ პროგრამებს კინოგადაღებებისთვის (თუმცა შეზღუდული თანხებით). აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკას ფილმის წარმოების თავისი მცირე ფონდი აქვს. წიგნის ცენტრი ატარებს ღია კონკურსებს წიგნების თარგმნასა და გამოცემაზე.

- > პროგრესული მედიაკანონმდებლობა

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია არის მაუწყებლობის მარეგულირებელი ავტონომიური ორგანო. ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლამ შესაძლებელი გახადა ეროვნული და რეგიონული ქსელების გამრავალფეროვნება.

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

44 <http://www.start-invest.be>

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

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

- > *საჯარო ხელისუფლების მიერ შემოქმედებითი სტარტაპებისა და მეწარმეების დახმარება*

პლატფორმამ „აწარმოე საქართველოში“ და საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტომ, ასევე თბილისის მერიამ წამოიწყეს სხვადასხვა პროგრამა, რომლებიც შემოქმედებითი სტარტაპებისა და მეწარმეებისთვის არის განკუთვნილი.

4.5.3 გამოწვევები საქართველოში

- > *საჯარო სტიმულების და ხელსაყრელი საკანონმდებლო ჩარჩოს არსებობის საჭიროება CCI-ში ბიზნესგანვითარების ხელშესაწყობად. საჭიროება, ქველმოქმედება და ინვესტიციები უფრო მიმზიდველი გახდეს*

იმის მიუხედავად, რომ კანონმდებლობა და დახმარების სისტემები უფრო ხელსაყრელი გახდა ბიზნესისთვის, ხშირად შეუძლებელია მათი მორგება CCI-ზე. ეს აფერხებს შემოქმედებითი საწარმოების განვითარებას. საქართველოს სჭირდება სპონსორობის და საქველმოქმედო შეწირულობების წამახალისებელი საგადასახადო შეღავათები და საკანონმდებლო ჩარჩოები, რაც კერძო სექტორს გაუღვივებდა ინტერესს, დაეფინანსებინა CCI სექტორი.

- > *სახელმწიფო დაფინანსების პროცედურა უნდა ეყრდნობოდეს დისტანცირებულობის პრინციპს ყველა სხვადასხვა CCI-ის წარმომადგენელთან მიმართებაში.*

კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო მუშაობდა დაფინანსების ახალ მეთოდოლოგიაზე საერთაშორისო ექსპერტთან თანამშრომლობით,⁴⁷ მაგრამ ჯერ არ შექმნილა დამოუკიდებელი ორგანო, რომელსაც დაევალებოდა კულტურის დაფინანსების საჯარო კონკურსები, მიწოდება და მონიტორინგი. კულტურული ინსტიტუციები და არასამთავრობო ორგანიზაციები, შემოქმედებითი სამეწარმეო პროექტები და სტარტაპები საგანგებოდ ჯერაც არ ექცევა დაფინანსების შეთავაზებათა ფოკუსში.

- > *მარეგულირებელი ჩარჩოსა და საჯარო-კერძო პარტნიორობის (PPPs) მოდელის არსებობის საჭიროება*

PPPs-ის შექმნას ჯერაც სჭირდება შესაბამისი საკანონმდებლო ჩარჩო და სპეციალური მოდელი, რომელიც განავითარებდა კულტურულ ბაზარს და კომერციულ კულტურულ სექტორს. CCI-ის მწარმოებლებს სჭირდებათ დახმარების სამსახურები და დაფინანსების ალტერნატიული წყაროები.

- > *CCI-ის სხვადასხვა მეწარმეებს სჭირდებათ დახმარების სერვისები და დაფინანსების ალტერნატიული წყაროები*

⁴⁷ ტერი სანდელი (Terry Sandell) ამზადებდა ანგარიშს „სტარტაპებიდან ქმედებამდე: ევროპული ტიპის საჯარო დაფინანსებაზე გადასვლა და ქართული ეროვნული კულტურის ფონდის შექმნა“, რომლის პრეზენტაცია 2017 წლის ბოლოს უნდა შედგეს.

შემოქმედებით მეწარმეებს, რომლებსაც არ გააჩნიათ ფინანსური გარანტიები, უჭირთ დაფინანსების ალტერნატიული წყაროების მოძიება. საჭიროა სპეციალური საკრედიტო ხაზები და გარანტიები, მიკროსესხები, სათესი დაფინანსება და სხვა საგადასახადო შეღავათები. კერძო ინვესტორები არ იცნობენ CCI-ის ლოგიკას, მოტივაციებსა და სასიცოცხლო ციკლებს და ამის გამო ვერ ახერხებენ, შეაფასონ პროექტის ღირებულება და CCI-ის წამოწყებას თავდაჯერებით დაუჭირონ მხარი. სექტორს აგრეთვე სჭირდება საკვანძო ინფორმაციის მქონე სპეციალისტები, რომლებსაც შეეძლებათ კონსულტაციის მიცემა შესაძლებლობებსა და ისეთ საკითხებზე, როგორიცაა საავტორო უფლებები და დაფინანსების გზები.

> საავტორო უფლებებში მეტი ჩახედულობის და უკეთესი მენეჯმენტის საჭიროება

საქართველოს საკანონმდებლო ჩარჩო შეესაბამება ევროკავშირის საავტორო უფლებების სტანდარტებს, თუმცა საავტორო უფლებებისა და ინტელექტუალური საკუთრების საკითხებში ზოგი უხერხულობა ჯერაც რჩება. ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ინსტიტუციები ძირითადად ინდუსტრიულ პროცესებზეა ორიენტირებული. კულტურული პროდუქტის და მომსახურების გავრცელება საჭიროებს მეტ მონიტორინგს და ინფორმაციას საავტორო უფლებების საკითხებზე. კულტურული სფეროს პროფესიონალები უკეთ უნდა იცნობდნენ საკუთარ უფლებებს.

> კინოფილმების გავრცელების სუსტი ქსელი გავლენას ახდენს კინოს განვითარებასა და წარმოებაზე

საერთაშორისო ფესტივალებზე საჩვენებლად ბევრი ქართული ფილმის ირჩევა, მაგრამ ამ ფილმების ნახვა საქართველოში ხშირად გაგიჭირდებათ. საჩვენებელი ეკრანების რაოდენობა მცირეა, განსაკუთრებით, თბილისის გარეთ; ტელემაუწყებლობები კი არ არიან დაინტერესებული და ღია დამოუკიდებელ პროდიუსერთა ფილმების გავრცელებისთვის.

> კინოწარმოების შემდგომი განვითარება საჭიროებს დამატებით ინვესტიციას შექმნისა და წარმოებისთვის გამოყოფილი დაფინანსება მწირია, თუ გავითვალისწინებთ მაღალ კონკურენციას. გადაღებისთვის და ჩვენებისთვის საჭირო აღჭურვილობა ძირითადად მოძველებულია და განახლება სჭირდება. ყოფილ სახელმწიფო სტუდია „ქართულ ფილმში“ ინვესტიცია არასაკმარისია და სჭირდება ახალი განვითარების გეგმა.

> მედიის ეკონომიკური მოდელი არამდგრადია და მცირე სარეკლამო ბაზარზეა დამოკიდებული.

საქართველოს მცირე სარეკლამო ბაზარი ვერ უზრუნველყოფს მის მედიასექტორს. საზოგადოებრივი არხი თავის კონტენტს ორგანიზაციის ფარგლებში აწარმოებს და არ წახალისებს კერძო სექტორის შიდა ბაზარს. ბოლოდროინდელი პოლემიკები საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეფორმის და კერძო არხ რუსთავი 2-ის გარშემო

ცხადყოფს, რომ საჭიროა მუდმივი ყურადღება და გაზრდილი ანგარიშვალდებულება მედიის მფლობელობის და ფინანსებთან დაკავშირებით, იმის მიუხედავად, რომ საქართველოს პროგრესული მედიაკანონმდებლობა აქვს.

4.6 შემოქმედებითი მეწარმეობისთვის საჭირო განათლებისა და უნარის გაუმჯობესება

ახალი ეკონომიკური პარადიგმის გაჩენა ნიშნავს, რომ საჭიროა, საგანმანათლებლო და აღმზრდელობითი დაწესებულებები, სკოლებიდან დაწყებული, უნივერსიტეტების ჩათვლით, უფრო ღია გახდეს და მეტად დაუკავშირდეს რეგიონებსა და საზოგადოებას. საგანმანათლებლო ინსტიტუციებს სჭირდებათ ახალი მიდგომა, თუ როგორ დაგეგმონ და განახორციელონ აკადემიური და პროფესიული განათლება, რომელიც უფრო პრაქტიკული, უფრო მოქნილი და ალღოიანი იქნება. „მთელი სიცოცხლის განმავლობაში სწავლის“ მიდგომა ამას შესაძლებელს გახდის. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების ბევრ უნივერსიტეტს პრესტიჟულად ხდის მათი ტექნიკური მაჩვენებლები, განსაკუთრებით კინოს, საშემსრულებლო ხელოვნების და მუსიკის განხრით. თუმცა ტექნიკური და თუნდაც სახელოვნებო უნარები საკმარისი არაა ახალგაზრდა პროფესიონალებისთვის, რომ მათი საქმიანობა ყვაოდეს, შეიმუშაონ პროექტები და დაიწყონ გასვლა მსოფლიო ბაზარზე. მეტიც, შემოქმედებითობა და ინოვაციურობა ახლა აუცილებელ უნარად მიიჩნევა სხვა პროფესიებშიც. ამიტომ განათლების ყველა დონეზე კულტურა და შემოქმედებითობა ჩართული უნდა იყოს სასწავლო კურსებში და ადრეული ბავშვობიდანვე ხდებოდეს შემოქმედებითი უნარებისა და აზროვნების განვითარება, ასევე, მოსწავლეების ჩართვა კულტურულ საქმიანობასა და მონაწილეობაში. სკოლამდელი აღზრდიდან დაწყებული, ვიდრე უმაღლეს განათლებამდე, ფორმალურ თუ არაფორმალურ ინსტიტუციებში უნდა წახალისდეს „სწავლა მთელი სიცოცხლის განმავლობაში“ და ამაღლდეს სწავლების სტანდარტები.

ციფრული მედიის განვითარებამ, გლობალიზაციამ, სახელმწიფოთაშორისმა და კულტურათაშორისმა თანამშრომლობამ CCIs-ზეც მოახდინა გავლენა. ეს აჩენს ისეთი სტრატეგიის და საურთიერო უნარის საჭიროებას, რომელიც მრავალრიცხოვან და მრავალფენიან ბაზრებზე მუშაობისთვის გამოდგება. შემოქმედებით პროფესიონალებს სჭირდებათ სტრატეგიული, სამენეჯერო და საკომუნიკაციო უნარები. სტრატეგიული უნარები ლოგიკურად ხსნის, თუ როგორ უნდა იყოს მოვიხელთოთ და ვმართოთ პროექტები, ბიზნესი და კარიერა. დღეს პროფესიონალი უნდა იყოს შემოქმედიც, მენეჯერიც, მკვლევარიც, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტიც და პოლიგლოტიც. ყველა შემოქმედს სჭირდება მოლაპარაკების, ლიდერობის და პარტნიორობთან იდებობის, მიზნებისა და გეგმების განხილვის უნარი. ამ უფრო მომთხოვნ და კონკურენტულ ბაზარზე კიდევ უფრო იზრდება მთელი ცხოვრების განმავლობაში სწავლის საჭიროება. პროფესიონალები თავიანთ თამაშში მუდამ მეწინავენი უნდა იყვნენ, სხვაგვარად მათ განრიგებსა და დედლაინებს აცდენა და კონტრაქტების, კონტაქტების და პარტნიორობის დაკარგვა ემუქრებათ. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია დროის განაწილების ცოდნა, მით უფრო, თუ საჭიროა

ერთობლივი კვლევა და დაფიქრება ისეთი პროექტისთვის, რომელსაც შედეგის დადება მოეთხოვება. პროფესიონალებმა უნდა გაიძლიერონ საკომუნიკაციო უნარები, რათა დაძლიონ დროის, ნდობის და ურთიერთცნობის უკმარისობით გამოწვეული დაბრკოლებები არაიერარქიულ, მრავალენოვან და მრავალსექტორულ დროებით გუნდებში.

აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში გვაქვს ალტერნატიული საგანმანათლებლო და აღმზრდელობითი პროექტისა და ინიციატივის რამდენიმე მაგალითი, რომლებიც ასწორებს ხარვეზებს და პასუხობს ამ ახალი მოთხოვნებს. მათ ახორციელებს არასამთავრობო ორგანიზაციები და აღიარებული სასწავლო და კულტურული დაწესებულებები. გამოწვევა გახლავთ, თუ როგორ ინტეგრირდეს სწავლების ეს ახალი მეთოდები საგანმანათლებლო და აღმზრდელობითი სისტემის ოფიციალურ გეზში და როგორ დავიყოლიოთ სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები, აქტიური მონაწილეობა მიიღონ ამ განვითარების პროცესში.

