



Europa-
Kommissionen

INDBLIK
I EU-POLITIK

Kultur og audiovisuelle medier

Europas
kulturelle
mangfoldighed

Den kulturelle og kreative sektor
i EU yder et stort bidrag til økonomien
og beskæftigelsen





INDBLIK I EU-POLITIK

Denne publikation indgår i en serie, der forklarer, hvad EU laver på forskellige politikområder, hvorfor EU er med, og hvad resultaterne er.

Her finder du alle publikationerne:

http://europa.eu/pol/index_da.htm

<http://europa.eu/!uU73JY>

Sådan fungerer EU
Europa i 12 lektioner
Europa 2020: Europas vækststrategi
EU's grundlæggere

Landbrug
Grænser og sikkerhed
Bankvæsen og finans
Budget
Klima
Konkurrence
Forbrugere

Kultur og audiovisuelle medier ✘

Told
Den digitale dagsorden
Den Økonomiske og Monetære Union og euroen
Uddannelse, erhvervsuddannelse, ungdom og sport
Beskæftigelse og sociale anliggender
Energ
Udvidelse
Erhvervs politik
Miljø
Bekæmpelse af svig
Fødevarer sikkerhed
Udenrigs- og sikkerhedspolitik
Humanitær bistand og civilbeskyttelse
Internationalt samarbejde og udvikling
Indre marked
Retlige anliggender, grundlæggende rettigheder og ligestilling
Maritime anliggender og fiskeri
Migration og asyl
Folkesundhed
Regionalpolitik
Forskning og innovation
Beskatning
Handel
Transport

INDHOLD

Derfor har vi brug for en europæisk politik for kultur og audiovisuelle medier	3
Sådan griber EU sagen an	4
Hvad EU gør	7
Udsigter: Mod nye mål	11
Læs mere	12

Indblik i EU-politik Kultur og audiovisuelle medier

Europa-Kommissionen
Generaldirektoratet for Kommunikation
Oplysning til borgerne
B-1049 Bruxelles
BELGIEN

Manuskript ajourført i november 2014

Forsidefoto og foto på side 2: © iStockphoto — scanrail
12 s. — 21 x 29,7 cm
ISBN 978-92-79-39003-6
doi:10.2775/81525

Luxembourg: Den Europæiske Unions Publikationskontor, 2014

© Den Europæiske Union, 2014

Eftertryk tilladt. Anvendelse eller gengivelse af individuelle fotos er betinget af, at der indhentes forudgående tilladelse direkte hos indehaverne af ophavsretten.

Derfor har vi brug for en europæisk politik for kultur og audiovisuelle medier

En rigdom af kultur og kreativitet

Kultur og kreativitet står centralt i det europæiske projekt. Kulturen former vores identitet, ambitioner, og hvordan vi forholder os til andre og verden omkring os. Kulturen former også de steder og landskaber, som vi bor i, og det liv, vi lever.

Teknologien udvikler sig hurtigt, og det giver både muligheder og udfordringer for de kulturelle og kreative industrier i Europa. EU finder det vigtigt at hjælpe alle, der arbejder i disse sektorer — fra lokalsamfund, der dyrker deres kulturarv, til producenterne af film, der vinder priser — med at gribe de chancer, der dukker op, og overvinde de hindringer, de står over for.

Der er store udfordringer på vejen. Den kulturelle mangfoldighed er et stort aktiv for EU, men sproglige og kulturelle forskelle fører til markedsfragmentering. Den verdensomspændende økonomiske krise gør det stadig vanskeligere at finansiere den kreative sektor. De nye digitale teknologier påvirker i høj grad den traditionelle distribution — bøger, der før ville have fyldt hele biblioteker, ligger nu på computere, men det er svært at skabe holdbare forretningsmodeller.

Kreativitet hjælper mere end bare økonomien

Europas kulturelle og kreative sektorer er med til at skabe økonomisk vækst, job, innovation og social samhørighed.

Disse sektorer producerer omkring 4,5 % af EU's BNP og beskæftiger ca. 3,8 % af arbejdsstyrken (8,5 millioner mennesker). Derudover har Europas kulturelle og kreative sektorer vist sig at være mere modstandsdygtige end andre sektorer i økonomisk svære tider, og de bidrager til innovation, udvikling af færdigheder og byfornyelse og giver samtidig merværdi til andre sektorer som f.eks. turisme og informationsteknologi.

