

УЖГОРОД · ЗАКАРПАТТЯ · 2019 → 2035

ALIVE CAMPUS 2035

Як незалежний культурний центр став явищем Закарпаття — і чому наступним кроком має стати культурний кампус нового покоління. Історія, факти, економіка, міжнародний досвід і дорожня карта 2026–2035.

ЗМІСТ

—	Маніфест ALIVE	03
01	Передмова. Історія та вплив на Закарпаття	04
02	Виконавче резюме	05
—	ALIVE у цифрах і фактах · 2019–2026	07
03	Історія виникнення ALIVE	09
04	Хронологія розвитку · 2019–2026	11
05	Чому Закарпаттю був потрібен ALIVE	13
06	ALIVE як культурна екосистема	14
07	Економічний вплив: коли культура створює економіку	16
—	Освіта ALIVE. Медіашкола та студія «Чуєш, Бачиш»	18
08	Чому девелоперам потрібен ALIVE	20
09	Міжнародний досвід: як культурні центри змінюють міста	22
10	SWOT-аналіз ALIVE Art Center	24
11	ALIVE Campus 2035. Концепція кампусу нового покоління	26
—	Фінансова модель. Сценарії CAPEX / OPEX	29
12	Дорожня карта розвитку · 2026–2035	30
13	Післямова. Історія, яка лише починається	32

· ПРО ЦЕЙ ДОКУМЕНТ

Біла книга «ALIVE Campus 2035» підготовлена на основі архіву подій ALIVE Art Center («Стіна спогадів», aliveartcenter.com), внутрішньої статистики Центру, аналітичного дослідження впливу культурних інституцій на розвиток міст, а також міжнародних кейсів (Guggenheim Bilbao, Tate Modern, культурна політика Копенгагена, культурні центри Польщі). Документ адресований міській владі, девелоперам, інвесторам, міжнародним партнерам і культурній спільноті. Дані наведено станом на 2026 рік; фінансові оцінки є орієнтовними та потребують уточнення на етапі техніко-економічного обґрунтування.

МИ НЕ БУДУЄМО СЦЕНУ

Ми будуємо місце, де люди **відкривають одне одного**.

Ми не створюємо ще один концертний майданчик.

Ми створюємо простір, у якому культура стає мовою **довіри, співпраці та розвитку**.

Бо справжня культура народжується не зі стін. Вона народжується **між людьми**.

■ МИ ВІРИМО

Культура не є розкішшю — вона є основою здорового суспільства. Музика, театр, мистецтво, освіта та спільна творчість змінюють життя сильніше, ніж будь-які гасла. Невелике місто може створювати великі ідеї — і Закарпаття здатне стати одним із центрів сучасної української культури.

■ МИ ПРАЦЮЄМО ДЛЯ МАЙБУТНЬОГО

Для дітей, які вперше почують живу музику. Для студентів, які знайдуть тут свою професію. Для молодих митців, які отримають першу можливість заявити про себе. Для підприємців, які знайдуть партнерів. Для міста, яке стане сильнішим завдяки своїй культурі.

■ МИ ОБ'ЄДНУЄМО

ALIVE — це місце зустрічі. Тут можуть зустрітись музикант і програміст, художник і архітектор, студент і професор, волонтер і підприємець. Саме на перетині різних людей народжуються нові ідеї — і саме так виникають спільноти.

■ МИ ВІДПОВІДАЛЬНІ

Довіра громади не виникає автоматично. Вона формується роками — кожним рішенням, кожною подією, кожною виконаною обіцянкою. Саме тому головним критерієм нашої роботи є не популярність, а довіра.



СПІЛЬНОТА ALIVE · ПОДІЯ У ЗАЛІ КУЛЬТУРНОГО ЦЕНТРУ В УЖГОРОДІ

→ НАША МІСІЯ

Створювати простір, у якому культура стає рушієм розвитку людей, громад і регіону.

Цінності: люди · довіра · якість · свобода
творчості · партнерство · відповідальність.

ІСТОРІЯ ТА ВПЛИВ НА ЗАКАРПАТТЯ



ПОВНИЙ ЗАЛ ALIVE · КОНЦЕРТ У КУЛЬТУРНОМУ ЦЕНТРІ В УЖГОРОДІ · ФОТО: ТЕТЯНА КІЗЕНКО

Історія міст зазвичай розповідається через архітектуру, економіку або політичні події. Значно рідше її осмислюють через культурні інституції, хоча саме вони нерідко визначають, як люди сприймають своє місто, наскільки сильно відчують зв'язок із громадою та чи бачать у ньому майбутнє.

Закарпаття традиційно асоціюється з природою, багатонаціональною спадщиною та туристичною привабливістю. Водночас сучасна культурна інфраструктура регіону тривалий час розвивалася повільніше, ніж у великих українських містах. Для багатьох молодих людей участь у сучасному культурному житті означала необхідність їхати до Львова, Києва чи за кордон.

Поява ALIVE Art Center стала відповіддю на цей виклик.

Центр не обмежився організацією концертів або мистецьких заходів. Він створив відкритий простір, у якому зустрічалися музика, театр, освіта, громадські ініціативи, благодійність, підприємництво та міждисциплінарна співпраця. Завдяки цьому ALIVE поступово перетворився з окремого майданчика на культурну інституцію регіонального значення.

Особливої ваги ця трансформація набула після початку повномасштабної війни. Культура перестала бути лише сферою дозвілля. Вона стала інструментом підтримки суспільства, збереження української ідентичності, психологічної стійкості та солідарності. Благодійні концерти, мистецькі акції та освітні події

довели, що культурний центр може виконувати важливу соціальну місію навіть у часи масштабних криз.

Однак значення ALIVE виходить далеко за межі культури. У світовій практиці дедалі більше міст використовують незалежні культурні інституції як каталізатори економічного розвитку. Вони формують нові громадські простори, стимулюють розвиток малого бізнесу, підвищують привабливість районів для інвесторів і девелоперів, сприяють розвитку туризму та зміцнюють локальну ідентичність. Саме тому культурна інфраструктура дедалі частіше розглядається не як витрата, а як **довгострокова інвестиція в конкурентоспроможність міста**.

Метою цього дослідження є комплексний аналіз історії ALIVE Art Center, його впливу на Закарпаття, соціально-економічної ролі, потенціалу для партнерства з девелоперами та перспектив розвитку в контексті сучасної урбаністики й креативної економіки.

Документ поєднує історичний огляд, стратегічний аналіз і бачення майбутнього. Він адресований міській владі, бізнесу, інвесторам, девелоперам, міжнародним партнерам, представникам культурного сектору та всім, хто зацікавлений у сталому розвитку регіону.