4.6.1 საერთაშორისო მაგალითები

ესკალატორი - შემოქმედებითი ინდუსტრია, კომიცი⁴⁸ (სლოვაკეთი)

ესკალატორი – ესაა შემოქმედებითობის, ნიჭისა და პროფესიონალიზმის ტრენინგის და განვითარების ინტენსიური პროგრამა შემოქმედებით სფეროში მომუშავე პიროვნებების თუ საწარმოების/ჯგუფებისთვის, რომელსაც „შემოქმედებითი ინდუსტრია კომიცი“ უჭერს მხარს. მონაწილეები დასაწყისში ასახელებენ თავიანთ საჭიროებებს და განსაზღვრავენ მიზნებს უცხოელ მენტორებთან ინტერვიუს მეშვეობით. ეს ქმნის საფუძველს „მორგებული“ ტრენინგის და დახმარების პროგრამისთვის, რომელიც შედის სამუშაო შეხვედრები, სემინარები, წვრთნა, მენტორული კლასები, ბიზნესის და სტრატეგიის დაგეგმვა, კვლევა და განვითარება, სასწავლო ტურები და საპილოტე განხორციელება.

მეტი მაგალითის გასაცნობად, იხ OTELO ახალგაზრდული შემოქმედებითი ცენტრების რეგიონული ქსელი⁴⁹ (ავსტრია), შემოქმედებითი პარტნიორობები⁵⁰ (ლიტვა), ხელოვნების ინოვაციის სამეფო კოლეჯი⁵¹ (გაერთიანებული სამეფო) და ტალინის ტექნოლოგიური უნივერსიტეტი – ინოვაციისა და ბიზნესის ცენტრი, მეკტორი⁵² (ესტონეთი).

4.6.2 შესაძლებლობები საქართველოში

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

49 <http://www.otelo.or.at/>

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

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

52 <https://www.ttu.ee/mektory-eng>

- > *განათლების და მეცნიერების სამინისტროს ჩართულობა პოლიტიკის განახლების პროცესში*

არსებობს მისწრაფება, საგანმანათლებლო პოლიტიკის სწორება მოხდეს ბაზრის საჭიროებებსა და საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკაზე, აგრეთვე, ამადლდეს საქართველოს საგანმანათლებლო სისტემის საერთო ხარისხი.

- > *დაწყებულია სახელოვნებო განათლების რეფორმის გზამკვლევის შედგენა*

შეგნებულია რა CCI-ის პოლიტიკის მიზნების შესაბამისად განათლების გარდაქმნის საჭიროება, კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროსთან და განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროსთან ერთად მიმდინარეობს მუშაობა სახელოვნებო განათლების რეფორმის გზამკვლევის შედგენაზე

- > *ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლებში ხელოვნების სწავლების კარგი დონე – კურიკულუმში ჩართულია მუსიკა და ხელოვნება, აგრეთვე, მიმდინარეობს კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრის პროგრამა – სინემა*

უკანასკნელი მონაცემებით, საქართველოში საშუალო სკოლების პირველ წლებში მთელი სასწავლო საათების დაახლოებით 12% ეთმობა სახელოვნებო განათლებას.⁵³ ეს მისაღები რაოდენობაა. კურიკულუმში არჩევითია (ხატვა, მუსიკა, სხვა), მაგრამ საჭიროა მისი მეტად გამრავალფეროვნება ახალი შემოქმედებითი საგნებით. ერთ-ერთი ღირსშესანიშნავი მოვლენაა პროგრამა „კინო სკოლაში“, რომელსაც ერთობლივად ეხმარება კულტურისა და განათლების სამინისტროები და ახორციელებს კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრი. პროგრამის ფარგლებში კინოს პროფესიონალები მიდიან სკოლებში და პოპულარიზაციას უწევენ კინემატოგრაფიას. ღონისძიებები გულისხმობს კინოჩვენებებსა და შემდგომ განხილვებს.

- > *შემოქმედებით მეწარმეებს ღიად მიუწვდებათ ხელი ინფორმაციასა და კონსულტაციაზე*

„შემოქმედებითი საქართველო“ მოგზაურობდა ქვეყანაში და კულტურული სექტორის პროფესიონალებსა და ორგანიზაციებს ინფორმაციას აწვდიდა დაფინანსებული პროგრამების, განსაკუთრებით, „შემოქმედებითი ევროპის“ პროგრამების შესახებ, აგრეთვე – სემინარებს შემოქმედებითი ბიზნესმოდელების თემაზე. ასევე, გამოყენებული იყო სოციალური მედია (ფეისბუქ-გვერდი) კომუნიკაციის ღია არხის შესაქმნელად და სექტორის წარმომადგენელთა დასახმარებლად, თავიანთი იდეები პროექტებად ექციათ,

ადგილობრივი მაგალითი: სინემობილე კავკასუს (Cinemobile Caucasus)⁵⁴

53 Georgia Facts Sheet, UNESCO Culture for Development Indicators, Eastern Partnership Culture & Creativity Programme, 2017.

54 <http://www.noosfera-foundation.com/film-education>

სინემობილე კალკასუს არის საგანმანათლებლო პროგრამა ახალგაზრდობისთვის, მას ახორციელებს „ნოსფერა ფაუნდემენტი“ (Noosfera Foundation), რომელიც აწყობს ამ რეგიონის შერჩეული დოკუმენტური და მხატვრული ფილმების ჩვენებას 40 სხვადასხვა ადგილას საქართველოში, სომხეთსა და აზერბაიჯანში. ყველა ჩვენება ეხება მნიშვნელოვან თემებს, როგორცაა რეგიონული იდენტობა, დემოკრატია, რეგიონის საერთო ისტორია, ეკოლოგიური თუ გარემოსდაცვითი საკითხები, ქალთა პრობლემები, მიგრაცია და სხვა თემები, რომლებიც ხშირად არ განიხილება სკოლებში, საგანმანათლებლო დაწესებულებებსა თუ სოფლად მცხოვრებ თემებში.

4.6.3 გამოწვევები საქართველოში

- > ხელოვნების სწავლებაში იგრძნობა სამენეჯმენტო და საკომუნიკაციო უნარების ნაკლებობა და ის კარგად არ პასუხობს ბაზრის ცვლილებასა და საჭიროებებს

შემოქმედებით სფეროს პროფესიონალები არ არიან ბიზნესზე ორიენტირებულები და აკლიათ სტრატეგიული, სამენეჯერო⁵⁵ და საკომუნიკაციო უნარები, რაც მათ შეაძლებინებდა საკუთარი პროექტების შედგენას, განხორციელებას და ბაზარზე კარგად წარმოდგენას. სახელოვნებო უნივერსიტეტების კურიკულუმები არ შეიცავს შემოქმედებითი მეწარმეობის უნარების განვითარებას და არ ზრდის კვალიფიციურ პროფესიონალებს ინოვაციათა კვლევის და განვითარების მიმართულებით.

- > CCI-ში მთელი ცხოვრების განმავლობაში სწავლის საჭიროება

ICT სწრაფად იცვლება და ვითარდება, ამიტომ პროფესიონალების მიმზადება მოითხოვს მთელი სიცოცხლის განმავლობაში სწავლის შეთავაზებას, ამ სექტორის ცვლად საჭიროებათა საპასუხოდ. ასევე, შეზღუდულია ტრენინგების და სწავლების შესაძლებლობა შემოქმედებითი მეწარმეებისთვის. სპეციალიზირებული აუდიოვიზუალური განათლება და ტრენინგები მოთხოვნებს ვერ აკმაყოფილებს, შეუსაბამო აღჭურვილობის გამო. ეს განსაკუთრებით ეხება წარმოების შემდგომ საჭირო უნარებს.

- > არსებული საჯარო პროგრამების მეტად გავრცელების საჭიროება

კულტურული სექტორის ბევრი პროფესიონალი და მასთან დაკავშირებული დაინტერესებული მხარეები არ იცნობენ სახელმწიფო და სხვა საჯარო ხელისუფლებათა პოლიტიკას და პროგრამებს ინფორმაციის მიწოდების და უნარების განვითარების მიმართულებით. უფრო ფართო წვდომის არეს მოსაპოვებლად საჭიროა მათი უკეთ გავრცელება, განსაკუთრებით, მედიის ჩართვა.

⁵⁵ ფესტივალის მენეჯმენტის სატრენინგო პროგრამა აჭარაში, რომელსაც მხარს უჭერდა ბრიტანეთის საბჭო აჭარის

ავტონომიური რესპუბლიკის განათლების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროსთან ერთად, ამ ხარვეზის გამოსწორებაზე იყო მიმართული.

4.7 აუდიტორიის და ბაზრის განვითარება

აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში პოლიტიკის განმსაზღვრელებისა და საზოგადოების დიდი ნაწილისთვის ჯერაც უცნობია CCI-ის პოტენციალი და დარგთაშორისი თვისებები. CCI-ის პროფესიონალთა დიდი ნაწილი არ გახლავთ ამ სექტორის საუკეთესო ადვოკატი. CCI, როგორც წესი, არ არის წარმოდგენილი მედიასა და საჯარო დისკურსში, გამონაკლისია მხოლოდ დედაქალაქების და მსხვილი ქალაქების ნიშური აუდიტორიები. რეგიონებში და სოფლად, თუნდაც დედაქალაქის მიმდებარედაც კი, ძნელად თუ მოიძებნება აქტიური და თანამედროვე კულტურული სივრცეები და ინსტიტუციები, ხოლო გავრცელების სისტემები განუვითარებელია. ქვეყნის სხვადასხვა ადგილებში არსებულ კულტურის სახლებს/კლუბებს სჭირდება მეტი რესურსი და, შესაბამისად, ახალი კულტურული და შემოქმედებითი კონტენტი. მნიშვნელოვანია აგრეთვე აუდიტორიის და კულტურული კონტენტის მოთხოვნილების განვითარება. ამისთვის საჭიროა გავრცელების არხების რაოდენობის გაზრდა. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში სხვადასხვა ბაზრების და სხვადასხვა რეგულაციებისა და ენების არსებობა აძნელებს საერთაშორისო და საზღვართაშორის მუშაობას.

ციფრული რევოლუცია აბუნდოვანებს განსხვავებას შემოქმედსა და მომხმარებელს შორის, რაკი შესაძლებელია, კონტენტი აუდიტორიას შუამავლის გარეშე მიეწოდოს. პიერ ლუიჯი საკოს აზრით, კულტურული პროდუქცია და ახალ კონტენტზე წვდომა ერთი პროცესის ორი ფაზაა. მის „კულტურა 3.0“ მოდელში მონაწილეობა ხდება ღირებულების წარმომქმნელი, რადგანაც მისი ეკონომიკური და სოციალური ეფექტები შეიძლება უფრო მეტი იყოს, ვიდრე მარკეტით მედიერებული მიწოდება. მომხმარებლის ჩართულობა და მონაწილეობა მოითხოვს ახალ ეკონომიკურ და სოციალურ გარემოს და ჩარჩოს, რომელსაც სჭირდება ნდობა და დიალოგი სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებს შორის.

კულტურული ინსტიტუციების უმრავლესობას და ბევრ შემოქმედებით საწარმოსა და პროფესიონალს სჭირდება აუდიტორიის ჩართულობა, კომუნიკაცია და მარკეტინგული უნარები. ჩვეულებრივ, სალაროს გაყიდვები და კომუნიკაციები არ არის პრიორიტეტი ბევრი ტრადიციული და აღიარებული ინსტიტუციისთვის, რადგან მათი სამიზნე გახლავთ დამუშავებული და ნაცნობი ელიტა, რომელიც რეგულარულად ესწრება ღონისძიებებს. დამოუკიდებელი სცენისთვის კი სტრატეგიის შედგენის და დაგეგმვის უნარების სიმწირე, აგრეთვე, გრძელვადიანი ინვესტიციების ნაკლებობა იწვევს უვარგისი საკომუნიკაციო სტრატეგიების ქონას. დამოუკიდებელ შემოქმედთა უმრავლესობას, როგორც ჩანს, უჭირს თვითრეკლამირება, ბრენდირება და ბაზარზე გატანა და დამოკიდებულია გაყიდვების პუნქტებზე ან პარალელურ კომერციულ ინიციატივებზე. ღირებულებათა ჯაჭვის შუამავლების – მენეჯერების, აგენტების, პროდიუსერების და განსაკუთრებით, ბაზრის სპეციალისტების, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტების და კომუნიკაციის სპეციალისტების – ნაკლებობა მნიშვნელოვან უარყოფით გავლენას ახდენს ამ სექტორის განვითარებაზე, რადგან ამ პროფესიონალებს აქვთ ცოდნა, თუ როგორ უნდა შერჩევა, მიზანში ამოღება,

კონტენტის გავრცელება და როგორ უნდა განავითარონ აუდიტორიის ჩართულობა.