Fordelen ved en tilgang på EU-plan

Hvert EU-land tager sig af kultur og audiovisuelle medier på sin egen måde. EU's arbejde komplementerer dette og tilføjer en ekstra dimension.

Erfaringer fra EU som helhed kan bruges til at understøtte nationale politikbeslutninger eller som eksempler på bedste praksis, som andre kan dele. Til dette formål er der etableret særlige samarbejds mekanismer blandt EU-landene.

EU investerer 1,46 milliarder euro i perioden 2014-2020 i de kulturelle og audiovisuelle sektorer gennem programmet Et kreativt Europa, som erstatter kulturprogrammet, MEDIA og MEDIA Mundus. Det er en stigning på 9 % i forhold til det tidligere budgetniveau.

Programmet Et kreativt Europa skal styrke vores fælles kulturarv ved at støtte kulturelle projekter på tværs af grænserne, f.eks. samarbejdsinitiativer, platforme og netværk samt litterære oversættelsesprojekter.

Programmerne MEDIA og MEDIA MUNDUS bygger oven på de nationale midler, så filmindustrien i Europa styrkes, der kommer flere nye film på markedet, og den audiovisuelle branche bliver mere konkurrencedygtig. Et indre marked for audiovisuelle medier og et program for et sikrere internet, så børn beskyttes online i hele EU, er bare to eksempler på, hvordan en tilgang på EU-plan kan være mere vidtgående, end hvis spørgsmålet alene behandles på nationalt plan.

Mange regioner og byer kan se, hvordan kulturen og de kreative sektorer kan bidrage til deres økonomiske konkurrenceevne og skabe job. Derfor støtter EU's regionalpolitik strategiske investeringer i kultur samt de kulturelle og kreative sektorer gennem målrettede fonde.

Sådan griber EU sagen an

Samarbejde giver merværdi

For at kunne nå sine målsætninger for kulturen går EU efter solide partnerskaber blandt alle deltagerne, bl.a. EU-landene, regionerne, de kulturelle organisationer og andre aktive på kulturområdet.

F.eks. græsrodsprojekter, der styrker kulturturismen, byfornyelse i kulturelt vigtige områder, støtte til distribution af uafhængige film — det er blot nogle af de mange mål, der bedst nås, når organisationer på forskelligt niveau arbejder sammen.

Samarbejde om kultur: en politikramme

Den europæiske kulturdagsorden (som blev lanceret i 2007) støtter:

- kulturel mangfoldighed og dialog mellem kulturer
- kultur som drivkraft for kreativitet og innovation
- kultur som en del af EU's internationale forbindelser.

Nationale myndigheder, EU's institutioner og kultursektoren i hele Europa har siden 2007 arbejdet sammen for at nå disse mål. Som led i dette samarbejde kan de nationale myndigheder udpege repræsentanter for ekspertgrupper på EU-plan, hvor den bedste praksis, nationalt og regionalt, og nye samarbejdsmetoder om prioriterede emner diskuteres inden for den såkaldte åbne koordinationsmetode. Det er styring, der er baseret på frivillig deltagelse blandt EU-landene.

Kommissionen udveksler regelmæssigt synspunkter og oplysninger med organisationer fra de kulturelle sektorer for at få mest muligt ud af den eksisterende knowhow på stedet, når der skal udarbejdes politikker. Denne **strukturerede dialog** omfatter en lang række vigtige emner som f.eks. den kulturelle og kreative branche, dialog mellem kulturer, kulturarv og adgang til kultur.

Derudover er der uafhængige grupper i Europa, som arbejder på at fremme kulturen. Inden for kulturarven er der f.eks. mange organisationer, der har samlet sig under Europa Nostra. Denne paneuropæiske sammenslutning for kulturarven består af omkring 250 NGO'er og non-profit-grupper, som sammen tæller over 5 millioner medlemmer og danner et netværk af professionelle og frivillige, som alle har til opgave at beskytte vores kulturarv for nuværende og kommende generationer.