Історія ALIVE — це не лише історія однієї організації. Це приклад того, як незалежна культурна ініціатива може стати фактором розвитку цілого міста й регіону, а також основою для формування нової моделі співпраці між громадою, бізнесом і державою.

ВИКОНАВЧЕ РЕЗЮМЕ

≈400ПОДІЙ ЗА ШІСТЬ РОКІВ
ДІЯЛЬНОСТІ**11** млн грнЗІБРАНО НА ПІДТРИМКУ СИЛ
ОБОРОНИ**±500**ГОСТЕЙ НА ПОДІЮ – МІСТКІСТЬ
ФОРМАТУ**2000+**ВІДВІДУВАЧІВ НА НАЙБІЛЬШИХ
ФЕСТИВАЛЯХ**252** грнСЕРЕДНЯ ВАРТІСТЬ КВИТКА НА
ПОДІЇ ALIVE**12**ФОРМАТІВ ПОДІЙ, ЯКІ
ПОЛЮБИЛИСЬ МІСТУ

ALIVE Art Center є однією з найпомітніших незалежних культурних ініціатив Закарпаття, що сформувалася наприкінці 2010-х років і за відносно короткий час перетворилася на багатофункціональний центр сучасної культури.

Поєднуючи концертний майданчик, освітній простір, платформу для творчих експериментів і громадських ініціатив, ALIVE продемонстрував, що культурна інституція регіонального масштабу здатна не лише організовувати події, а й впливати на соціальний, економічний та урбаністичний розвиток міста.

За роки своєї діяльності Центр став місцем проведення сотень культурних, освітніх і благодійних заходів, об'єднавши десятки тисяч відвідувачів, сотні українських митців і широку мережу партнерів. Особливо важливою стала його діяльність після початку повномасштабної війни, коли культурний простір перетворився на платформу для благодійності, підтримки українських військових, внутрішньо переміщених осіб і розвитку українського культурного продукту.

Дослідження показує, що вплив ALIVE значно виходить за межі традиційного розуміння концертного майданчика. Центр виконує функції **культурного хабу, генератора соціального капіталу,**

освітньої платформи та каталізатора креативної економіки. Саме такі інституції сьогодні розглядаються у світовій практиці як один із ключових чинників формування конкурентоспроможних міст.

Особливістю ALIVE є здатність поєднувати різні аудиторії – молодь, митців, підприємців, громадських діячів, представників місцевої влади, благодійні організації та бізнес. Це створює середовище, у якому народжуються нові партнерства, культурні проєкти, підприємницькі ініціативи та громадські спільноти. Таким чином Центр виробляє соціальний капітал, який має довгострокову цінність для розвитку регіону.

Урбаністичний аналіз свідчить, що незалежні культурні інституції дедалі частіше стають стратегічними партнерами девелоперських компаній. Світові приклади демонструють, що інтеграція культури у житлові та змішані комплекси підвищує привабливість територій, стимулює розвиток малого бізнесу, формує сталий потік відвідувачів і зміцнює бренд району. У цьому контексті ALIVE може розглядатися як **готовий культурний оператор** із сформованою репутацією, досвідченою командою та активною аудиторією.

Разом із тим дослідження фіксує й ключові виклики. Втрата постійного простору створює ризики для стабільності діяльності, але водночас відкриває можливість переосмислити модель розвитку. За умови стратегічного партнерства з девелопером, муніципалітетом або приватним інвестором ALIVE має потенціал трансформуватися у **сучасний культурний кампус**, здатний працювати протягом року, масштабувати освітні програми, розширити міжнародну співпрацю та стати одним із символів сучасного Ужгорода.

Основний висновок цього дослідження полягає в тому, що ALIVE слід розглядати не як окремий майданчик для проведення заходів, а як елемент

критично важливої культурної інфраструктури регіону. Його діяльність створює суспільну цінність, сприяє економічній активності, підтримує розвиток української культури та зміцнює людський потенціал Закарпаття.

Подальший розвиток ALIVE має стратегічне значення не лише для культурної спільноти. Він є важливим для формування привабливого інвестиційного середовища, розвитку креативної економіки, підвищення конкурентоспроможності Ужгорода серед інших регіональних центрів України та створення сучасної моделі взаємодії між культурою, бізнесом і громадою.

■ КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ

01 НАЙАКТИВНІША ЕКОСИСТЕМА

ALIVE сформував одну з найактивніших незалежних культурних екосистем Закарпаття.

02 СТІЙКІСТЬ У КРИЗАХ

Центр довів здатність працювати в умовах пандемії, економічної нестабільності та повномасштабної війни, адаптуючи діяльність до потреб суспільства.

03 МУЛЬТИПЛІКАТИВНИЙ ЕФЕКТ

Діяльність ALIVE має мультиплікативний ефект для міської економіки через підтримку туризму, гостинності, малого бізнесу та креативних індустрій.

04 ЯКІРНИЙ КУЛЬТУРНИЙ ПАРТНЕР

Для девелоперів ALIVE може виступати якірним культурним партнером, який підвищує цінність території та формує активну міську спільноту.

05 СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ — ГОЛОВНИЙ АКТИВ

Найбільшим активом Центру є не фізична інфраструктура, а накопичений соціальний капітал, репутація, професійна команда та довіра аудиторії.

06 ІНВЕСТИЦІЯ У СТІЙКІСТЬ РЕГІОНУ

Інвестиції в розвиток ALIVE слід розглядати як інвестиції у довгострокову стійкість, культурну привабливість та економічний потенціал Закарпаття.



ПІДПИСАНИЙ БОЯКОВИЙ ПРАПОР · БЛАГОДІЙНІ ЗБОРИ ALIVE ПЕРЕДАЛИ ПОНАД 11 МЛН ГРН НА СИЛИ ОБОРОНИ



«КУРГАН І АГРЕГАТ» · НАЙБІЛЬША БЛАГОДІЙНА ПОДІЯ УЖГОРОДА — ≈550 ТИС. ГРН ЗА ОДИН КОНЦЕРТ

ALIVE У ЦИФРАХ І ФАКТАХ

01 Жодна подія ALIVE не відбулася за грантові чи спонсорські кошти. Дефіцит перекривався виключно успішними фінансовими подіями або творчою роботою засновника в межах проєкту: приватні уроки з сучасної музики, DJ, звукозапис, оренда апаратури, звуковий продакшн для реклами та кіновиробництва.