ეროვნულ მედიაში გამოხატვის და კონტენტის მრავალფეროვნება მორიგი გამოწვევაა. ტელევიზიას შეუძლია, საკვანძო როლი ითამაშოს CCI-ის პოპულარიზაციაში, მათი აღიარების და ცნობადობის გაზრდაში და ამგვარად გაზარდოს მათზე მოთხოვნა. ამ მძლავრი იარაღის პოტენციალი სრული ძალით არ გამოიყენება. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში ჭირს კრიტიკა და სპეციალიზირებული ჟურნალისტები თუ მედიაექსპერტები, რომლებიც დაწერდნენ CCI-ის წარმომადგენლებზე, ამბებსა და წარმატებებზე. არსებობს რამდენიმე საინტერესო მედიაპლატფორმა, რომლებიც პოპულარიზაციას უწევს ურბანულ კულტურას, ფესტივალებს, ცხოვრების სტილს, კულტურულ ტურიზმს, ა.შ.

აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნები ცნობილია ზოგი კინო-, მუსიკალური და თეატრალური ფესტივალის მრავალფეროვნებით და ხარისხით. ეს ღონისძიებები იყენებენ გეოპოლიტიკური მდებარეობის უპირატესობას და აღმოსავლეთის და დასავლეთის შემაერთებელ ხიდად გვევლინებიან. ეს ფესტივალები აუდიტორიის და ბიზნესის განვითარებისა და ტურისტების მოზიდვის მნიშვნელოვანი კონცენტრაციის წერტილები გახდა. მათგან რამდენიმეში პროგრამა მთელი წლის განმავლობაში გრძელდება და ზოგ შემთხვევაში ქმნიან ინიციატივებს, რომლებიც, სიმძლევითა მიუხედავად, სცდება დედაქალაქების საზღვრებს.

4.7.1 საერთაშორისო მაგალითები

OSTV - არხი⁵⁶ (პორტუგალია)

Open Source TV არხი (OSTV) მთლიანად კულტურას, ხელოვნებას და შემოქმედებითობას ეძღვნება. ის ერთ პლატფორმაზე აერთიანებს ტელევიზიასა და ინტერნეტს. ის გადმოსცემს ინოვაციურ კონტენტს, რომელსაც ხელოვნებისა და პროდიუსერების ახალი თაობა ქმნის, და ადგენს თანამშრომლობით პროექტებს პარტნიორებთან მთელი მსოფლიოს მასშტაბით.

მეტი მაგალითის გასაცნობად, იხ. HELMET საქალაქო ბიბლიოთეკათა ქსელი⁵⁷ ჰელსინკიში, კინოდვორ სითი სინემა⁵⁸ ლუბლიანაში, ოპგანგ ახალგაზრდული აუდიტორიაზე დაფუძნებული თეატრი⁵⁹ დანიაში, ლაზნია ნოვა თეატრი და & კულტურული ცენტრი⁶⁰ პოლონეთში და მეცნიერებათა გალერეა⁶¹ ირლანდიაში.

56 <http://canal180.pt/en/>

57 <http://www.helmet.fi/>

58 <http://www.kinodvor.org/>

59 <http://opgang2.dk/>

60 <http://www.laznianowa.pl/>

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

4.7.2 შესაძლებლობები საქართველოში

- > ზოგ სახელოვნებო ინსტიტუციაში და ღონისძიებაზე აუდიტორიის განვითარების საინტერესო სტრატეგიების გამოჩენა

ზოგი კულტურული ორგანიზაცია და ღონისძიება დროთა განმავლობაში აუმჯობესებდა მენეჯმენტს, ამას აღწევდნენ თავიანთი აუდიტორიის განვითარებასა და კომუნიკაციის სტრატეგიაზე დაფიქრებით. მაგალითად, კოტე მარჯანიშვილის სახელობის სახელმწიფო თეატრმა წამოიწყო შესვენების დროის გაყიდვები, როცა თეატრის სალაროში შესაძლებელია ბილეთების ყიდვა ნახევარ ფასად. თბილისის ყოველწლიური საერთაშორისო წიგნის ბაზრობა განკუთვნილია როგორც პროფესიონალებისთვის, ასევე საერთო აუდიტორიისთვის და იზიდავს მედიის ყურადღებას და უამრავ მნახველს.

- > ახლად წარმოქმნილი ონლაინ მედია ხელს უწყობს CCI-ის განვითარებას

ზოგმა ახლად წარმოქმნილმა ონლაინ მედიაინიციატივამ (იხ. ქვემოთ არტარეა TV-ის შემთხვევა) თავისი წვლილი ჩადო იმგვარი კონტენტის წარმოებაში, რომელიც ზრდიდა CCI-ს ცნობადობას და პოპულარობას მის აუდიტორიაში.

- > შემოქმედებითი საქართველო“ ქვეყანაში აწყო გასვლით საინფორმაციო შეხვედრებს

2017 წელს „შემოქმედებითმა საქართველომ“ მოაწყო საინფორმაციო ტური 3 რეგიონში, მისი გუნდი ეწვია 15 მუნიციპალიტეტს, რათა გაეზიარებინა ინფორმაცია ზოგადად CCI-ის შესახებ და განემარტა თავისი როლი, მიზნები და საქმიანობა ადგილობრივი კულტურის სექტორში ჩართული პირებისთვის, მუნიციპალური ორგანიზაციების წარმომადგენლებისა და სხვა დაინტერესებული მხარეებისთვის.

ადგილობრივი მაგალითი: არტარეა TV⁶²

არტარეა TV აქცენტს აკეთებს ხელოვნებაზე, კულტურასა და შემოქმედებით კონტენტზე და საქართველოს CCI-ის დიდ ნაწილს სწვდება. პროექტი ამუშავდა 2012 წელს, ის იყენებდა ბლოგებსა და ვიდეობლოგებს მწერლების, მუსიკოსების, მხატვრების, ჟურნალისტებისა და კულტურით დაინტერესებული ადამიანების შემოსაკრებად. არტარეას საინტერესო ბიზნესმოდელი ეფუძნება კონცერტებისა და წარმოდგენების ღონისძიებათა გამართვას, პლიუს კაფეს.

4.7.3 გამოწვევები საქართველოში

62 <http://artarea.tv/>

- > *თბილისის გარეთ კულტურული მონაწილეობის და მომხმარებლობის დაბალი დონე*

ხელოვნებითა და კულტურულ ღონისძიებებზე დასწრების საშუალო მაჩვენებელი ზოგადად დაბალია, განსაკუთრებით, ეს ითქმის არა თბილისში მცხოვრებ და დაბალი შემოსავლის მქონე ადამიანებზე. 2015 წელს ოჯახის საშუალო დანახარჯი კულტურულ საქმიანობაზე, საქონელსა და მომსახურებაზე შეადგენდა მთლიანი მოხმარების 1.1%-ს. ის ფაქტი, რომ ზოგ ფესტივალს და ღონისძიებას ძალიან კარგი დასწრება ჰქონდა და ბევრზე ყველა ბილეთიც კი გაიყიდა, მხოლოდ ადასტურებს რეგიონული და ეკონომიკური დისბალანსის არსებობას.

- > *აუდიტორიებთან ეფექტიანი კომუნიკაციისა და ურთიერთქმედების საჭიროება CCI-ის სფეროში*

CCIs-ს სჭირდება მეტი ნოუ-ჰაუ და პრაქტიკა აუდიტორიასთან კავშირის და ურთიერთობის საკითხში. კულტურული და შემოქმედებითი შეთავაზებები უნდა გადაეწყონ ინტერაქტიული და პირდაპირი, დაუყოვნებელი უკუკავშირისთვის სოციალური მედიის და ციფრული ინსტრუმენტების გამოყენებაზე, რათა კავშირი ჰქონდეს ახალგაზრდობასთან და უფრო ეფექტიანად ეურთიერთოს აუდიტორიას. მედიას ვიწროდ ესმის ხელოვნება და კულტურა და არ უწევს პოპულარიზაციას და შესაბამისად არ აწვდის ხალხს ინფორმაციას შემოქმედებითი პროდუქციისა და კონტენტის შესახებ.

- > *ტრადიციულ მედიაში CCI-ის გავრცელების მიმართ ზოგადი ინტერესის ნაკლებობა*

ზოგადად მედია, განსაკუთრებით კი – ტრადიციული მედია, ნაკლებადაა დაინტერესებული CCI-ის საკითხების გაშუქებით. ამგვარად, მოსახლეობის დიდი ნაწილი არ იცნობს CCI-ის პოლიტიკას, მოქმედ პირებსა და მიღწევებს.

- > *აუდიტორიის ამჟამინდელი საჭიროებების და მოლოდინების სიღრმისეული ანალიზის ნაკლებობა*

კულტურული მონაწილეობის დაბალი მაჩვენებლები უკეთ და დეტალურად უნდა იქნეს გააზრებული, რათა ცხადი გახდეს აუდიტორიის პროფილები, მოტივაციის ფაქტორები, მოლოდინები და ინტერესები.

4.8 ინტერნაციონალიზაციისა და თანამშრომლობის წახალისება

აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნები თანდათან გამოდიან საერთაშორისო არენაზე, იყენებენ რა კულტურას, როგორც რბილი ძალის ელჩს, რომელიც მათ გამორჩეულ იდენტობას აყალიბებს. ბევრი იწყებს საერთაშორისო ტურიზმის კამპანიებს და ცენტრალურ ელემენტად იყენებენ კულტურას, რომელიც მათ მდიდარ კულტურულ მემკვიდრეობას ემყარება. თუმცა CCI-ს ჯერაც არ არის ჩართული ეკონომიკურ და სავაჭრო დიპლომატიაში, ექსპორტისა და საინვესტიციო კამპანიების თვალსაზრისით. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებს შეუძლიათ, ახალი ეროვნული მხარდამჭერი კამპანიების საშუალებით

გაზარდონ ადგილობრივი შემოქმედებითი ტალანტის და ადამიანური რესურსების პოტენციალი, აგრეთვე, მათი წვლილი ეკონომიკის დამატებით ღირებულებაში. ამ ქვეყნების უმეტესობაში ბაზრის სიმცირე აუცილებელ ნაბიჯად ხდის ინტერნაციონალიზაციას, რათა CCIs-ს მიეცეთ შესაძლებლობა, გაზარდონ აუდიტორია და საქმიანობის მასშტაბები.

პროფესიონალთა მობილურობის და მიმოსვლის შესაძლებლობები სულ უფრო მარტივდება, თუმცა აღმოსავლეთ პარტნიორობის სხვადასხვა ქვეყანაში ამ მხრივ სხვადასხვა ვითარებაა. აღმოსავლეთ პარტნიორობის მოქალაქეებს რეგიონში მოგზაურობის შეზღუდვები არ აქვთ. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ხუთი ქვეყანა ევროკავშირის მოქალაქეებისგან არ მოითხოვს ვიზებს ან მოწვევებს ქვეყანაში შემოსასვლელად. თუმცა აღმოსავლეთ პარტნიორობის სამ ქვეყანას დაწესებული აქვს შეზღუდვები ევროკავშირში მოგზაურობისთვის. მოლდოვას, საქართველოს და უკრაინას შენგენის ზონაში შესასვლელად ვიზა უკვე აღარ მოეთხოვებათ. აღმოსავლეთ პარტნიორობის ხუთ ქვეყანაში მიმდინარე კონფლიქტები ქმნის არასტაბილურობას, რაც გავლენას ახდენს საერთაშორისო მიმოსვლაზე, ვაჭრობასა და თანამშრომლობაზე.

აღმოსავლეთ პარტნიორობის ყველა ქვეყანა მონაწილეობს უმთავრეს საერთაშორისო კულტურულ ორგანიზაციებში და ხელი აქვს მოწერილი საერთაშორისო კულტურულ შეთანხმებებზე, მაგალითად, იუნესკოს ჩარჩოს ფარგლებში. ისინი აქტიური პარტნიორები არიან რამდენიმე ევროპულ საბჭოში და ევროკავშირის ქვეყანათშორისო პროექტებში,⁶³ რომელთა ყურადღების ფოკუსში მოქცეულია კულტურული მემკვიდრეობა, მუზეუმები, კინო, რეწვა და საგამომცემლო საქმე.