EU-Kommissionen giver også interessenter og politiske beslutningstagere mulighed for at mødes og drøfte de vigtigste emner for sektoren gennem det europæiske kulturforum, der holdes hvert andet år.

Derudover støtter EU også det kulturelle samarbejde med enkelte lande uden for EU samt med regionale og internationale organisationer. Siden vedtagelsen af den europæiske kulturdagsorden står kulturen i stigende grad som en strategisk faktor, der har politisk, social og økonomisk betydning, og som bidrager til eksterne politiske målsætninger.

Som medunderskriver af UNESCO's konvention om beskyttelse og fremme af de kulturelle udtryksformers mangfoldighed fra 2005 har EU forpligtet sig til at gøre kulturel mangfoldighed til en del af sine foranstaltninger udadtil og udvikle en ny og mere aktiv rolle for Europa i sine internationale forbindelser.



De bedste idéer kommer fra alle egne af EU.

Samarbejde til fordel for den audiovisuelle branche

På nationalt plan: EU-landene støtter deres audiovisuelle erhverv på en række måder: med tilskud fra statskassen, bidrag fra tv og i visse tilfælde fra lotterier. De har alle sammen et nationalt filminstitut eller et lignende organ, der støtter deres filmindustri.

Hvad angår filmindustrien, skal EU-landene følge bestemte regler, så alle film fra hele EU kan konkurrere på lige vilkår. For eksempel bør den nationale støtte i princippet ikke overskride 50 % af produktionsudgifterne.

Uafhængige grupper: I EU har private oprettet et stort antal organisationer for at gøre den audiovisuelle sektor mere konkurrencedygtig og styrke kreativiteten, f.eks. netværket European Film Promotion og Det Europæiske Filmakademi.

European Film Promotion skal fremme og markedsføre europæiske film på verdensplan ved at samle professionelle organisationer fra 34 europæiske lande. Med European Film Promotion som paraplyorganisation arbejder de sammen for at fremme europæiske film og talenter i hele verden.

Det Europæiske Filmakademi har 2 700 medlemmer, som alle er fagfolk. De har organiseret workshops, konferencer og andre arrangementer for at fremme Europas filmkultur. Hvert år kulminerer Det Europæiske Filmakademis aktiviteter med overrækkelsen af European Film Awards. Der er 17 kategorier, f.eks. bedste europæiske film, bedste instruktør, bedste kvindelige og mandlige skuespiller, som giver film, bedste instruktør, bedste kvindelige og mandlige skuespiller, som giver filmbranchen mulighed for at fejre det bedste, EU kan tilbyde

EU's borgere skal også være med — præmier, priser og festivaler

Hvis vi skal nå vores mål om inklusion, gensidig respekt og den økonomiske vækst, som de kreative brancher skaber, er det afgørende at få inddraget EU-borgerne i kulturelle og audiovisuelle aktiviteter.

EU'S PRIS FOR MODERNE ARKITEKTUR: Arkitektur, der kan inspirere os og gøre vores liv lettere gennem smart design, berører os i dagligdagen, både miljømæssigt, socialt og kulturelt. EU's pris for moderne arkitektur/Mies van der Rohe-prisen er en æresbevisning til de mest kreative og innovative europæiske aktiviteter. Prisen er den mest prestigøse inden for europæisk arkitektur.

EU'S KULTURARVSPRIS: Europa har en rig kulturarv, fra arkitektoniske monumenter til industribygninger, fra kunstværker til historiske haver. EU's kulturarvspris, Europa Nostra-prisen, uddeles årligt til ekstraordinære projekter, der er med til at bevare, forske i og skabe opmærksomhed om vores kulturarv.

EU'S MEDIA-PRIS: Siden 2012 er EU's Media-pris blevet tildelt til den film, der har det største potentiale for at sælge billetter, som er blevet udpeget til at modtage udviklingsstøtte fra MEDIA-programmet. Manuskriptforfatteren og producenterne bag det udvalgte projekt hædres under filmfestivalen i Cannes.



© Stefan Baumann

Den arkæologiske park Carnuntum — det europæiske kulturarvsmærke 2014.



Præmier og priser giver unge professionelle den håndsækning, de behøver — her ved European Border Breakers Awards 2014.