02 На старті 2019–2020 основний дохід давали кінопокази просто неба «**Alive Добраніч**» в Амфітеатрі – саме вони втримали проєкт під час карантину. Найкраща мобільна акустична система у світі та екран площею 30 м² з панорамою на все місто зробили можливими кіноконцерти з повним відчуттям занурення.

03 ALIVE отримав франшизу та провів в Ужгороді найбільший фестиваль світу – «**Свято Музики**», а також єдиним в Україні транслював наживо ключові виступи найбільшого джаз-фестивалю Східної Європи **Leopolis Jazz Fest**.

04 «**Свято Музики – 2022**» в саду Амфітеатру (Території спокою ALIVE) стало першим фестивалем у всій Україні після початку повномасштабного вторгнення.

05 Із майже 400 подій команда випробувала близько **30 форматів заходів** – прижились і полюбилися ужгородцям 12 із них.

06 Перша подія 1000+ відбулася влітку 2021 року: **Anime та K-POP Fest** уперше в історії Ужгорода зібрав близько 2000 підлітків і молоді без жодного відомого виконавця – люди свідомо прийшли на конект в обумовленому дрес-кодi.

ЕКОНОМІКА ВІДВІДУВАЧА

Середні витрати на одного гостя події ALIVE · грн

Квиток 252

Бар, мерч 211

Разом ≈463 грн прямих витрат на відвідувача за вечір



«**THE ROOM FEST**» В АМФІТЕАТРІ · ПЕРШИЙ ФЕСТИВАЛЬ 2000+ ВЛАСНОГО ФОРМАТУ В ЗАКАРПАТТІ – ПОВНІСТЮ САМООКУПНИЙ



«СВЯТО МУЗИКИ» В УЖГОРОДІ · ФРАНШИЗА НАЙБІЛЬШОГО ФЕСТИВАЛЮ СВІТУ

Саме до ALIVE звернувся оргкомітет Євробачення у 2023 році для відеозйомки Амфітеатру — його презентували в прямому ефірі фіналу Євробачення як об'єкт культурного впливу регіону.

ФАКТ 09 · EUROVISION 2023

- 13** «The Room Fest» — перший фестиваль 2000+ власного формату в Закарпатті, що повністю самостійно покрити усі витрати на проведення без жодної копійки ззовні. До ALIVE цього не робив ніхто.

- 07** Випускники медіашколи ALIVE їздили у світовий тур із **Hans Zimmer**, виступали в **Royal Albert Hall**, ставали дипломантами та учасниками найбільших фестивалів і самостійно створювали медіаматеріали для реальної професійної роботи.

- 08** Перший ШІ-медіапроект ALIVE зробив наприкінці **2019 року** — коли про штучний інтелект у світі майже ніхто не чув. ШІ застосовується в проектах Центру від початку діяльності.

- 09** Перший по-справжньому відчутний ШІ-кейс — **хорор-квест для дітей** у підвалах Амфітеатру (2020, у співпраці з креативною агенцією «Фортеця») та формати доповненої реальності в кінопоказах.

- 10** Діяльність ALIVE стала об'єктом соціологічного дослідження культурної діяльності під час війни, яке проводив **Дрезденський університет**.

- 11** Концерт «**Курган і Агрегат**» в ALIVE став найбільшою подією Ужгорода з благодійних зборів на Сили Оборони — близько **550 тисяч гривень** за один концерт.

- 12** У березні 2022-го ALIVE відкрив «**Територію Спокою**» просто неба — щоб місто, повне переселенців, мало де видихнути. Відтоді благодійний внесок замість квитка і збір на конкретну справу — дрони, підтримка 80-ї та 128-ї бригад — стали рядком майже кожного анонсу.

ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ALIVE



ЗАЛ ALIVE ПЕРЕД ПОДІЄЮ · ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ПРОСТІР В УЖГОРОДІ, ЩО СТАВ ГОЛОВНОЮ СЦЕНОЮ ЗАКАРПАТТЯ

Жоден культурний центр не виникає випадково. Його поява завжди є відповіддю на певний суспільний запит. Історія ALIVE Art Center розпочалася саме з такого запиту — потреби у просторі, де сучасна українська культура могла б існувати постійно, а не епізодично.

До кінця 2010-х років культурне життя Закарпаття характеризувалося певним парадоксом. Регіон мав багату історичну спадщину, сильні мистецькі традиції, численні фестивалі та туристичну привабливість. Водночас сучасна незалежна культура не мала постійної інфраструктури, яка б забезпечувала регулярний розвиток музики, театру, освіти, сучасного мистецтва та креативних індустрій.

Більшість масштабних подій відбувалися за фестивальним принципом: кілька яскравих днів на рік, після яких культурне життя знову поверталось до звичного ритму. Для молодих музикантів, митців, організаторів та підприємців це означало відсутність простору, де можна було б регулярно працювати, експериментувати та розвивати нові проєкти. **Саме цей структурний дефіцит став одним із головних чинників появи ALIVE.**

■ ВІД МАЙДАНЧИКА ДО ІДЕЇ

Створення ALIVE не було спробою відкрити ще одну концертну локацію. Від самого початку задум був

значно ширшим: створення незалежної культурної платформи, яка могла б працювати цілий рік, поєднуючи живу музику, театр, освітні програми, кінопокази, творчі зустрічі, дискусії, виставки, благодійні ініціативи та підтримку локальних митців.

Такий підхід відповідає сучасній моделі культурних хабів, що отримала розвиток у багатьох європейських містах. Її головний принцип: культурний простір не повинен працювати лише під час великих концертів. **Він має залишатися місцем щоденного життя громади.** Саме ця філософія стала основою розвитку ALIVE.

■ НОВЕ ЖИТТЯ АМФІТЕАТРУ

Особливого значення історії ALIVE надає вибір місця. Ужгородський Амфітеатр — одна з найвідоміших культурних локацій міста. Протягом десятиліть саме тут відбувалися концерти, фестивалі та громадські події, які формували культурну пам'ять кількох поколінь. Однак із часом активність простору суттєво зменшилася — для багатьох мешканців він залишався радше символом минулого, ніж живим елементом сучасного міського життя.

Поява ALIVE означала не просто початок нової серії заходів. Фактично Центр **повернув Амфітеатр до активного культурного використання** — приклад того, як історична інфраструктура може отримати нову функцію без втрати своєї ідентичності.

■ КУЛЬТУРА ЯК СПІЛЬНОТА

Однією з головних особливостей ALIVE стало розуміння культури як процесу співтворення. Більшість концертних майданчиків працюють за моделлю «організатор — глядач». ALIVE поступово сформував іншу модель.