ამ რეგიონის ერთ-ერთი უდიდესი მიღწევა ევროკავშირის პროგრამა „კრეატიულ ევროპაში“ მონაწილეობა გახლავთ. აღმოსავლეთ პარტნიორობის სამი ქვეყანა უკვე არის მისი წევრი და დანარჩენებში მიმდინარეობს მოლაპარაკება ან განიხილება წევრობის საკითხი. პროგრამით მიღებული სარგებელი სცდება სხვადასხვა მიმართულებათა დაფინანსებას თუ თანამშრომლობას კულტურის და მედიის სფეროში. პროგრამა აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებს აძლევს შესაძლებლობას, ევროპელ თანასწორებთან ერთად ჩაერთონ თანაშემოქმედებასა და ერთობლივ წარმოებაში. „კრეატიული ევროპის“ თითქმის ყველა საპროექტო მოთხოვნას საფუძვლად პარტნიორობების აგება უდევს. პროგრამა ამ სექტორის სპეციალისტებისთვის აფინანსებს ფორმალურ თუ არაფორმალურ ტრენინგს და თანასწორი-თანასწორს სასწავლო აქტივობებს და ეხმარება მათ, ურთიერთობა იქონიონ პოტენციურ უცხოელ პარტნიორებთან. მისი ხარვეზებია: აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში მოქმედ ბევრ მეწარმეს სჭირდება მეტი საერთაშორისო კონტაქტი და პროექტის მართვის უნარი; ასევე, შეთავაზებები, როგორც წესი, მოითხოვს 40-50%-იან თანადაფინანსებას, რაც ძალიან ბევრს პროგრამაში ჩართვის შესაძლებლობას უკარგავს.

63 ზოგი მაგალითი: “Kyiv Initiative”; “Strengthening Creative Industries in Armenia, Azerbaijan and Georgia: Heritage Crafts – Common Platform for Development”; “The Book Platform”; “Black Sea Animation Programme”; “Let’s Talk about Film in South Caucasus!”.

ფესტივალები აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში პოპულარიზაციას უწევს რეგიონს და ხელს უწყობს CCI-ის ინტერნაციონალიზაციის დაწყებას. კონკურსები, ფესტივალების პროგრამები, პარალელური ჩვენებები და მოლაპარაკებები – ეს ყველაფერი რეკლამას უკეთებს კონტენტსა და შემოქმედებს შინ თუ უცხოეთში და შედეგად ადგილობრივი ხელოვანები და პროდიუსერები საზღვარგარეთ გამართული მსგავსი ღონისძიებების მონაწილენი ხდებიან. ფესტივალები მასპინძლობს ბევრ უცხოელ პროფესიონალს, პროდიუსერს, რეჟისორებსა და სხვა მონათესავე საქმიანობაში ჩართულ ადამიანებს. ზოგს თავისი კონცეფცია სხვა ქვეყნებში გააქვს და იქ ორგანიზებას უწევს მის თემაზე შექმნილ ღონისძიებებს. ბევრი ფესტივალი ასევე ერთვება საერთაშორისო ქსელებში, რაც რეგიონის პროფესიონალებს უჩენს მუდმივ კონტაქტებს და აძლევს სხვადასხვაგვარ შესაძლებლობას. ფესტივალები ყველაზე მეტადაა მზად იმისათვის, რომ ჩაერთონ პროგრამა „შემოქმედებით ევროპაში“ და სარგებელი მიიღონ მისგან.

აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების უმრავლესობა⁶⁴ აქტიურადაა ჩაბმული „შემოქმედებითი ბიზნესის თასში“ (CBC). ესაა კოპენჰაგენში დაარსებული მსოფლიო პლატფორმა ინოვაციური ბიზნესებისთვის. CBC-ის რაუნდი ერთი წლის განმავლობაში გრძელდება. ის აძლიერებს შემოქმედებით ინდუსტრიებში ჩაბმულ მეწარმეებს და კოორდინირებას უწევს ეროვნულ კონკურსებს. ადგილობრივი საკონტაქტო ორგანიზაცია ატარებს ეროვნულ კონკურსს, რის შემდეგ გამარჯვებულები მიემგზავრებიან საერთაშორისო ღონისძიებაში. CBC-ის წევრებს და მონაწილე მეწარმეებს ეძლევათ უნარების განვითარების და ინვესტირებთან და მსოფლიო ბაზართან დაკავშირების შესაძლებლობა.

საერთაშორისო გარემოში ფუნქციონირება მოითხოვს უნართა სპეციფიკურ ნაკრებს, ასევე – გარკვეული მატერიალური რესურსების ქონას. პროფესიონალები აღიარებენ, რომ მათ არ აქვთ სათანადო მასშტაბები, რომლითაც შეძლებდნენ საერთაშორისო ბაზრის უზარმაზარ განზომილებებში ოპერირებას, აქედან გამომდინარე, მათ სჭირდებათ ერთმანეთთან შეკავშირება, პარტნიორობის პოვნა, ერთად დაფიქრება და ინფორმაციის გავრცელება. ეს გამოწვევა სექტორისგან მოითხოვს გრძელვადიანი სტრატეგიების განვითარების შესაძლებლობათა გაძლიერებას და ისეთი მენეჯერული უნარების გაუმჯობესებას, როგორიცაა ფინანსების მოძიება და კავშირების შექმნა. ორგანიზაციებმა თავიანთი პოლიტიკის პრიორიტეტებს შორის უნდა ჩართონ ინტერნაციონალიზაცია და შეიმუშაონ ისეთი პროგრამები და ინსტრუმენტები, რომლებიც CCI-ს საერთაშორისო მუშაობის შესაძლებლობას მისცემს.

4.8.1 საერთაშორისო მაგალითები

⁶⁴ ბელარუსი, საქართველო, მოლდოვა და უკრაინა

გო ინტერნეიშენალ⁶⁵ (ავსტრია)

ეს გახლავთ 2003 წელს შექმნილი ინიციატივა, რომლის მიზანია, ავსტრიული ბიზნესები ქვეყნის გარეთ საიმედო და საინტერესო პარტნიორებად წარმოაჩინოს. ის ცალკეულ საწარმოებს სთავაზობს პროფესიულ დახმარებას, ინსტრუმენტებსა და შესაძლებლობას, თავიანთი შეთავაზება საერთაშორისო ბაზარზე გაიტანონ. ის შეთანხმებით მოქმედებს ავსტრიის სხვა ეკონომიკურ და სავაჭრო სააგენტოებთან, რომლებიც იძლევიან დამატებით უშუალო ფინანსური დახმარების ინსტრუმენტებს.

ტალინის მუსიკის კვირეული⁶⁶ (ესტონეთი)

ტალინის მუსიკის კვირეულის (TMW) გამართვა დაიწყო 2009 წლიდან, როგორც ინიციატივა, ხელი შეწყობოდა მუსიკის ინდუსტრიის ინტერნაციონალიზაციას კონფერენციის და ნიჭის გამოსავლენი ფესტივალის მეშვეობით. მას მერე იდეა გაფართოვდა იქცა ყოვლისმომცველ ერთკვირიან ქალაქის ფესტივალად, რომელიც სწვდება ხელოვნებას, დიზაინს, ტექნოლოგიებს, ქალაქის სივრცეს, საკვების კულტურას და სხვადასხვა სოციალურ საკითხს. ახლა ის ევროპული შემოქმედებითი თემების თავშეყრის ადგილია.

მეტი მაგალითის გასაცნობად იხ: CCIs-ის ინტერნაციონალიზაციის მხარცდამჭერი რეგიონული ცენტრები – კულტურულ საწარმოთა კატალანის ინსტიტუტი⁶⁷, ფლანდერს DC⁶⁸ და NOMEX მუსიკის ექსპორტის პროგრამა⁶⁹, ევროპული და საერთაშორისო ქსელები და პლატფორმები – შემოქმედებითი ბიზნესის თასი⁷⁰, შემოქმედებითი კვალი – ნიჭი საზღვრების გარეშე⁷¹, ევროპული შემოქმედებითი ჰაბების ქსელი⁷², ევროპული ფესტივალების პლატფორმა⁷³ და პროგრამა „შემოქმედებითი ევროპა“⁷⁴

4.8.2 შესაძლებლობები საქართველოში

- > რეგიონში პირველი ქვეყანაა, რომელიც ჩაერთო პროგრამა „კრეატიულ ევროპაში“.

2015 წლის თებერვალში საქართველო ჩაერთო პროგრამა „კრეატიულ ევროპაში“⁷⁵ წევრობა საქართველოს კულტურულ და შემოქმედებით ორგანიზაციებს აძლევს

65 <https://www.go-international.at/>

66 <https://tmw.ee>

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

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

69 <http://nordicmusicexport.com>

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

71 <http://www.creativetracks.org/>

72 <http://creativehubs.eu/>

73 <http://www.effe.eu/>

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

შესაძლებლობას, შეეკრან პარტნიორებს მთელი ევროპის მასშტაბით და მოიპოვონ დაფინანსება ერთობლივი პროექტებისთვის, ლიტერატურის თარგმნის სქემებისთვის და კულტურული კავშირებისა და პლატფორმებისთვის. ქართულ ორგანიზაციებს ასევე შეუძლიათ, მონაწილეობა მიიღონ აუდიოვიზუალურ ტრენინგ-ორგანიზაციებსა და ფესტივალებში, მედიის სუბპროგრამის ფარგლებში. პროგრამაში ჩართვის მერე ქართველი პარტნიორები თერთმეტი წარმატებული განაცხადის მონაწილენი იყვნენ თეატრის, კინოს, ლიტერატურული თარგმანის და გამოცემის სფეროებში. განმცხადებელთა რაოდენობამ ბოლო წლებში იმატა.

> *შემოქმედებითი ევროპის დესკის მუშაობის გააქტიურება*

შემოქმედებითი ევროპის დესკს 2017 წლიდან მასპინძლობს „შემოქმედებითი საქართველო“. ის მუშაობდა რამდენიმე იარაღსა და ინიციატივაზე, ცოდნის გავრცელებისა და სექტორის რეაგირების უნარის გაუმჯობესების მიზნით. მათგან განსაკუთრებით აღსანიშნავია პარტნიორების მოსაძებნი სპეციალური გვედის შექმნა; ქვეყნის მასშტაბით გასვლითი საინფორმაციო სესიები; და ევროპული გამოცდილების გაზიარება რამდენიმე წარმატებული უცხოელი აპლიკანტის ჩამოყვანით. ახლა ის გეგმავს ყოველწლიური ჩვენების მოწყობას, სადაც ადგილობრივ ორგანიზაციებს შეეძლება, ერთმანეთს გამოცდილება გაუზიარონ და იმსჯელონ პოტენციურ ძალისხმევებსა და საუკეთესო პრაქტიკებზე.

> *„შემოქმედებითი საქართველოს“ მიერ საერთაშორისო თანამშრომლობისა და პროექტების შემუშავების გაძლიერება*

„შემოქმედებითი საქართველო“ გეგმავს სხვადასხვა საერთაშორისო პროექტის განხორციელებას. მათგან აღსანიშნავია საერთაშორისო ფორუმი, რომელთან ერთადაც მოეწყობა შემოქმედებითი სტარტაპების გამოფენა, რაც ხელს შეუწყობს კავშირების დამყარებას და დაეხმარება ქართულ შემოქმედებით სტარტაპებს, გააცნონ თავიანთი საქონელი სხვადასხვა ქვეყნის წარმომადგენლებს.

> *ქართველი დიპლომატების და დიასპორების მიერ ქართული კულტურის პოპულარიზაცია საზღვარგარეთ*

არასამთავრობო ორგანიზაციის „დიპლომატები კულტურისთვის“ (DHCG) ინიციატივა მიზნად ისახავს, მიაწოდოს „მდგრადი განვითარების“ ჩარჩო დიპლომატიურ კორპუსს, რათა ისინი ჩაერთონ კულტურული ღონისძიებების ორგანიზებაში და ხელი შეუწყონ სახელოვნებო ურთიერთობებს. ის ასევე მხარს უჭერს ჯერ უცნობ ქართველ ნიჭიერ შემოქმედთა ასპარეზზე გამოსვლას და ეხმარება მათ თანამშრომლობას უცხოელ ხელოვანებთან და კულტურულ სივრცეებთან, განსაკუთრებით, ქართულ დიასპორებში მთელ მსოფლიოში.

> *ახალი კულტურული დიპლომატიის კონცეფციის მიმდინარე შემუშავება*

ამჟამად საგარეო საქმეთა სამინისტრო მუშაობს კულტურული დიპლომატიის კონცეფციაზე, კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს ჩართულობით.