EUROPEAN BORDER BREAKERS AWARDS: Europas store kulturelle mangfoldighed afspejles af de nye musikere. European Border Breakers Awards (EBBA) fejrer europæiske kunstnere, som krydser landegrænser med deres første europæiske udspil. Prisen sætter fokus på det store musikalske talent i Europa og opmuntrer kunstnere til at dele deres musik rundt omkring i EU.

EU'S LITTERATURPRIS: EU's litteraturpris skal skabe bevidsthed om kvaliteten og mangfoldigheden i dagens Europa ved at hjælpe til med at udbrede litteraturen yderligere og gøre læserne mere interesserede i udenlandske værker. Forlag kan også ansøge om at få vinderbøgerne oversat gennem programmet Et kreativt Europa.

DET EUROPÆISKE KULTURARVSMÆRKE: Det europæiske kulturarvsmærke gives til steder, der står som symbol for den europæiske integrationsproces. Disse steder fejrer og symboliserer Europas integration, idealer, værdier og historie. De udvælges omhyggeligt for deres symbolske værdi, for den rolle, de har spillet i Europas historie, og de aktiviteter, de tilbyder for at bringe EU og borgerne tættere på hinanden.

Hvad EU gør

Finansiering til kultur: programmet Et kreativt Europa

Programmet bygger på den succes, som Kultur-, MEDIA- og MEDIA-Mundus-programmerne har opnået.

Det skal styrke de kulturelle og kreative sektorer i Europa.

Ud over at beskytte og fremme Europas kulturelle og sproglige mangfoldighed og skabe opmærksomhed om Europas kulturrigdom bidrager det også til Europas mål om smart, bæredygtig og inklusiv økonomisk vækst, hjælper de kulturelle og kreative sektorer med at tilpasse sig den digitale tidsalder og globaliseringen og åbner for nye internationale muligheder, markeder og målgrupper.

Der skabes kontakt med millioner af mennesker og utallige organisationer gennem de projekter, der finansieres af programmet, bl.a. filmmagere, distributører, salgsagenter og andre audiovisuelle fagfolk, filmfans, kunstnere og fagfolk på kulturområdet, forlag og læseheste.

Programmet giver støtte til:

- grænseoverskridende projekter mellem kulturelle og kreative organisationer både inden og uden for EU
- netværk, der hjælper de kulturelle og kreative sektorer med at arbejde internationalt og styrke deres konkurrencedygtighed
- oversættelse og fremme af europæiske litterære værker
- platforme bestående af kulturelle aktører, der hjælper nye kunstnere og danner grobund for ægte europæisk programmering af kulturelle og kunstneriske værker
- kapacitetsopbygning og faglig uddannelse for audiovisuelle fagfolk
- udvikling af fiktion, animering, kreative dokumentarer og videospil til de europæiske biografer, tv-markeder og andre platforme
- uddannelse og kompetenceudvikling for audiovisuelle fagfolk
- distribution og salg af audiovisuelle værker i og uden for Europa
- filmfestivaler, der fremmer europæiske film
- international samproduktion af film
- publikumsudvikling for at øge forståelsen for film og øge interessen for europæiske film gennem en bred vifte af arrangementer.

Fra 2016 byder et kreativt Europa også på et finansielt garantiinstrument på 121 millioner euro til at hjælpe de kulturelle og kreative sektorer med at få bedre adgang til finansiering.

Der er også andre EU-finansierede programmer, som støtter disse sektorer:

- Erasmus+ støtter kompetenceudvikling gennem uddannelser og kurser og bygger på viden og partnerskaber, der tilbyder viden og sektorspecifikke kvalifikationer.
- COSME, EU's program for virksomheders konkurrenceevne, støtter iværksætteri, adgang til finansiering og markeder for små og mellemstore virksomheder.
- Horisont 2020 støtter forskning og innovation, også inden for kultur og kulturarv.

Siden 2007 har Den Europæiske Fond for Regionaludvikling bevilget 3,3 milliarder euro til beskyttelse og bevarelse af kulturarven, 2,2 milliarder euro til udvikling af kulturinfrastruktur og 555 millioner euro til kulturtjenester. Derudover er der siden 1998 investeret 150 millioner euro gennem EU's rammeprogrammer for forskning og teknologisk udvikling.