Відвідувачі ставали волонтерами. Музиканти знайомилися з режисерами. Підприємці підтримували благодійні події. Студенти долучалися до організації фестивалів.

Таким чином навколо Центру почала формуватися спільнота, яка існувала незалежно від окремих концертів чи вистав. Саме ця спільнота згодом стала одним із найбільших активів ALIVE.

■ ВИПРОБУВАННЯ КРИЗАМИ

Практично одразу після відкриття Центр зіткнувся з безпрецедентними викликами. Спочатку пандемія COVID-19 поставила під загрозу діяльність усієї концертної індустрії. Потім повномасштабне російське вторгнення змінило пріоритети всього українського суспільства.

Для більшості культурних організацій це означало скорочення діяльності або тимчасове припинення роботи. **ALIVE обрав інший шлях.** Частина програм була переосмислена, значну роль почали відігравати благодійні заходи, підтримка українських виконавців, волонтерські ініціативи та збір коштів для Сил оборони України.

У цей період Центр продемонстрував, що культура може виконувати значно ширшу функцію, ніж організація дозвілля. Вона стала простором єдності, підтримки та взаємодопомоги. Саме в кризові роки остаточно сформувалася репутація ALIVE як відповідальної культурної інституції, здатної реагувати на суспільні виклики.

■ ЧОМУ ІСТОРІЯ ALIVE ВАЖЛИВА

Більшість незалежних культурних просторів оцінюють за кількістю проведених концертів або відвідувачів. Однак історія ALIVE свідчить про інше. Справжнім результатом його діяльності стало створення довготривалої екосистеми, у якій люди отримали можливість не лише споживати культурний продукт, а й ставати його співтворцями.

Саме тому історію ALIVE варто розглядати як приклад інституційного розвитку, коли невелика незалежна ініціатива поступово перетворюється на один із ключових елементів культурної інфраструктури регіону.

Історія Центру ще не завершена. Навпаки, етап пошуку нового простору відкриває можливість переосмислити накопичений досвід і створити інституцію нового покоління — місце, де культура, освіта, підприємництво та громадська активність працюватимуть як єдина екосистема.

Якщо цей потенціал буде реалізовано, ALIVE матиме всі передумови, щоб стати не лише символом сучасного Ужгорода, а й одним із найуспішніших прикладів незалежної культурної інституції в Україні.

«Загалом ALIVE — це більше про lifestyle, а не про конкретне місце. Одна з основних ідей — розвиток саме локального закарпатського сучасного мистецтва, залучення талантів до співпраці та формування проектів міжнародного рівня.»

МАКСИМ ФІДОШ · ЗАСНОВНИК ALIVE



КОНЦЕРТ-ІМПРОВІЗАЦІЯ · ПРОСТОРОВИЙ ЗВУК — ВЛАСНА ТЕХНІЧНА РОЗРОБКА ALIVE



СВІТЛО СТАНДАРТУ TLCI-2012 · ВІД ЛЕКЦІЇ ДО КОНЦЕРТУ ЕКСТРЕМАЛЬНИХ ЖАНРІВ

ХРОНОЛОГІЯ РОЗВИТКУ

«Інституції не народжуються в день відкриття. Вони формуються через послідовність рішень, криз, перемог і людей, які вірять у спільну справу.»

2019 ПОЧАТОК

Точка відліку ALIVE Art Center. Культурний ринок Ужгорода мав очевидний дисбаланс: окремі майданчики й фестивалі існували, але не було інституції, що працює системно. Команда поставила амбітне завдання — не просто організовувати концерти, а створити місце постійного культурного життя. Філософія Центру від початку будувалася на трьох принципах: **відкритість, якість, спільнота**. За тестовий сезон — 63 унікальні події.

2020 ВИПРОБУВАННЯ ПАНДЕМІЄЮ

Пандемія COVID-19 практично паралізувала світову концертну індустрію. Проте ALIVE обрав шлях адаптації: нові формати, менші аудиторії, кінопокази просто неба «Alive Добраніч», які втримали проект. Саме тоді сформувалося головне правило ALIVE: **культура повинна залишатися поруч із людьми навіть тоді, коли звичні формати стають неможливими**.

2021 ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ

Після послаблення обмежень ALIVE активно нарощує діяльність. На сцені регулярно з'являються українські музиканти, незалежні театри, лектори, коміки та творчі колективи. Перша подія 1000+ — Anime та K-POP Fest зібрав ≈2000 молодих людей. Формується аудиторія, яка приходить уже не лише на окремих артистів: **люди починають довіряти самому бренду ALIVE** — і приходять за атмосферою.

2022 КУЛЬТУРА ПІД ЧАС ВІЙНИ

24 лютого стало переломним днем для всієї України. Відповіддю ALIVE стала трансформація: «Територія Спокою» просто неба, «Свято Музики — 2022» — перший фестиваль в Україні після початку вторгнення, благодійні концерти та збори для військових. **ALIVE перестав бути лише концертною локацією — він став частиною громадянського суспільства**.

2023 НОВИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ

Попри складну економічну ситуацію культурне життя відновлюється. ALIVE реалізує дедалі масштабніші події, розширює коло партнерів, зростає кількість українських артистів. До діяльності активніше долучаються благодійні організації, підприємці, волонтери. Оргкомітет Євробачення знімає Амфітеатр для презентації у фіналі конкурсу. **Остаточно формується модель ALIVE як мультифункціонального культурного хабу**.

2024 ЦЕНТР ТЯЖІННЯ

ALIVE — впізнаваний бренд далеко за межами Ужгорода. Сюди приїждять виконавці з різних регіонів України, події регулярно відвідують гості області. Закарпаття поступово перестає бути лише туристичним регіоном — воно стає регіоном сучасної української культури. **Попит починає перевищувати можливості існуючого простору**.

2025 ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ

Кожна інституція проходить момент, коли постає питання не лише про подальшу діяльність, а про власне майбутнє. The Room Fest виростає з однієї суботньої вечірки до фестивалю 2000+ в Амфітеатрі. Стає зрозуміло: головна цінність Центру — не будівля, не сцена, не обладнання. **Найціннішим активом стали люди. Команда. Довіра. Репутація**.

2026 НОВИЙ РОЗДІЛ ІСТОРІЇ

Завершення роботи у звичному просторі не означає завершення історії ALIVE. Навпаки — це відкриває можливість створити культурний центр нового покоління. Світовий досвід показує: найуспішніші культурні інституції проходили кілька трансформацій. Змінювалися будівлі, райони, міста. **Незмінною залишалася місія. Саме місія є найбільшим активом ALIVE**.