- > *ქართველ კინემატოგრაფთა საერთაშორისო აღიარება და საერთაშორისო ერთობლივი ნამუშევრების მატება*

საქართველო ნელ-ნელა იხვეჭს საერთაშორისო პოპულარობას კინემატოგრაფიაში, განსაკუთრებით, საქართველოს კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრის მეშვეობით. „ეროვნული კინოს სერტიფიცირების“ პროცედურის შემოღებამ (2010 წ.) და ევრიმაჟის წევრად გახდომამ (2011) საქართველოს კინემატოგრაფებს შესაძლებლობა მისცა, ოფიციალურად ესარგებლათ საერთაშორისო ერთობლივი წარმოების შეთავაზებით. ქართულმა ფილმებმა საერთაშორისო ფესტივალებზე მრავალი პრიზი მოიპოვეს.

- > *მეტი ინვესტიციები საზღვარგარეთ საერთაშორისო ჩვენებებსა და ბაზრობებში მონაწილეობისთვის*

2018 წლის ფრანკფურტის წიგნის ბაზრობის საპატიო სტუმარი: ამ განსაკუთრებული მოვლენის გარდა, ქართული წიგნის ეროვნული ცენტრი ხელს უწყობს მონაწილეობას სხვა წიგნის ბაზრობებზეც, როგორიცაა ლაიფციგის, ლონდონის და ბოლონიის ბაზრობები.

ბერლინალეს ერთობლივი წარმოების ბაზარზე საქართველოს მოქცევა ყურადღების ფოკუსში: საქართველოს კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრმა ევროპულ კინობაზარზე წარმოადგინა საგამოფენო სტენდი ბერლინალეს ფარგლებში.

- > *საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების და ხელოსნობის განვითარების პროგრამა კარგი საერთაშორისო კავშირებით, განსაკუთრებით, სამხრეთ კავკასიაში*

საქართველოს ხელოვნებისა და კულტურის ცენტრი (GACC) აუმჯობესებს პირობებს შემოქმედებითი ინდუსტრიების და რეწვის პროფესიონალებისთვის, განსაკუთრებით აგეგმავს და პროფილს ანიჭებს ხელოსნებს და პოპულარიზაციას უწევს მათ ნამუშევრებს რეგიონის მასშტაბით. 2002 წელს ის ხელმძღვანელობდა საერთო სამხრეთ კავკასიის პლატფორმას რამდენიმე საერთაშორისო დონორის – ევროპის საბჭოს, სოროსის ფონდის და მსოფლიო ბანკის – დახმარებით. GACC ახლა ხელს უწყობს ხელობების და საჩუქრების პოპულარიზაციას და ექსპორტს საერთაშორისო გამოფენებისა და ბაზრობების მოწყობის გზით.

- > *შემოქმედებითი ბიზნესის თასი (კოპენჰაგენი)*

ეს ეროვნული კონკურსი ტარდება 2016 წლიდან და ერთმანეთთან ახვედრებს შემოქმედებითი იდეის მქონე ახალგაზრდა სტარტაპერებს. საქართველოს CBC-ში გამარჯვებულები მიემგზავრებიან დანიაში ჩატარებულ საერთაშორისო ფინალში, რომელსაც აქვს ვრცელი მსოფლიო ქსელი და რომელშიც მონაწილეობენ მეწარმეები, უდიდესი კორპორაციები და ინვესტორები მსოფლიოს 70-ზე მეტი ქვეყნიდან.

- > *ფესტივალები ასრულებს ყურადღების ფოკუსში მოქცევის ფუნქციას ამ სექტორის პროფესიული განვითარების და პოპულარიზაციისთვის*

ფესტივალები ემსახურება ქვეყნის იმიჯის შექმნას, ახდენს პირდაპირ და არაპირდაპირ ეკონომიკურ გავლენას და ზრდის ხარისხიან კულტურულ ტურიზმს. საქართველოში ყოველწლიურად ჩატარებულ ზოგ ფესტივალს მშვენიერი საერთაშორისო კავშირები და ჩართულობა აქვს. ასეთებია: ფოტოფესტივალი „ქოლგა“; თბილისის საერთაშორისო კინოფესტივალი; ბათუმის საავტორო კინოს საერთაშორისო ფესტივალი; „არტისტერიუმი“, თანამედროვე ხელოვნების ყოველწლიური საერთაშორისო გამოფენა; „საჩუქარი“ - ხელოვნების საერთაშორისო ფესტივალი; თბილისის ალტერევიჟენ/ნიუქამერს ფესტივალი; თბილისის საერთაშორისო თეატრალური ფესტივალი; სინედოკ თბილისი, სხვა.

- > *თბილისის მოდის კვირეული საერთაშორისო პროფესიულ პლატფორმა ხდება*

თბილისის მოდის კვირეული პირველად 2009 წელს ჩატარდა და გახდა საერთაშორისო პლატფორმა, სადაც რეგიონში მომუშავე მოდის პროფესიონალებსა და დიზაინერებს შეუძლიათ, იურთიერთონ მედიასა და კლიენტებთან. ის თბილისს წარმოაჩენს მოდის დედაქალაქად, სადაც აღმოსავლეთი დასავლეთს ხვდება, და პოპულარიზაციას უწევს საქართველოს მისი ხელოვნების და მოდის დახმარებით. მის დიზაინერთა პორტფოლიოს გარდა, აღსანიშნავია, რომ ის ხელს უწყობს პარალელურ ღონისძიებებსაც და ჩვენებებს აწყობს პროფესიონალებისთვის მსოფლიოს მასშტაბით. ახლა თბილისის მოდის კვირეულის სპონსორია მერსედეს ბენცი, რომელიც ამ ღონისძიებას მსოფლიოს სხვა მსგავს ღონისძიებებთან აკავშირებს.

4.8.3 გამოწვევები საქართველოში

- > *შემოქმედებითი ევროპის დესკმა უნდა გააძლიეროს თავისი მისია, რადგან საქართველოს CCI-ის პროფესიონალებს აკლიათ საერთაშორისო ასპარეზზე მუშაობის გამოცდილება*

შემოქმედებითი ევროპის დესკის⁷⁵ მიერ გაწეული მუშაობის მიუხედავად, CCI-ის ქართველი პროფესიონალების უმრავლესობას აკლია საერთაშორისო სცენაზე საქმიანობისთვის, აგრეთვე, საერთაშორისო ფონდების მოძიებისა და პარტნიორული სტრატეგიის შემუშავებისთვის საჭირო უნარები და რესურსები. ბევრი მათგანი ცუდად ფლობს ინგლისურს და შეზღუდული აქვს ინფორმაციასთან წვდომა (უფრო მეტად, თბილისის გარეთ მცხოვრებლებს).

- > *კულტურულ დიპლომატიას სჭირდება სისტემური მიდგომა CCI-ის ინტეგრირებისთვის*

საქართველოს სჭირდება CCI-ის უფრო ფართო და თანამედროვე ხედვა და სტრატეგია – იმის მიუხედავად, რომ უკვე გაწეულია ძალიასხმევა ქვეყნის ბრენდირებისთვის და მისი კულტურის პოპულარიზაციისთვის საზღვარგარეთ,

75 <http://www.creativeeurope.ge>

განსაკუთრებით, ტურიზმის მიმართულებით. საქართველოს დიპლომატიურ, სავაჭრო და ექსპორტის პოლიტიკაში მეტად უნდა ჩაერთოს CCI-ების ინტერესები, მათი პოპულარიზაციისა და ქვეყნის ნიჭიერი ადამიანებისთვის საერთაშორისო შესაძლებლობების გასახსნელად.

- > *ევროკავშირის აუდიოვიზუალურ კანონმდებლობასთან მეტი შესატყვისობის საჭიროება აფერხებს სრულ მონაწილეობას „კრეატიული ევროპის“ მედია-სუბპროგრამაში*

საქართველოს სრული მონაწილეობა „კრეატიული ევროპის“ მედია-სუბპროგრამაში ჯერაც შეზღუდულია იმის გამო, რომ მონაწილეობისთვის საჭიროა, ქვეყანა ეთანხმებოდეს ევროპარლამენტის და ევროსაბჭოს 2010 წლის ევროპულ დირექტივას აუდიოვიზუალური სექტორის შესახებ. უნდა გადაიხედოს ამ სექტორისთვის დღეს მოქმედი კანონმდებლობა.

- > *საერთაშორისო მობილობისთვის მეტი მხარდაჭერის საჭიროება ხელს უშლის გრძელვადიან პარტნიორობებსა და ერთობლივ წარმოებას.*

სახელმწიფოს არ გააჩნია ინტერნაციონალიზაციის სისტემური მხარდამჭერი პროგრამა, გარდა სპეციალური სამოგზაურო დახმარებისა კინემატოგრაფიის და წიგნის გამოცემის სფეროში. ამჟამად მოქმედი ალტერნატივაა საგანგებო დახმარება საელჩოების, საერთაშორისო ორგანიზაციების და დონორების მხრიდან. ეს წინასწარგანუსაზღვრელობა აფერხებს გრძელვადიანი გეგმების დასახვას და საერთაშორისო კავშირებს, ერთობლივ წარმოებასა და პარტნიორობას.

5. რეკომენდაციები საქართველოში კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განსავითარებლად

5.1 პოლიტიკის განსაზღვრა, მონაწილეობა და პლატფორმები

- > *CCIs ჩაერთოს პოლიტიკის განსაზღვრის მთავარ მიმართულებებში და ხელი შეეწყოს დარგთაშორის გადაკვეთებს*
- > *მოხდეს CCIs-ის პოლიტიკის დეცენტრალიზაცია*
- > *შეიქმნას სექტორის ალიანსები და პლატფორმები*

5.1.1. მოკლევადიანი ქმედებები

a) შეიქმნას CCIs-ის პროფესიული ალიანსები

CCIs-ის თემმა უნდა ჩამოაყალიბოს არაფორმალური ეროვნული პლატფორმა, რომლებშიც შევა კომპანიები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, საჯარო ინსტიტუტები და სივრცეები. ეს პროცესი უმნიშვნელოვანესია ამ სექტორის დაქსაქსულობის აღმოსაფხვრელად და ისეთი საერთო პლატფორმის შესაქმნელად, რომელსაც შეეძლება, ილაპარაკოს სექტორის სახელით და სტრუქტურული

დიალოგი ჰქონდეს ხელისუფლებასთან. „შემოქმედებითმა საქართველომ“ ამ პროცესში ცენტრალური როლი უნდა შეასრულოს.

ბ) ჩატარდეს ადგილობრივი კულტურული და შემოქმედებითი რესურსების რუკის შედგენის პროცესი

რუკის შედგენა უნდა ჩატარდეს ადგილობრივ/რეგიონულ დონეზე და აღიწეროს ინფრასტრუქტურა, სივრცეები, ორგანიზაციები, ღონისძიებები, დინამიკა და აქტივები, დეცენტრალიზაციის ხელშეწყობის მიზნით. ამ პროცესის შედეგად უკეთ იქნება გააზრებული არსებული რესურსები და ის იქცევა დაგეგმვის ინსტრუმენტად დაინტერესებული მხარეებისა და საჯარო ხელისუფალთათვის, რომლებსაც სურთ, განავითარონ თავიანთი რეგიონები და თემები, გააუმჯობესონ ქალაქის ან რეგიონის ინფრასტრუქტურა და ხელი შეუწყონ ადგილობრივ ეკონომიკას. ეს მცდელობები თემის ჩართულობას და გაცნობიერებულობასაც გააუმჯობესებს. მონაცემების რუკის შედგენა და გამოფენა ინტერაქტიულად უნდა ხდებოდეს. მუშაობაში შეიძლება გამოყენებული იყოს რუკის შედგენის მონაცემები, ⁷⁶ რომელიც განახორციელა ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამა „კულტურა და კრეატიულობის“ ინიციატივამ „შემოქმედებითი ქალაქები და რეგიონები“ და გამოსცა სახელმძღვანელო⁷⁷ რუკის შედგენის ამ პროცესის შესახებ.

ც) წამოწყებული იქნეს CCIs-ის მხარდამჭერი ერთობლივი პროგრამები და ბიზნესები ტურიზმში

კულტურისა და ეკონომიკის სამინისტროებმა შეიძლება წამოიწყონ ერთობლივი პროგრამა CCIs-ის იმ პროექტებისა და ბიზნესების დასახმარებლად, რომლებიც ტურიზმთან იქნება დაკავშირებული. ამ დარგის ადგილობრივი მოთამაშენი – ფაბრიკანტები, ღვინისა და საკვების მწარმოებლები და სასტუმრო მომსახურების მიმწოდებლები – უკეთ უნდა გაერთიანდნენ საერთო ქსელში და წაქეზებული უნდა იყოს CCIs-ის პროფესიონალებთან და მეწარმეებთან საერთო პროდუქტების და სერვისების შექმნა. ასევე, CCIs-მა შესაძლოა შეიტანონ წვლილი ვიზიტორთა გამოცდილების, აქტიური და შემოქმედებითი ტურიზმის გაძლიერებასა და მატებაში, აგრეთვე, საინფორმაციო და საკომუნიკაციო იარაღებისა და კამპანიების შემუშავებაში.