Direktivet om audiovisuelle tjenester

Hvis hvert enkelt EU-land skulle have sine helt egne regler for tv, ville det være svært at se tv-programmer, der udsendes fra andre europæiske lande. Derfor vedtog EU direktivet »fjernsyn uden grænser« i 1989, der fastlagde en række fælles minimumsregler for hele EU.

Internetbaseret tv og nye metoder til udsendelse af audiovisuelt indhold betyder nye udfordringer for



Netværket Europa Cinemas gør europæiske film mere synlige.

reguleringsmyndighederne, f.eks. at beskytte unge mod skadeligt indhold og forbyde tilskyndelser til had, samtidig med at ytringsfriheden sikres.

I 2007 blev direktivet »fjernsyn uden grænser« ændret, så det blev til direktivet om audiovisuelle tjenester. I 2010 blev direktivet til lov. Det dækker alle audiovisuelle medietjenester — traditionelt tv (lineære tjenester) »video-on-demand« (ikkelineære tjenester) — og fastlægger en række grundlæggende krav til dem. Disse krav dækker identificering af leverandører af medietjenester, forbud mod tilskyndelse til racehad, adgang for handicappede, foranstaltninger til fremme af europæiske værker, visse kvalitative krav til kommercielle meddelelser, sponsorater og produktplacering.

Imidlertid tager direktivet om audiovisuelle medietjenester højde for, hvor meget kontrol brugeren har over tjenesten, og derfor behandles lineært tv og on-demand-tjenester forskelligt. On-demand-tjenester reguleres derfor noget lettere, hvilket afspejler deres forholdsmæssige indflydelse på samfundet som helhed.

Der gælder derimod strengere regler for tv-programmer, især hvad angår reklamer, beskyttelse af mindreårige og distribution af europæiske produktioner.

For at udbrede de europæiske produktioner gælder det for tv-udsendelser, at størstedelen af sendetiden skal forbeholdes europæiske produktioner fra forskellige genrer. Kanalerne skal også afsætte mindst 10 % af sendetiden eller af programbudgettet til europæiske programmer, der er fremstillet af uafhængige producenter. Når der er tale om on-demand-tjenester, har EU-landene mere spillerum for, hvordan de skal udbrede europæiske produktioner. De kan f.eks. fastsætte kvoter for europæiske produktioner i kataloger, gennemføre bestemmelser for at sikre, at

sådanne produktioner får en fremtrædende plads eller pålægge udbydere af on-demand-tjenester finansielle bidrag til produktion og erhvervelse af rettighederne til sådanne værker.

Under alle omstændigheder udvider direktivet om audiovisuelle medier princippet om oprindelsesland til at omfatte alle audiovisuelle medietjenester. Det betyder, at hver tjeneste skal overholde reglerne i det land, hvor udbyderen befinder sig. Det er EU-landenes ansvar at håndhæve reglerne.

I maj 2012 fremlagde Kommissionen sin første statusrapport om direktivet. Det bliver stadig tydeligere, at traditionelle medier og onlineudsendelser nærmer sig hinanden, og Kommissionen lancerede en offentlig høring for at undersøge, hvad den gensidige tilnærmelse kan betyde for Europas økonomiske vækst og innovation, kulturelle mangfoldighed og forbrugere. Høringen med udgangspunkt i grønbogen »Forberedelse på en fuldt konvergeret audiovisuel verden: vækst, kreativitet og værdier« sluttede i efteråret 2013, og derefter blev bidragene, såvel som et gennemførelsesdokument og feedbackpapir, offentliggjort. En vurdering af den lovgivningsmæssige egnethed af direktivet er planlagt for 2015 ved en REFIT-øvelse.

De europæiske kulturhovedstæder

I næsten 30 år har byer over hele Europa konkurreret om den eftertragtede titel som europæisk kulturby. Som europæiske kulturbyer kan byerne få nye kreative impulser, opbygge nye lokale målgrupper for kultur og hjælpe lokalt aktive i kulturlivet med at udvikle netværksaktiviteter på europæisk og globalt plan. Det kan også give byerne en enestående mulighed for at regenerere sig selv, ændre deres image eller styrke deres profil internationalt, hvilket kan være med til at udvikle turismen og tiltrække nye investeringer.