■ ПІДСУМОК ПЕРШОГО ЕТАПУ

За сім років ALIVE пройшов шлях, який багато культурних інституцій проходять десятиліттями.

Від локальної ініціативи — до регіонального культурного бренду. Від концертного майданчика — до культурної екосистеми. Від окремих подій — до спільноти. Від організації концертів — до формування нового покоління культурного життя Закарпаття.

Попереду стоїть не менш складне завдання: перетворити накопичений досвід, довіру громади та професійну репутацію на інституцію нового типу — **сучасний культурний кампус, здатний працювати десятиліттями** та стати одним із символів розвитку регіону.

→ ВІД ІНІЦІАТИВИ

до регіонального культурного бренду

→ ВІД МАЙДАНЧИКА

до культурної екосистеми

→ ВІД ПОДІЙ

до спільноти, що живе між подіями

→ ВІД КОНЦЕРТІВ

до нового покоління культурного життя



КОНЦЕРТ LATEXFAUNA В ALIVE · НА СЦЕНІ ЦЕНТРУ ВИСТУПАЮТЬ ЯК ЛОКАЛЬНІ ТАЛАНТИ, ТАК І ВІДОМІ УКРАЇНСЬКІ ГУРТИ — LATEXFAUNA, «МЕРТВІЙ ПІВЕНЬ», «КУРГАН І АГРЕГАТ», SINOPTIK

ЧОМУ ЗАКАРПАТТЮ БУВ ПОТРІБЕН **ALIVE**

■ КУЛЬТУРА ЯК ПРОСТІР ДОВІРИ

Сучасні міста розвиваються не лише завдяки інфраструктурі. Вони розвиваються завдяки довірі між людьми. Саме тому культурні центри дедалі частіше називають «фабриками соціального капіталу». У них зустрічаються люди різних професій, поколінь і поглядів. Там виникають знайомства, творчі колективи, громадські ініціативи, підприємницькі ідеї та партнерства.

ALIVE став одним із небагатьох місць в Ужгороді, де такі процеси відбувалися регулярно. Його цінність полягала не лише в програмі заходів, а в можливості створювати середовище, у якому люди почувалися співучасниками спільної справи.

■ ПРИКОРДОННИЙ РЕГІОН ІЗ ЄВРОПЕЙСЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

Закарпаття займає особливе місце на карті України. Регіон межує одразу з кількома країнами Європейського Союзу, що створює унікальні можливості для міжнародної співпраці. Водночас географічна близькість до Європи сама по собі не гарантує інтеграції. Для цього потрібні інституції, здатні працювати з міжнародними партнерами, приймати гостей, організовувати спільні проекти та створювати культурний діалог.

ALIVE має всі передумови для виконання такої ролі. У перспективі розвиток Центру може стати основою для ширших транскордонних програм, мистецьких резиденцій, міжнародних фестивалів і партнерств із культурними організаціями Центральної Європи.

■ ПІСЛЯ 2022 РОКУ РОЛЬ КУЛЬТУРИ ЗМІНИЛАСЯ

Повномасштабна війна кардинально змінила суспільне значення культури. Вона перестала бути лише сферою дозвілля. Культура стала способом підтримувати людей, зберігати українську

ідентичність, об'єднувати громади, збирати кошти на потреби оборони та демонструвати стійкість суспільства.

У цих умовах ALIVE зміг швидко адаптуватися до нової реальності. Це свідчить не лише про організаційну гнучкість, а й про зрілість інституції, яка усвідомлює свою відповідальність перед громадою.

■ ЧОМУ ПОЯВА ALIVE БУЛА ЗАКОНОМІРНОЮ

Поява ALIVE не стала випадковістю чи наслідком вдалої бізнес-ідеї. Вона стала відповіддю на низку процесів, що давно визрівали в регіоні:

- потребу молоді у сучасному культурному середовищі;
- необхідність розвитку незалежних творчих платформ;
- запит на регулярне, а не епізодичне культурне життя;
- бажання об'єднати мистецтво, освіту та громадські ініціативи;
- прагнення повернути культурне значення історичним міським просторам;
- потребу інтегрувати Закарпаття в сучасний європейський культурний контекст.

Якби ALIVE не виник у 2019 році, потреба, на яку він відповів, усе одно залишилася б. **Центр не створив цей запит — він дав йому форму.**

Саме тому ALIVE варто розглядати не як успішний окремий проект, а як закономірний етап розвитку сучасного Закарпаття. Він став інституційною відповіддю на виклики часу й продемонстрував, що навіть у регіоні, віддаленому від найбільших культурних центрів країни, можливо сформувати простір, який впливає на життя громади, підтримує українську культуру та створює підґрунтя для майбутнього розвитку.

ALIVE ЯК КУЛЬТУРНА ЕКОСИСТЕМА

Більшість людей сприймають культурний центр через події, які в ньому відбуваються. Концерти, вистави, фестивалі чи лекції є найбільш помітною частиною його діяльності. Проте в сучасній урбаністиці та теорії креативної економіки такі простори оцінюють інакше: головним показником їхньої цінності є не кількість заходів, а здатність створювати сталі зв'язки між людьми, організаціями та ідеями.

Саме в цьому полягає принципова відмінність ALIVE. За роки роботи Центр сформував екосистему –

середовище, у якому кожен новий проєкт не існував ізольовано, а доповнював попередній, зміцнював спільноту та відкривав можливості для нових ініціатив.

Екосистема не закінчується після концерту. Вона продовжує працювати через людей, які познайомилися, започаткували співпрацю або вирішили реалізувати власні ідеї.

Для розуміння ролі ALIVE доцільно розглядати його діяльність на чотирьох взаємопов'язаних рівнях – культурному, освітньому, соціальному та економічному.

1 КУЛЬТУРНИЙ РІВЕНЬ

Найочевидніша функція Центру – якісний культурний продукт. ALIVE став платформою для українських музикантів, театральних колективів, коміків, лекторів, художників і незалежних творчих проєктів. Регулярність подій сформувала нову культурну звичку: сучасне мистецтво стало доступним не кілька разів на рік, а постійно.

2 ОСВІТНІЙ РІВЕНЬ

Кожна лекція, творча зустріч чи дискусія виконувала ще одну функцію – передачу знань. Сучасний культурний центр допомагає людям навчатися, обмінюватися досвідом, розуміти сучасні культурні процеси, знайомитися з новими професіями та формувати критичне мислення. Освітній компонент – невід'ємна складова, а не додаток до концертної діяльності.