დ) ტექნო-შემოქმედებითი ლაბების და ჰაკათონების ორგანიზება

GITA-მ „შემოქმედებით საქართველოსთან“ თანამშრომლობით რეგულარულად უნდა გაუწიოს ორგანიზება IT-CCIs-ის ერთობლივ ლაბორატორიებსა და ჰაკათონებს, რაც ამ ორ თემს შეაკავშირებს. ასევე, ამ პროცესში პარტნიორები უნდა იყოს ბიზნესცენტრები, შემოქმედებითი ჰაბები, უნივერსიტეტები და სხვა საგანმანათლებლო და სატრენინგო დაწესებულებები. ეს ინიციატივები შეიძლება თემატური იყოს და პასუხობდეს ურბანულ თუ სოციალურ საჭიროებებს, საკითხებს, რომლებზეც ინჟინერები და დეველოპერები დიზაინერებთან,

⁷⁶ საქართველოში საპილოტე რეგიონია მცხეთა-მთიანეთი

⁷⁷ <https://www.culturepartnership.eu/en/article/mapping-and-strategy-building-handbook>

კომპოზიტორებთან და მედიახელოვანებთან ერთად იმუშავენ.

e) დაარსდეს CCI-ის კვლევის და მონიტორინგის ქართული ორგანო

ეს კვლევის ორგანო შეიძლება ფოკუსირდეს მონაცემთა შეგროვებასა და ანალიზზე, აგრეთვე – CCI-ის ტენდენციებისა და პოლიტიკის მონიტორინგზე, „შემოქმედებით საქართველოსა“ და უნივერსიტეტებთან თანამშრომლობით. მონაცემთა შეგროვების და მონიტორინგის კოორდინირებული სისტემის აწყობა შესაძლოა განხორციელდეს ამ სექტორის პროფესიონალებთან და ორგანიზაციებთან მჭიდრო თანამშრომლობით. კვლევის პროცესი და შედეგები ფართოდ უნდა იქნეს განხილული შიგნითაც და საერთაშორისო თანასწორობთან ერთადაც. ამით შეიძლება აგრეთვე გამოვლინდეს მცირე რაოდენობის მარჯვე სპეციალიზირებული ქვესექტორი შემოქმედებით ინდუსტრიებში, რომლებიც მოინიშნება სახელმწიფო დახმარების მისაღებად.

5.1.2 საშუალოვადიანი ქმედებები

a) შეიქმნას CCI-ის მონაწილეობაზე დაფუძნებული ეროვნული პოლიტიკა და სამართლებრივი ჩარჩო

წამოწყებული უნდა იქნეს ახალი სამინისტროთაშორისო პროცესი CCI-ის ეროვნული სტრატეგიის და სამართლებრივი ჩარჩოს განსასაზღვრად, რომელიც დაფუძნებული იქნება „კულტურის სტრატეგია 2025“ პროცესზე და მასში ჩართული იქნება სხვა, არა მხოლოდ კულტურის სფეროს, პოლიტიკის არეები და დაინტერესებული მხარეები, მაგ, ეკონომიკის, განათლებისა და რეგიონული განვითარების სფეროდან. ეს სტრატეგია მიმართული უნდა იყოს სხვადასხვა პოლიტიკის არელების ინტერაქციაზე – შემოქმედებითობისა და ინოვაციის ჩარჩოს ფარგლებში. ეს პროცესი უნდა იყოს მონაწილეობითი და ინკლუზიური სხვადასხვა პოლიტიკის არესა და რეგიონისთვის.

b) შეიქმნას CCI-ის კლასტერი

CCI-ის ალიანსის შექმნის შემდგომ სექტორმა თანდათან უნდა მოიცვას მეტი დაინტერესებული მხარე, როგორც არის აკადემიური სფერო, კვლევითი ცენტრები და ბიზნესპარტნიორები, განსაკუთრებით, ტექნიკური ბიზნესის თემის წარმომადგენლები. ეს გაერთიანებული კლასტერი შესაძლოა უფრო ფართო სექტორთაშორისი თანამშრომლობის პლატფორმა გახდეს.

c) განვითარდეს CCI-ის პოლიტიკის დეცენტრალიზებული და მონაწილეობითი შემუშავება

საჭიროა, შემუშავდეს CCI-ის განვითარების სტრატეგია ადგილობრივ დონეზე, რომელიც გაზრდიდა ინსტიტუციათაშორის კოორდინაციას ეროვნულ, რეგიონულ თუ ადგილობრივ ხელისუფალთა შორის ისეთ პოლიტიკის არეებში, როგორიცაა კულტურა, ეკონომიკა და განათლება და დაფუძნებული იქნება

ზემოთ ნახსენებ რუკის შედგენაზე. უმნიშვნელოვანესია, ამაღლდეს საზოგადოების გაცნობიერებულობა და მონაწილეობა კულტურულ ცხოვრებაში და აღიზარდოს მოთხოვნილება CCIs-ზე. ამის მნიშვნელოვანი კომპონენტი გახლავთ თანამშრომლობის და მიმოცვლის წახალისება და მუნიციპალური კულტურის სახლების საგასტროლო ტურნეებში ჩართვის ხელის შეწყობა. პოლიტიკის განსაზღვრის უზრუნველსაყოფად უნდა ამუშავდეს მონაწილეობითი ბიუჯეტირების პროცესები, აგრეთვე, ღია საჯარო განხილვები, რომელშიც ჩართული იქნებიან სექტორის და სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციები.

d) CCIs-ის ქსელებისა და კლასტერების მხარდაჭერის პროგრამის შექმნა

ეს პროგრამა მხარს დაუჭერდა გაერთიანებებისა და ერთობლივი პლატფორმების შექმნას და დააფინანსებდა მათი ფუნქციონირების პირველ წელიწადს. ეს პლატფორმები დაეხმარებოდა პროფესიონალებს ერთმანეთთან კომუნიკაციაში, ქმედებათა შეთანხმებაში და მასშტაბური წარმოების ეკონომიის მიღებაში. ისინი უნდა იყოს მრავალფეროვანი, სექტორთაშორისი და ორგანიზდებოდეს „ქვემოდან ზემოთ“ ინიციატივებით. შეიძლება, შეიქმნას ციფრული პლატფორმები მათი მონაწილეებისა და ღონისძიებების წარმოსაჩენად და CCIs-ის ფართო აუდიტორიასთან დასაკავშირებლად. ყველაზე მაღალი პოტენციალის მქონე ქვესექტორებს, როგორცაა ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიები, მოდა, რეწვა, მუსიკა, საგამომცემლო საქმე, დიზაინი და აუდიოვიზუალური საქმე, შეიძლება განსაკუთრებული ყურადღება მიექცეს.

e) შემუშავდეს ერთობლივი საგანმანათლებლო, კვლევითი და განვითარების პროგრამა IT-სა და CCIs-ისთვის, რაც ერთმანეთთან დააკავშირებდა აკადემიურ სფეროსა და ინდუსტრიას.

წამოწყებული უნდა იქნეს ერთობლივი პროგრამა ინფორმაციულ ტექნოლოგიების და CCIs-ის ერთმანეთთან დამაკავშირებელი სამაგისტრო განათლების, კვლევისა და განვითარების გასაუმჯობესებლად და მხარდასაჭერად, რაც აამაღლებდა კვალიფიკაციას, მოიზიდავდა ინვესტიციებს პროცესების და პროდუქტის ინოვაციაში და შექმნიდა კავშირებს აკადემიურსა და ინდუსტრიულს შორის, ასევე, IT-სა და CCIs-ის შორის.

5.2 ინფრასტრუქტურა, დაფინანსება და ჩარჩოები

- > გაადვილდეს და დეცენტრალიზდეს სივრცეების ხელმისაწვდომობა
- > გაძლიერდეს CCIs-ის განვითარებისთვის ბიძგის მიმცემი კანონმდებლობა

5.2.1. მოკლევადიანი ქმედებები

a) შემუშავდეს სამართლებრივი ჩარჩო საჯარო-კერძო პარტნიორობებისთვის (PPPs) CCI-ის ფარგლებში

საჭიროა, მორგებული იქნეს და შემუშავდეს სპეციალური მოდელი PPP-ისთვის CCI-ის უფრო ფართო დარგში, ამ სექტორში კერძო ინიციატივის ჩასართავად და წასახალისებლად.

b) ჩამოყალიბდეს დისტანცირებული, კონკურენტული დაფინანსების სისტემა

კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრომ უნდა განაგრძოს სტრუქტურირებული საგრანტო პროგრამის შექმნა, რომელიც ინკლუზიურია და მორგებულია სხვადასხვა მონაწილეთათვის, მათ შორის, კულტურული ინსტიტუციებისთვის, დამოუკიდებელი/არასამთავრობო ორგანიზაციებისთვის და შემოქმედებითი კომპანიების/მეწარმეებისთვის. ის უნდა მისდევდეს დისტანცირებულობის პრინციპს და უზრუნველყოფდეს თანაბარ მისაწვდომობას და მონიტორინგის პროცესს. ის დაფუძნებული უნდა იყოს პროექტის მიზნებზე და თვალსაჩინოებაზე დამყარებულ შეფასებაზე. ნებისმიერი CCI ბიზნესის დაფინანსების პრინციპები უნდა შემუშავდეს ეკონომიკის სამინისტროსთან ერთად, მისი SME პოლიტიკის და პროგრამების ფარგლებში.

c) განვითარდეს მტკიცებულებებზე დაფუძნებული მენეჯმენტი

განისაზღვროს სტანდარტები CCI-ის პროექტების, ორგანიზაციებისა და ინსტიტუციების უფრო მოქნილი და მტკიცებულებებზე დაფუძნებული მენეჯმენტისთვის, საჯარო დაფინანსების თანდათანობით მიზნით ამ პირობებზე. ეს შექმნის სექტორში კვალიფიკაციებისა და კარიერის განვითარების, აგრეთვე, მთელი ცხოვრების განმავლობაში სწავლის, ამათ გარდა, მმართველობის და პერსონალის, სტრატეგიის დაგეგმვის, მარკეტინგის, კომუნიკაციის და ბიზნესმოდელების შეფასების შესაძლებლობებს. სახელმწიფოს კულტურული ინსტიტუციები უნდა წახალისდეს, ითანამშრომლოს დამოუკიდებელ სექტორთან და შემოქმედებით მეწარმეებთან. საგასტროლო სქემებთან დაკავშირებულ კულტურულ ინსტიტუციებს შორის ქსელის გაუმჯობესება არსებითია შეთანხმებული მოქმედების შესაქმნელად და დეცენტრალიზაციის ხელის შესაწყობად.

d) დახმარება გაეწიოს შემოქმედებით ინიციატივებს, ხელი მიუწვდებოდეთ ვენიუებსა და საჯარო სივრცეებზე

მცირემასშტაბიანმა დამოუკიდებელმა ინიციატივებმა უნდა მიიღონ დახმარება პროექტის მიზანსა და/ან საჯარო ტენდერებზე დაყრდნობით, მით უფრო, როცა ისინი თანადაფინანსების მოპოვებას ახერხებენ. ეს CCI-ის პროფესიონალებს მისცემს სივრცეებთან, მათ შორის, გამოუყენებელ სივრცეებთან წვდომას. შემოქმედებითი ჰაბები, საერთო სამუშაო სივრცეები, სახელოვნებო და კულტურული ვენიუები, რომლებსაც დადასტურებული მიღწევების ნუსხა და კარგი მენეჯმენტი აქვთ, ასევე უნდა სარგებლობდნენ ამ დახმარებით.

e) შეიქმნას შეღავათები CCI-ში ქველმოქმედებისა და ინვესტიციების წასახალისებლად

უნდა შემუშავდეს კანონები, რომლებიც CCI-ის მხარდამჭერ სპონსორებს, დონორებსა და სხვა ინვესტორებს საგადასახადო შეღავათებს მიანიჭებდა. ეს შეღავათები არსებითი პირობაა იმისათვის, რომ სექტორი უფრო მიმზიდველი გახდეს, განსაკუთრებით, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის (CSR) პოლიტიკის მქონე კომპანიებისთვის. კანონმდებლობაში ნებისმიერ ასეთ ცვლილებას თან უნდა სდევდეს ბიზნესთემში გაცნობიერებულობის ასამაღლებელი საინფორმაციო კამპანია.

f) CCI-ის ქრაუდფანდინგის კამპანიებისა და პლატფორმების ხელშეწყობა

საინფორმაციო და გაცნობიერებულობის ასამაღლებელმა კამპანიებმა CCI-ის თემებსა და საზოგადოებას უნდა მიაწოდონ ინფორმაცია ქრაუდფანდინგის შესახებ. შემოღებული უნდა იყოს საგადასახადო შეღავათები CCI-ის პროექტებისთვის მიცემული შეწირულობების სამაგიეროდ.

g) ამუშავდეს პროგრამა, რომელიც ფაბლაბებს შემოქმედებით თემთან დააკავშირებს

შეიქმნას პროგრამა, რომელიც დაეხმარებოდა თანამშრომლობას შემოქმედებით პროფესიონალებსა და ფაბლაბების არსებულ ქსელს შორის. ამ პროგრამამ შეიძლება განავითაროს პარტნიორობა კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროსა და განათლების და მეცნიერების სამინისტროს შორის და ითანამშრომლოს სკოლებთან, უნივერსიტეტებთან და სხვა კერძო დაინტერესებულ მხარეებთან. პროგრამა ხელს შეუწყობდა ფაბლაბებს, დაექირავებინათ შემოქმედი პროფესიონალები სემინარებისთვის ან აეყვანათ ისინი სამსახურში, რათა მათ ერთად ემუშავათ შემოქმედებითი უნარების განვითარებაზე

h) შემუშავდეს ახალი კანონი აუდიოვიზუალური საქმიანობისთვის, რომელიც ევროკავშირის სტანდარტების შესაბამისი იქნება

აუდიოვიზუალურ სექტორს სამუშაოდ სჭირდება ახალი სამართლებრივი ჩარჩო, რომელიც გასცდება კინემატოგრაფიას და ციფრული ეკონომიკის გამოწვევებს უპასუხებს. ეს კანონმდებლობა უნდა შეესაბამებოდეს ევროკავშირის სტანდარტებს, რათა საქართველოს შეეძლოს „შემოქმედებითი ევროპის“ მედია-სუბპროგრამაში მონაწილეობა. ამ პროცესში სექტორის დაინტერესებულ მხარეთა დაკავშირებასა და კონსულტაციების გაწევაში ცენტრალური როლი საქართველოს კინემატოგრაფიის ეროვნულმა ცენტრმა უნდა შეასრულოს.