De europæiske kulturbyer kan samtidig give et stort bidrag til social inklusion og interkulturel dialog, f. eks. gennem innovative opsøgende programmer i forskellige samfund og effektiv brug af frivillige.

Frem for alt giver de europæiske kulturbyer borgere fra hele Europa og andre lande mulighed for at opdage vores kontinents store kulturelle mangfoldighed og få et nyt syn på vores fælles rødder, historie og værdier gennem de mange kulturelle arrangementer, byerne afholder.

De europæiske kulturbyer er et tydeligt tegn på, hvor stærkt EU's hjerte banker for kulturel forskellighed. Samtidig viser de, hvordan kulturen kan samle folk i Europa. De beviser, at kulturen spiller en stor rolle for vores politik for bæredygtig udvikling, fordi de indgår i den langsigtede udvikling af Europas byer og regioner, samtidig med at de ansporer til mere dynamik, kreativitet og social inklusion."

*Formand for Europa-Kommissionen
José Manuel Barroso*



Gadeoptræden i Umeå — en af de europæiske kulturbyer i 2014.

EUR-TEXT — Tilbage til fremtiden!

EUR-TEXT samler kunstnere fra Frankrig, Malta, Polen og Tjekkiet fra forskellige områder (musik, mode, visuelle kunster) for at skabe forbindelse mellem moderne udtryksformer og den europæiske kulturarv.

EUR-TEXT skaber en dialog mellem fortid og nutid for virkelig at nå »tilbage til fremtiden« — uanset om der er tale om et modeshow inspireret af klassiske malerier, Schuberts 9. symfoni opført på autentiske instrumenter eller udstilling af kunstværker, der er inspireret af modedesign.

Berlinale Talent

Hvert år afholdes den internationale filmfestival i Berlin, hvor unge og ambitiøse audiovisuelle fagfolk fra hele verden mødes i 6 dage for at udveksle erfaringer og lære af eksperter fra filmbranchen. Der udvælges tre hundrede nye manuskriptforfattere, producenter, instruktører, komponister, redaktører og unge filmkritikere, som inviteres til at mødes i Berlin, hvor de kan deltage i workshops, slå bro mellem kulturer og mellem etablerede og lovende talenter blandt filmmagere. MEDIA-programmet, der er en del af et kreativt Europa, er en af de vigtigste bidragsydere til Berlinale Talent.

Operation Kino

Gennem projektet Operation Kino kommer et kreativt Europa ud til de områder i Balkan-landene og Tyrkiet, hvor biografdækningen er ringest. Dermed opmuntres de lokale myndigheder til at støtte digitale biografte, der kan bruges til flere formål, i kulturcentre i regionen.

Filmfestivalerne i Istanbul, Sarajevo, Sofia og Transsylvaniensender omkring 15 film på en meget omtalt tur rundt i landene.



Operation Kino bringer film til fjerntliggende egne i EU.

Zentropa — et uafhængigt filmselskab

Instruktører som Lars von Trier, Susanne Bier og andre berømte navne vil altid have gode muligheder for at skaffe finansiering, både med og uden MEDIA's bidrag. Men hvis nye talenter skal udvikle sig til instruktører »med profil«, er der behov for støtte og finansiering.

MEDIA-programmet har været til stor støtte for det danske produktionsselskab Zentropa. Da virksomheden blev stiftet i begyndelsen af 1990'erne, fik den i de første driftsår betydelig støtte af MEDIA og kom således gennem disse år.

Administrationschef Anders Kjærhauge forklarer: »Dengang var der ingen i Danmark, der troede på Zentropa-idéen, og derfor var støtten fra MEDIA afgørende for, at virksomheden kunne overleve«.

Virksomhedens betydning står soleklart for de instruktører, der har draget fordel af programmet. Susanne Bier, der som instruktør vandt en Oscar for filmen »Hævnen« i 2011, fortæller: »I vores globaliserede verden er det vigtigt for os, at Europa taler med én stemme på mange områder, også inden for kulturelle udvekslinger, og derfor bør vi slutte op om tanken bag MEDIA-programmet«.