3 СОЦІАЛЬНИЙ РІВЕНЬ

Найбільшою цінністю ALIVE стали люди. Кожна подія створювала нові знайомства. Волонтери ставали організаторами, відвідувачі – партнерами, музиканти – наставниками, підприємці – меценатами. Навколо Центру сформувалася спільнота, яка існує незалежно від конкретної афіші – найстійкіший актив будь-якої культурної інституції.

4 ЕКОНОМІЧНИЙ РІВЕНЬ

Культура часто помилково розглядається як сфера, що лише споживає ресурси. Насправді вона генерує економічну активність: кожна подія створює попит на транспорт, заклади харчування, готелі, технічні послуги, рекламу, фотографію, відеовиробництво, поліграфію та інші локальні сервіси. ALIVE став учасником ширшої економічної екосистеми міста.

Концерт приводить нову аудиторію. Аудиторія відкриває місцеві кафе. Підприємці підтримують культурні події. Митці знаходять нових партнерів. Нові проєкти залучають ще більше людей. **Так виникає цикл розвитку, у якому кожен учасник підсилює інших.**



МУЛЬТИЖАНРОВІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЯ · ОДИН ЗАЛ ПРОТЯГОМ МІСЯЦЯ ПРИЙМАЄ МЕТАЛ-ГУРТ, КАМЕРНИЙ КОНЦЕРТ, ЛЕКЦІЮ ТА АНІМЕ-ВЕЧІРКУ

■ СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ГОЛОВНИЙ АКТИВ

У сучасній економіці дедалі більшої ваги набуває поняття соціального капіталу. **Його неможливо купити. Його неможливо швидко створити.** Він накопичується роками через довіру, відкритість і сталість.

ALIVE сформував саме такий капітал. Його можна побачити не лише у відвідуваності заходів. Він проявляється у готовності людей допомагати Центру, рекомендувати його іншим, брати участь у волонтерських проєктах, підтримувати благодійні збори та повертатися знову.

Для інвестора або девелопера це означає значно більше, ніж високі показники окремої події. **Це означає наявність сформованої громади.**

■ ЧОМУ ЦЕ ВАЖЛИВО ДЛЯ МІСТА

Міста XXI століття конкурують не лише інфраструктурою. Вони конкурують якістю життя. Саме тому культурні інституції стають такими ж важливими, як університети, громадські простори чи сучасний транспорт. Вони формують міську ідентичність, створюють причини залишатися, приваблюють таланти та формують позитивний імідж території.

У цьому сенсі ALIVE уже сьогодні виконує функцію, яка виходить далеко за межі концертної діяльності. Він допомагає формувати сучасний образ Ужгорода як відкритого європейського міста, у якому культура є невід'ємною частиною повсякденного життя.

■ ALIVE ЯК ІНСТИТУЦІЯ МАЙБУТНЬОГО

Найважливішим висновком цього розділу є те, що ALIVE слід розглядати не як майданчик, а як інституцію. Майданчик можна перенести. Обладнання можна придбати. Будівлю можна реконструювати.

Інституцію неможливо створити за кілька місяців.

Вона формується роками через довіру, репутацію, професійну команду та спільноту.

Саме ці нематеріальні активи є найбільшою цінністю ALIVE. Якщо вони отримають сучасний простір для розвитку, Центр зможе перейти на новий рівень — від регіональної культурної ініціативи до однієї з провідних незалежних культурних інституцій України.

Справжня сила ALIVE полягає не в кількості концертів і не в технічному оснащенні. Вона полягає у здатності поєднувати людей, ідеї, мистецтво, освіту, громадську активність і підприємництво в єдину систему. Саме ця екосистема є найціннішим результатом багаторічної роботи Центру. **Її не можна швидко відтворити в іншому місці, але її можна масштабувати,** якщо забезпечити належні умови для подальшого розвитку.

■ «ВІЛЬНА СЦЕНА»

Шість років давала перший мікрофон людям, які ще ніколи не виступали публічно. Частина з них сьогодні збирає повні зали самостійно.

■ «ПАТІ НА ЛОПАТІ»

Із камерної вечірки в яблуневому саду ALIVE (літо 2022-го) — до наймасовіших костюмованих зустрічей на міському Амфітеатрі. Постійний безпечний простір для аніме- та к-поп-спільнот.

■ «THE ROOM»

За 2025 рік пройшов шлях від однієї суботньої вечірки до фестивалю в Амфітеатрі з кількатисячною аудиторією — повністю самоокупного.

ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ

Ключова теза: сучасні культурні інституції не є споживачами ресурсів. Вони є **каталізаторами економічної активності**, розвитку територій та зростання вартості міського середовища.

Протягом десятиліть культура розглядалася переважно як сфера, що потребує фінансування з боку держави або меценатів. У цій моделі витрати на культурні проекти сприймалися як соціальна відповідальність, а не як інвестиція. Однак у XXI столітті ситуація кардинально змінилася.

Сьогодні економісти дедалі частіше використовують поняття **креативної економіки** — системи, у якій творчість, знання, інновації та культурне виробництво стають джерелами економічного зростання. У цій моделі культурний центр є не витратним активом, а платформою, що запускає численні економічні процеси. ALIVE відповідає саме такій сучасній моделі.

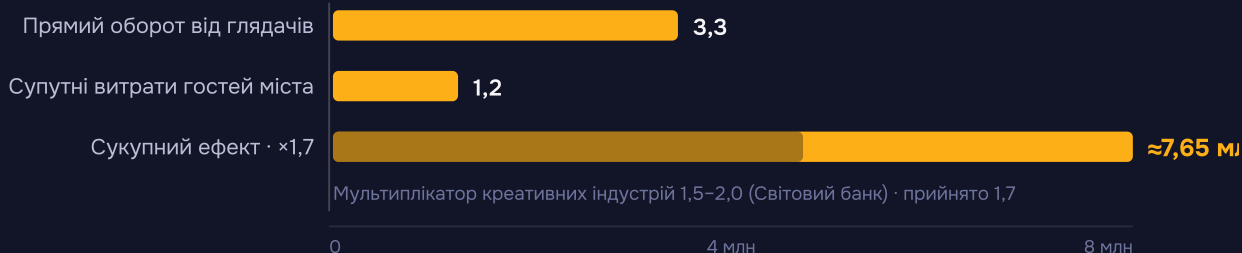
Жоден концерт не створює цінність лише через продаж квитків. Насправді одна подія запускає

ланцюг економічної активності. **Прямий ефект** — продаж квитків, оренда простору, технічне забезпечення, робота персоналу. **Непрямий ефект** — ресторани, кав'ярні, таксі, готелі, поліграфія, рекламні агентства, фото- та відеозйомка, кейтеринг, локальні постачальники. **Індукований ефект** — зароблені кошти знову витрачаються всередині регіону: працівники отримують зарплату, користуються місцевими послугами, купують товари та підтримують інші підприємства.