5.2.2 საშუალოვადიანი ქმედებები

a) გაძლიერდეს შემოქმედებითობის და ინოვაციის პოლიტიკის საჯარო მხარდაჭერა მასში დაფინანსების ახალი წყაროების შედინებით

საგადასახადო სისტემის გადახედვისას განხილული უნდა იქნეს შემოქმედებითი და ინოვაციის პოლიტიკის უფრო სტაბილური სახელმწიფო ბიუჯეტით უზრუნველყოფა, ვთქვათ, მისი დაკავშირებით თამბაქოს ან ალკოჰოლისგან შემოსულ გადასახადებთან და/ან ტელესადგურების წვლილის მიმართებით მასში, ან DVD-ების გაყიდვებით თუ ლატარიით.

b) შეიქმნას შემოქმედებითი ჰაბების ქსელი და მრავალფუნქციური სახელოვნებო და კულტურული ცენტრები

სახელმწიფომ უნდა წამოიწყოს პროგრამა ადგილობრივ ხელისუფლებთან და კერძო სექტორებთან ერთად მთელ ქვეყანაში მრავალფუნქციური და მოქნილი სივრცეების გასარემონტებლად და/ან შესაქმნელად, რომლებიც დაეხმარებოდა CCI-ში მომუშავე ადამიანებს კონტაქტების დამყარებაში და მათი სამუშაოს და პროექტების განვითარებაში. ეს სივრცეები ღია უნდა იყოს შემოქმედებითი თემებისთვის და ამავე დროს, წაახალისებდეს კულტურულ მონაწილეობას, სწავლა-განათლებას და იძლეოდეს ურთიერთობის შესაძლებლობებს. გრანტი უნდა ფარავდეს ინფრასტრუქტურის ხარჯებს და ხელს უწყობდეს აქტივობებს.

c) შემოღებული იქნას შემოქმედებითი ვაუჩერები ინდუსტრიაში გადაკვეთების წასახალისებლად

შემოღებული იქნეს შემოქმედებითი ვაუჩერების სისტემა, რაც წაახალისებდა მცირე და საშუალო საწარმოებს, ინვესტიცია ჩაედოთ შემოქმედებით მომსახურებაში. განსაკუთრებით, დიზაინერულ მომსახურებაში. სამიზნე უნდა იყოს სამრეწველო, ტექსტილის, მოდის და ტურიზმის ინდუსტრიები.

d) დაწესდეს მონიტორინგი და ამაღლდეს გაცნობიერებულობა საავტორო უფლებების საკითხში და შემუშავდეს საავტორო უფლებებზე ანგარიშვალდებულების კოლექტიური მენეჯმენტი

საჭიროა, გაუმჯობესდეს საავტორო უფლებების პროცედურების ცოდნა. საავტორო უფლებების კოლექტიური მართვის მხარდაჭერით უნდა შემუშავდეს ჰონორარების მოკრებისა და განაწილების უფრო გამჭვირვალე სისტემა. მონაცემების შეგროვების გასაადვილებლად განვითარდეს ინსტიტუციათაშორისი ურთიერთობები კომპეტენტურ თანამდებობის პირთა შორის. უნდა განხილოს და გამოკვლეული იქნეს და ანაზღაურებისა და ბიზნესმოდელების ახალი ფორმები, დაფუძნებული ღია წყაროებსა და „ქრიეითივ ქომონს“ (Creative Commons) ლიცენზირებაზე.

e) გაძლიერდეს მედიაპლურალიზმი და პატიოსანი კონკურენცია

სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს გამჭვირვალობა, ანგარიშვალდებულება და პატიოსანი კონკურენცია მედიაში, განსაკუთრებით, მედია მფლობელობის, დაფინანსების და სარეკლამო ბაზრის საკითხებში. სახელმწიფომ აგრეთვე უნდა ხელი შეუწყოს და წახალისოს ადგილობრივად წარმოებული კულტურული კონტენტი. საზოგადოებრივი მაუწყებლის რეფორმამ უნდა უზრუნველყოს, რომ ის შეასრულებს თავის როლს პლურალიზმისა და მრავალფეროვნების საკითხში. უნდა ტარდებოდეს შიდა და გარე ინვესტიციების მოზიდვის პოლიტიკა, მედიის განსავითარებლად და მისი მდგრადობის უზრუნველსაყოფად.

5.3 უნარები, აუდიტორია და ბაზრები

- > განახლდეს განათლება და ტრენინგები CCI-ისთვის
- > ამდლდეს გაცნობიერებულობა და მონაწილეობა CCI-ში

5.3.1 მოკლევადიანი ღონისძიებები

a) CCI-ის უმაღლესი განათლების კურიკულუმში ჩართული იქნეს მენეჯმენტის კურსები

საჭიროა, უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებების კულტურულ და შემოქმედებით კურიკულუმში არსებობდეს სამენეჯერო კურსები – რომელიც გულისხმობს სტრატეგიული და საკომუნიკაციო/აუდიტორიის განვითარების უნარების განვითარებას. ეს კურსები სტუდენტებს უნდა სთავაზობდეს მაგალითებს, რომლებიც ერთმანეთს დაუკავშირებდა მათ სექტორს, ინსტიტუტებსა და საზოგადოებას. უნივერსიტეტებმა ერთმანეთთან უნდა დააკავშირონ ხელოვნებისა და ბიზნესის/მენეჯმენტის სტუდენტები.

f) დაკავშირდეს ფაბლაბები სკოლებთან

სკოლები უნდა დაუკავშირდნენ ერთმანეთს და შეიმუშაონ რეგულარული ერთობლივი პროგრამები ფაბლაბების ვრცელ ქსელთან. ხელოვნებმა, IT სპეციალისტებმა და მეწარმეებმა უნდა შეისწავლონ შემოქმედებითი უნარები, პროცესები და გუნდების დინამიკა და შეიმუშაონ სოციალური პრაქტიკები ადგილობრივ თემებთან.

g) შეიქმნას თანასწორი-თანასწორს სასწავლო პროგრამები

CCIs-მა უნდა მოაწიონ თანასწორი-თანასწორს სასწავლო სემინარები საგანმანათლებლო და სასწავლო დაწესებულებებთან ერთად, რათა გაცვალონ და გაავრცელონ მართვის იარაღები, დაგეგმვის იარაღები და კომუნიკაციის პრაქტიკა. მეწარმეები, სოციალური პრაქტიკოსები და ორგანიზაციები ჩართული უნდა იყვნენ ამ პროცესში. პროგრამა უნდა იწვევდეს საერთაშორისო ექსპერტებს, მეწარმეებსა და პრაქტიკოსებს განხილვების, პრეზენტაციებისა და ტრენინგებისთვის.

h) დაიწყოს მარკეტინგული კამპანია CCI-ისთვის და ყოველწლიური CCI-ის ფორუმი

„შემოქმედებით საქართველო“ პასუხისმგებელი უნდა იყოს ეროვნულ კამპანიაზე, რომელიც გაზრდიდა გაცნობიერებულობას კულტურისა და შემოქმედებითობის პოტენციალის თაობაზე. კამპანია მიმართული უნდა იყოს მედიასა და სკოლებზე, კულტურულ ინსტიტუციებზე, ბიზნესსექტორსა და საზოგადოებაზე. ის უნდა მოიცავდეს ყოველწლიურ საერთაშორისო პროფესიულ საჯარო ფორუმს, რომელიც „შემოქმედებითი საქართველოს“ ფორუმის მსგავსი იქნება და გააშუქებს CCI-ის და ინდუსტრიის საკითხებს.

i) შეიქმნას CCI-ის მხარდაჭერის პლატფორმა და კამპანია

აიგოს საერთო პლატფორმა CCI-ის პროდუქტებისა და მომსახურებისთვის, რომელიც წარმოაჩენს და პოპულარიზაციას უწევს სექტორს ადგილობრივი აუდიტორიის თუ საერთაშორისო მყიდველის წინაშე. ეს პლატფორმა შეიძლება გამოყენებული იქნეს ქრადფანდინგისა და მომხმარებლის/მყიდველის მოსაზიდი კამპანიებისთვის. აუდიოვიზუალური კონტენტი შეიძლება ავრცელებდეს ხელოვანებისა და მეწარმეების, აგრეთვე, მათი პროდუქციისა და სერვისის ამბებს.

j) შეიქმნას CCI-ის მაღაზიების/სახელოსნოების ქსელი

ეს მაღაზიები/სახელოსნოები შეიძლება ყიდდნენ და ინფორმაციას იძლეოდნენ რეწვის, წიგნების, CD-ების, ფილმების, აგრეთვე, ადგილობრივი კერძებისა და ღვინის შესახებ. მუზეუმებსა და სხვა კულტურულ ადგილებში შეიძლება იყოს მაღაზიები, რომლებშიც CCI-ის პროდუქცია გაიყიდებოდა.

k) შემუშავდეს CCI-ის მონაწილეობის ან მოხმარების კვლევის ორგანო ან პლატფორმა

ბაზარს უკეთ უნდა ესმოდეს აუდიტორიის და მომხმარებლის მოთხოვნები, სექტორის დასაწინაურებლად და განსავითარებლად. პლატფორმა უნდა სცდებოდეს აკადემიური კვლევისა და აუდიტორიის შეფასების ფარგლებს და გადადიოდეს მოხმარებლისა და მუშტრის მოზიდვის ახალი ტიპების პრაქტიკულ კვლევაზე.

5.3.2 საშუალოვადიანი ღონისძიებები

a) შემუშავდეს მოზილობის პროგრამები და ინტერნატურის შესაძლებლობები სტუდენტებისთვის, მაგისტრანტებისა და მეწარმეებისთვის

კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრომ და განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრომ ერთობლივად უნდა გაუწიონ სპონსორობა რეგიონული და საერთაშორისო მოზილობის შესაძლებლობას სტუდენტებისთვის,

მაგისტრანტებისა და მეწარმეებისთვის სკოლებსა და უნივერსიტეტებში, შემოქმედებით ჰაბებსა და სხვა CCI-ს ორგანიზაციებსა და კომპანიებში.

l) უნივერსიტეტებში დაარსდეს სტუდენტური პროექტების განვითარების ფონდები

პროექტების ფონდებმა, ბიზნესთან პარტნიორობით შეიძლება შექმნას გუნდების შეკვრის შესაძლებლობა იდეების ერთობლივი შემუშავებისა და განხორციელებისთვის, კომპანიებთან და ინსტიტუციებთან თანამშრომლობით.

m) CCI-ის პროფესიონალებისთვის შეიქმნას მთელი სიცოცხლის განმავლობაში სწავლის შეთავაზებანი

თანდათანობით განვითარდეს სამაგისტრო და მუდმივი სწავლება CCI-ის სახელოვნებო, ტექნიკური და სტრატეგიული მენეჯერებისთვის. ამ კურსების სამიზნე შეიძლება იყვნენ ხელოვნების და შემოქმედებითი პროფესიონალები, ბიზნესისა და ადმინისტრაციის კურსდამთავრებულები, მედიისა და კომუნიკაციის კურსდამთავრებულები, აგრეთვე, CCI-ს სექტორით დაინტერესებული პროფესიონალები. ასევე, საგანმანათლებლო დაწესებულებებს შეიძლება ჰქონდეთ ალტერნატიული სასწავლო და შესაძლებლობათა გაძლიერების პროგრამები შემოქმედებით სფეროში ჩართული ადამიანებისთვის.