»Zentropa og MEDIA-programmet blev »født« sammen i begyndelsen af 1990'erne. Vi voksede op sammen som lidenskabelige børn. Vi var »teenagere« sammen. Det var ikke alt, vi var enige om, men vi lyttede altid til hinanden, fordi vi havde et fælles mål: at udvikle europæiske film af høj kvalitet. Nu er vi begge i 20'erne. Vi har skabt nogle fantastiske film, fået nyttige erfaringer, vi kan dele med andre, og lad os håbe, at vi også kan blive gamle sammen!«

Administrationschef Anders Kjærhauge,
Zentropa.

Udsigter: Mod nye mål

En central del af EU's kulturelle vision skal være borgernes deltagelse. Hvis vi skal have økonomisk udbytte af vores kulturelle mangfoldighed og skabe respekt og forståelse på tværs af kulturer, skal der tages initiativ til at øge adgangen til kultur inden for uddannelser, øge den kulturelle produktion og styrke deltagelsen, og disse initiativer skal indgå i politikerne på samtlige niveauer. I disse tider med globalisering og økonomisk usikkerhed er der behov for at tage stilling til følgende udfordringer:

På vej til en digital fremtid

Den digitale teknologi har en ufattelig stor indflydelse på, hvordan kultur skabes, distribueres og bruges. Derfor er den måde, film distribueres på, under omvæltning, og digitaliseringen er undervejs i biograferne.

Millioner af europæere ser deres yndlingsserie fra tv på en smartphone på vej til arbejde, ser onlineprogrammer på tv'et i dagligstuen eller lægger indhold, de selv har skabt, på internettet. Der findes over 40,4 millioner »forbundne tv'er« i Europa, og i 2016 kan de måske findes i de fleste hjem i EU. Disse forandringer er ved at fjerne de traditionelle grænser mellem forbrugerne, medierne og internettet.

De kulturelle og kreative sektorer fungerer som drivkraft i den digitale udvikling, fordi de udforsker de nye måder, Europas borgere opdager, nyder og deltager i skabelsen af digitalt indhold på. EU-Kommissionens prioritet er at støtte Europas rolle som global leder inden for produktion af indhold af høj kvalitet, samtidig med at de europæiske kulturelle og kreative sektorer beholder deres konkurrencefordel i det digitale miljø.

Et kreativt Europa skal hjælpe de kulturelle og kreative sektorer med at udnytte den digitale tidsalders muligheder fuldt ud.

For at tage højde for denne udvikling er der tildelt et budget på 2 millioner euro til handlingsplanen »Udbredelse af film i den digitale tidsalder«, som skal:

- forbedre betingelserne for at udbrede europæiske film i EU
- skabe et større og bredere globalt publikum for europæiske film
- hjælpe markedsdeltagere og beslutningstagere med at være på forkant med udviklingen ved at holde dem orienteret om forandringer, der får konsekvenser for deres distributionsplatforme.



Adgang til finansiering

Små og mellemstore virksomheder (smv'er) i de kulturelle og audiovisuelle sektorer skal bruge finansiering, så de kan udvide deres aktiviteter, men de fleste af dem har problemer med at få lån i banken.

Fra 2016 vil en facilitet for de kulturelle og audiovisuelle sektorer gradvis blive indført, så smv'er kan få adgang til finansiering. Derudover vil en kapacitetsopbygningsordning give ekspertbistand til udlånere for at øge deres forståelse for kultursektoren.

Publikumsudvikling

Et andet mål, som indgår i alle et kreativt Europas aktiviteter, er at opmuntre til nye teknikker, som kan udvikle og underbygge en langsigtet målgruppe for europæiske kulturelle værker.

Publikumsudvikling bygger på et flerdimensionelt koncept, som omfatter både kultur, samfund og økonomi og står i forbindelse med at:

- udvikle nyt publikum
- skabe et dybere forhold med eksisterende publikum
- diversificere publikum
- udvikle det europæiske samarbejde om mediekendskab.

Læs mere

Hvis de emner, der er behandlet her, har fanget din interesse, kan du få mere at vide på disse websider:

- ▶ **Et kreativt Europa, EU-Kommissionens rammeprogram for støtte til kultur- og mediesektoren:**
<http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe>
- ▶ **Har du spørgsmål om EU? Europe Direct kan hjælpe: 00 800 6 7 8 9 10 11**
<http://europedirect.europa.eu>