Таким чином кожна культурна подія створює **економічний мультиплікатор**. За оцінками Світового банку, інвестиції у креативну індустрію генерують мультиплікатор ~1,5–2,0: одна гривня прямого витрачання дає 1,5–2 гривні валового продукту.

ОЦІНКА РІЧНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ALIVE

Консервативна модель · млн грн на рік · ~80 подій, середня аудиторія ~80 осіб, квиток ~250 грн + додатковий чек ~300 грн



Додатково: ~20–30 прямих робочих місць (сезонні + постійні) та ~15–20 робочих місць у суміжних секторах. Оцінки консервативні й потребують уточнення, але навіть така модель показує: діяльність ALIVE щорічно генерує мільйони гривень економічної активності в регіоні.

■ ЕКОНОМІЧНА РОЛЬ ALIVE ДЛЯ УЖГОРОДА

1. Підтримка малого бізнесу. Кожна подія збільшує відвідуваність прилеглих закладів — ресторанів, кав'ярень, магазинів, сервісних підприємств. Для малого бізнесу культурний центр означає регулярний потік клієнтів.

2. Туризм. Приїзд артистів автоматично означає приїзд їхніх команд. Разом із ними місто відвідують глядачі з інших регіонів: бронюють житло, користуються транспортом, харчуються у місцевих закладах, знайомляться з містом. Культурний туризм доповнює традиційний туристичний потенціал Закарпаття.

3. Робочі місця. Навіть одна культурна подія залучає десятки спеціалістів: звукорежисерів, освітлювачів, фотографів, операторів, дизайнерів, SMM-фахівців, охорону, адміністраторів, волонтерів. У масштабі років це створює стабільний попит на професії креативного сектору.

4. Людський капітал. Найцінніший економічний ресурс XXI століття — талановиті люди. Якщо місто не має культурного життя, молоді спеціалісти дедалі

частіше обирають переїзд. ALIVE працює як фактор утримання людського капіталу. Це складно виміряти фінансово, але саме цей ефект є одним із найцінніших для майбутнього регіону.

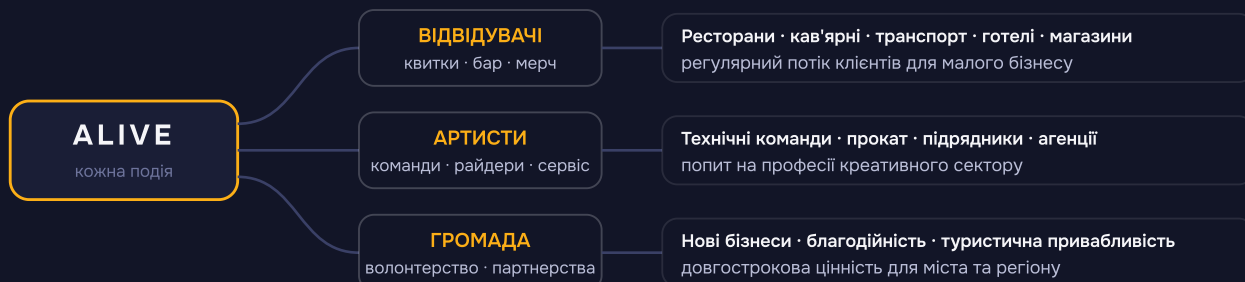
■ КУЛЬТУРНИЙ ЦЕНТР ЯК ЯКІР РОЗВИТКУ

У сучасній урбаністиці використовується поняття **anchor institution** — якірної інституції. Це організація, яка формує навколо себе довгострокову економічну активність. Традиційно такими інституціями є університети, лікарні, великі музеї, наукові центри. Все частіше до цього переліку входять незалежні культурні центри. **ALIVE має потенціал стати саме такою інституцією для Ужгорода.**

Будівництво концертної зали — це капітальні витрати. Створення культурної інституції — це інвестиція у майбутнє міста. Якщо інфраструктура поєднується зі сформованою командою, брендом, аудиторією та партнерською мережею, її економічний ефект накопичується протягом багатьох років. Саме тому підтримка ALIVE має розглядатися як довгострокова стратегія розвитку, а не як одноразове фінансування окремих заходів.

МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКОСИСТЕМИ ALIVE

Три потоки цінності, які запускає кожна подія



АНШЛАГ В ALIVE · КОЖЕН ВЕЧІР ПОВНОГО ЗАЛУ — ЦЕ ТАКОЖ ВЕЧІР ПОВНИХ КАВ'ЯРЕНЬ, ТАКСІ ТА ГОТЕЛІВ НАВКОЛО

ОСВІТА ALIVE.

СТУДІЯ «ЧУЄШ, БАЧИШ»

Від початку діяльності ALIVE будувався не лише як сцена, а як освітня платформа. На базі високотехнологічної студії музичного розвитку «Чуєш, Бачиш» Центр запровадив сучасну медіаосвіту для дорослих та дітей: створення сучасної музики, ді-джеїнг, відеомапінг, звукорежисура та медіавиробництво.

Лекції та практику ведуть визнані в Україні й за кордоном фахівці, які створюють актуальні медіапродукти для кіно, інсталяцій, реклами та відомих артистів. Засновник ALIVE — продюсер і викладач аудіовізуального мистецтва в кількох

медіашколах України та за кордоном, тож центр із самого початку будувався як **технічно й організаційно доросла інституція**.

Результати говорять самі за себе: випускники медіашколи ALIVE їздили у світовий тур із Hans Zimmer, виступали в Royal Albert Hall, ставали дипломантами найбільших фестивалів і самостійно створюють професійні медіаматеріали для реальної роботи. Найкращі студенти отримують можливість видати трек на лейблі **You Are Alive** — партнері всесвітньовідомого Monstercat Silk — та ротацію на радіостанціях-партнерах.

01 КУРС «СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ МУЗИКИ»

12 тижнів практичного продакшену — від налаштування студії до мастерингу та видання треку.