5.4 ინტერნაციონალიზაცია და თანამშრომლობა

- > საქართველოს ნიჭისა და შემოქმედებითობის პოპულარიზაცია მსოფლიოს მასშტაბით
- > საერთაშორისო თანამშრომლობის და ვაჭრობისთვის რესურსების გამოყოფა

5.4.1 მოკლევადიანი ღონისძიებები

a) კულტურული დიპლომატიისა და საგარეო ურთიერთობათა სტრატეგიის შემუშავება

კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს და საგარეო საქმეთა და ეკონომიკის სამინისტროებს შეიძლებოდა შეემუშავებინა CCI-ის საგარეო ურთიერთობათა პოლიტიკა. თანამედროვე ქართულ კულტურას, საინფორმაციო ტექნოლოგიებსა და შემოქმედებით ნიჭს შეიძლება პოპულარიზაცია გაეწიოს დიპლომატიური, საექსპორტო და სავაჭრო მისიების მიერ, რათა საქართველოს კულტურული იდენტობა და პროდუქტები დაკავშირებული იქნეს მის საგარეო პოლიტიკასთან. უნდა შეიქმნას მეტი სტიმული ინვესტიციების მოსაზიდად და ახალი ბაზრების გასახსნელად.

ნ) გაიცეს თანამონაწილეობითი დაფინანსების დახმარება საერთაშორისო პროექტებისა და კონსორციუმებისთვის

საერთაშორისო კონსორციუმებში მონაწილეობა ერთობლივ დაფინანსებას მოითხოვს. ხშირად ეს მცირე ბიზნესებს დიდ დაბრკოლებად ექცევა. ამიტომ, უნდა შეიქმნას თანამონაწილეობით დაფინანსებაში დახმარების სქემები, ვთქვათ, ხელსაყრელი მიკროსესხების ან საჯარო დახმარების სახით, საერთაშორისო გრანტის მიღებაზე განაცხადის შემტანათათვის (განსაკუთრებით, „შემოქმედებით ევროპაში“).

ო) შემუშავდეს ეფექტიანი მობილობის გრანტების სქემა, საერთაშორისო მიმოსვლებში მონაწილეობის დასახმარებლად

უნდა შემუშავდეს საერთაშორისო მოგზაურობისთვის კვარტალური გრანტების სქემა, რომელიც CCIs-ის სფეროში მომუშავე ადამიანებს დაეხმარებოდა პარტნიორების პოვნასა და მათთან შეხვედრაში, კავშირების დამყარებაში, უცხოეთში დროებით ცხოვრებაში, საერთაშორისო ბაზრობებში, მისიებსა და ფესტივალებში მონაწილეობაში. ჩატარდეს ეროვნული კამპანია, რომელიც ასწავლიდა მეწარმეებსა და პროფესიონალებს საერთაშორისო ბაზარზე მუშაობას და პარტნიორების მოპოვებას.

პ) საყრდენად იყოს გამოყენებული და გაძლიერდეს აღმოსავლეთ პარტნიორობის უკვე არსებული თანამშრომლობა

გაგრძელდეს და გაძლიერდეს თანასწორი-თანასწორს სწავლა, გაზიარება, ცოდნა, ინფორმაცია, პოლიტიკის შემუშავება და კომუნიკაცია, აგრეთვე, ადვოკატირება გაეწიოს CCIs-ს და უკეთ იქნეს გააზრებული მათი პოტენციური აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში. გაგრძელდეს ერთობლივი, შესაძლებლობათა გამაძლიერებელი, მობილობის პროგრამები, რომლებიც უკავშირდება პროექტის გრანტებს და საერთო პლატფორმებს, ადგილობრივი ნიჭისა და რესურსების წარმოსაჩენად.

5.4.2 საშუალოვადიანი ღონისძიებები

ა) „შემოქმედებით საქართველოში“ საერთაშორისო ყურადღების ფოკუსის ცენტრი გამწვითარდეს

საერთაშორისო ყურადღების ფოკუსის ცენტრი იქნება შუამავალი, რომელსაც დაეკისრება ორი მისია: გაავრცელოს ინფორმაცია სექტორზე და გაძლიეროს მისი შესაძლებლობები; და პოპულარიზაცია გაუწიოს ქვეყნის CCIs-ს საზღვარგარეთ. CCIs-ის ბევრ მეწარმეს და პროექტს სჭირდება დახმარება, რათა შეძლონ თავიანთი პროექტებისა და ბიზნესის ინტერნაციონალიზაცია. მან უნდა შეიმუშაოს საკომუნიკაციო და ბრენდინგის გეგმა და წარმოაჩინოს ქვეყანა მისი CCIs-ის ნიჭის, კონტენტის, პროდუქტის და მომსახურების მეშვეობით. მას აგრეთვე უნდა დაევალოს გამოფენებისა და მასთან დაკავშირებული ღონისძიებების მოწყობა

საქართველოსა თუ საზღვარგარეთ. შემოქმედებითი საქართველოს დესკი შეიძლება ჩართული იქნას ფოკუსის ცენტრის მუშაობაში.

q) შემუშავდეს საერთაშორისო პლატფორმა კულტურული ტურიზმისთვის

კულტურული ტურიზმის პლატფორმა უნდა იყოს შემოსასვლელი პუნქტი საქართველოს ტურიზმში. ის უნდა წარმოაჩენდეს ქვეყნის მდიდარ კულტურულ მემკვიდრეობას და თანამედროვე შემოქმედებით პროდუტებსა და მომსახურებას.

დანართი A: ბიბლიოგრაფია

Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe (20) Country Profile Georgia, Nino Gunia-Kuznetsova, Council of Europe, ERICarts, Strasbourg

http://www.culturalpolicies.net/down/georgia_072015.pdf

Council of the European Union (2015) Cultural and Creative Crossovers to Stimulate Innovation, Economic Sustainability and Social Inclusion, Council Conclusions, Brussels.

[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)

Eastern Partnership Civil Society Forum (2015) Report on the State of Media in Eastern Partnership Countries, European Commission, Brussels

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

Eastern Partnership Culture Programme Regional Monitoring and Capacity Building Unit (RMCBU) (2013a) Analytical Baseline Report on the Cultural Sector and Culture Policy in Georgia, Kyiv

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

Eastern Partnership Culture Programme (2013b) Notion of Culture as a Force for Economic Growth. New Approach for South Caucasus, International Conference Proceedings, Tbilisi, 26-28 September

<http://gaccgeorgia.org/schc/Conference%20Proceedings.pdf>

Eastern Partnership Culture & Creativity Programme (2017) Georgia Facts Sheet, UNESCO Culture for Development Indicators, Kyiv

<https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/GEORGIA%20WD%202010%20-%2023.01.pdf>

Ernst & Young (2015) Cultural Times: The first global map of culture and creative industries, CISAC-International Confederation of Authors and Composers Societies.

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

Eurocities; Kea (2016) Successful Investments in Culture in European Cities and Regions: a catalogue of case studies, European Commission, Brussels

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

European Commission (2016a) Towards More Efficient Financial Ecosystems: innovate instruments to facilitate access to finance for the culture and creative sectors, Open Method of Coordination (OMC), Working Group on Access to Finance for CCS, Brussels

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

European Commission (2016b) Towards an EU Strategy for International Cultural Relations, Joint Communication to the European Parliament and the Council, Brussels.

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

European Commission (2017a) Study on Audience Development – How to place audiences at the centre of cultural organisations, Brussels

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

European Commission (2017b) Mapping the Creative Value Chains. A study on economy of culture in the digital age, IDEA, KEA, imec-SMIT-VUB, Brussels

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

European Commission (2017c) The Culture and Creative Cities Monitor, Joint Research Centre, Brussels

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

European Parliament (2016) On a Coherent EU Policy for Cultural and Creative Industries, Draft Report, Brussels

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

European Creative Hubs Network (2016) How Work Works - An inventory of effects, Nova Iskra/Kulturni Kod, Belgrade

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

GIZ German Development Agency (2015) Textile and Apparel in Georgia, SMEs Development and DCFTA in Georgia, EU4Business, Tbilisi

<http://enterprisegeorgia.gov.ge/files/document/761d0c17700bad76f2578e785e5b5eb6.pdf>

GIZ German Development Agency (2016) Film Post-Production in Georgia, SMEs Development and DCFTA in Georgia, EU4Business, Tbilisi

<http://enterprisegeorgia.gov.ge/files/document/02672c62765e34137de18bdd3a577bc1.pdf>

KANTOR (2015) The Situation of Cinema and the Audiovisual Industries in the Eastern Partnership Countries, European Commission, Brussels

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

POPOVICI, Iulia (2017) Report on Developing Performing Arts Sector in Georgia, Culture & Creativity Programme, EU-Eastern Partnership, Kyiv

<https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/170918%20Sub-Sector%20Report%20in%20Georgia%20FINAL.pdf>

Preparatory Action “Culture in EU’s External Relation” (2014) Georgia Country Report, Damien Helly and Y. Raj Isar, Brussels

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

SACCO, Pier Luigi (2011) Culture 3.0: A new perspective for the EU 2014-2020 Structural Funds Programming, European Expert Network on Culture, Brussels

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

TF Creative Consultancy (2015) Cultural and Creative Spillovers in Europe, London

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

Tera Consultants (2014) The Economic Contribution of the Creative Industries to the EU in terms of GDP and Jobs,

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



დანართი B: სემინარებში და ინტერვიუებში მონაწილეთა და გასვლითი სამუშაოების ადგილების სია

თბილისი, 28 – 30 სექტემბერი, 2016 წ

ორგანიზება

გიორგი რაზმაძე, აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამის „კულტურა და კრეატიულობა“ კოორდინატორი /ბრიტანეთის საბჭო საქართველო

ზვიად მჭედლიშვილი, ადგილობრივი ექსპერტი საქართველოს მხრიდან

ინტერვიუები და შეხვედრები

ალექსანდრე ტოგონიძე, თბილისის მერია – ეკონომიკური განვითარების საქალაქო სამსახური

გელა სული, შემოქმედებითი ბიზნესის თასი საქართველო

გიორგი ხაჩიძე, ფაბლაბ ტექნოპარკი - საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო

ილენა სტანჟულესკუ, სინედოკ თბილისი (CineDoc-Tbilisi)

ჯაბა სიხარულიძე, თბილისის მერია – ეკონომიკური განვითარების საქალაქო სამსახური / თბილისის მოდის კვირეული

ქეთევან ზურაშვილი, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო – საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ლევან ხარატიშვილი, კულტურის და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო

მეგი ოსდობი კარტი, მრჩეველი სოციალური ცვლილებების დარგში

მაკა დვალიშვილი, საქართველოს ხელოვნების და კულტურის ცენტრი

მარიამ ლაშვი, საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო

სოფია ლაპიაშვილი, შუქურა – შემეცნებით-ინტერაქტიული მუზეუმი

სოფიო ბენდიაშვილი, „გადაიღე საქართველოში“ – თანხის ანაზღაურების (Cash Rebate) პროგრამა, მეწარმეობის განვითარების სააგენტო „აწარმოე საქართველოში“

თაკო ჩხეიძე, თბილისის მოდის კვირეული

ტასო ჩხეიძე, არტარეა

ტომას ბურნსი, ოპერატორი

იოანა აიერსი, ვოკალისტი

გასვლითი სამუშაოების ადგილები

ფაბრიკა – იმპაქტ ჰაბ თბილისი

გენერატორი 9.8 – საერთო სამუშაო სივრცე

ტექნოპარკი - საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო



შენიშვნა

მოცემული ანგარიში შემუშავებულია ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამის „კულტურა და კრეატიულობა“ დახმარებით. ანგარიშის შინაარსი არ გამოხატავს ევროკავშირის ოფიციალურ თვალსაზრისს. მასში წარმოდგენილ ინფორმაციასა და შეხედულებებზე სრულად პასუხისმგებელია ავტორი.

ევროკავშირისა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამა „კულტურა და კრეატიულობის“ მიზანია, დაეხმაროს კულტურულ და შემოქმედებით სექტორებს, წვლილი შეიტანონ მდგრად ადამიანურ, სოციალურ და ეკონომიკურ განვითარებაში აზერბაიჯანში, ბელარუსში, მოლდოვაში, საქართველოში, სომხეთსა და უკრაინაში.