Тижні 1–2	Студія, девайси, індивідуальність артиста
Тижні 3–4	MIDI, ритміка, тональність, синтезатори
Тижні 5–6	Мелодія, структура треку, грув і патерни
Тижні 7–8	Запис аудіо та вокалу, техніки продакшену
Тижні 9–10	Зведення: ефекти, спектр, автоматизація
Тижні 11–12	Постпродакшн, мастеринг, фіналізація

Результат: перша власна композиція + можливість видання на лейблі You Are Alive.

02 КУРС ДІ-ДЖЕЇНГУ ТА МУЗИЧНОГО ПРОДАКШЕНУ

24 заняття · 3 місяці — повний цикл: від історії культури ді-джеїнгу до власного сету в етері.

- обладнання, софт, пошук та сортування музики;
- частоти, ефекти, «непомітне» зведення, вихід із фак-апів;
- зведення у тональність — «колесо камелота»;
- рухи, візуальна складова, сценічний образ;
- створення власного контенту: ремікси, едіти, меш-апи, лупи;
- запис першого сету та ротація на радіостанціях-партнерах.

Результат: володіння DJ-обладнанням, керування танцполом, участь у радіошоу лейблу You Are Alive.

12 тижнів

КУРС СУЧАСНОГО
МУЗИЧНОГО
ПРОДАКШЕНУ

24 заняття

КУРС ДІ-ДЖЕЇНГУ · 3
МІСЯЦІ ПРАКТИКИ

2019

ПЕРШИЙ ШІ-
МЕДІАПРОЄКТ —
ЗАДОВГО ДО БУМУ ШІ

∞

МЕДІАОСВІТА ДЛЯ
ДІТЕЙ І ДОРΟΣЛИХ
БЕЗ ВІКОВИХ МЕЖ



DJ-СЕТ НА «СВЯТІ МУЗИКИ» · СЦЕНА ALIVE – ГОЛОВНИЙ ПРАКТИЧНИЙ МАЙДАНЧИК ДЛЯ СТУДЕНТІВ МЕДІАШКОЛИ

■ ОСВІТА, ВБУДОВАНА В РЕАЛЬНУ СЦЕНУ

Головна відмінність освітньої моделі ALIVE – навчання відбувається всередині живої концертної інфраструктури. Студенти працюють на тому самому обладнанні, на якому виступають професійні артисти: звукова система Adam Hall Curv Custom 500 студійної якості, світло стандарту TLCI-2012, кінотеатральне та стрімінгове обладнання.

Це створює рідкісний освітній цикл: **лекція → практика в студії → виступ перед реальною аудиторією**. «Вільна Сцена» шість років давала перший мікрофон людям, які ніколи не виступали публічно, – і частина з них сьогодні збирає повні зали самостійно. Виконавець IHRYK після яскравого

виступу на The Room Fest вже за місяць отримав окремий сольний концерт.

Медіашкола також стала джерелом стійкості проєкту: приватні уроки сучасної музики, звукозапис і продакшн – серед джерел, які дозволили ALIVE жодного разу не звернутися по грантові кошти.

■ ОСВІТНЯ ВЕРТИКАЛЬ КАМПУСУ

У моделі ALIVE Campus 2035 освітній центр стає однією з ключових функцій: лекції, майстер-класи, навчальні програми, дитячі студії, мовні курси та музична освіта працюватимуть щодня – незалежно від концертного календаря. Комплекс студій (звукозапис, подкасти, відеозйомка, фотостудія, монтажні кімнати) перетворює кампус на повноцінний навчально-виробничий цикл для креативних індустрій регіону.

Випускники медіашколи ALIVE їздили у світовий тур із Hans Zimmer і виступали в Royal Albert Hall. Регіональна школа може готувати фахівців світового рівня — якщо вона працює на світовому рівні сама.

ФАКТ 08 · МЕДІАШКОЛА ALIVE

ЧОМУ ДЕВЕЛОПЕРАМ ПОТРІБЕН **ALIVE**

Протягом останніх двадцяти років девелопмент зазнав фундаментальних змін. Якщо раніше головною конкурентною перевагою житлового комплексу були місце розташування, архітектура або ціна, то сьогодні дедалі більшого значення набуває інше питання: який спосіб життя пропонує цей простір?

Покупці більше не обирають лише квартиру. **Вони обирають середовище.** Саме тому найуспішніші світові девелоперські проекти інтегрують у свої концепції не лише житло й комерційні площі, а й громадські простори, парки, школи, спортивні об'єкти та культурні центри. У цьому контексті ALIVE є не орендарем і не оператором концертного майданчика. Він є готовою інституцією, здатною створити цінність для всієї території.

■ ЯК КУЛЬТУРА ЗМІНЮЄ ЦІНУ НЕРУХОМОСТІ

У міжнародній практиці добре відомий феномен культурної капіталізації територій. Його суть: сильна культурна інституція підвищує привабливість району для життя, роботи та відпочинку. Це відбувається поступово. Спочатку зростає відвідуваність. Потім відкриваються нові кафе, ресторани, коворкінги та

сервісні бізнеси. Згодом район отримує власну репутацію. Після цього зростає попит на нерухомість. І лише потім збільшується її ринкова вартість.

Культура не створює цей ефект самотійно, але дуже часто стає його першим каталізатором.

■ ALIVE ЯК ЯКІРНИЙ РЕЗИДЕНТ

У девелопменті існує поняття якірного резидента (anchor tenant). Традиційно ним є супермаркет, фітнес-клуб або великий магазин, який забезпечує стабільний потік людей. Однак сучасні змішані квартали дедалі частіше використовують іншу модель: якірною інституцією стає культурний центр.

Чому? Тому що він працює не лише вдень. Він створює життя ввечері. У вихідні. Під час свят. Протягом року. Це означає постійний рух людей, який підтримує всю навколишню комерційну інфраструктуру.

ALIVE уже має те, що більшість нових просторів лише намагаються створити: **впізнаваний бренд, сформовану аудиторію, професійну команду, партнерську мережу, репутацію, довіру громади.** Саме тому його інтеграція в новий девелоперський проект може принести результат значно швидше, ніж створення нового культурного бренду «з нуля».



ЗАЛ ALIVE З БАЛКОНА · ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ПРОСТІР, ЩО ГЕНЕРУЄ ТРАФІК ДЛЯ ВСЬОГО КВАРТАЛУ – ±500 ГОСТЕЙ НА ПОДІУ

■ П'ЯТЬ ПЕРЕВАГ ДЛЯ ЗАБУДОВНИКА

01 ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ

Ринок житлової нерухомості стає дедалі конкурентнішим — архітектурою вже важко здивувати. Культурна інституція створює унікальну перевагу, яку практично неможливо швидко скопіювати.

02 ПІДВИЩЕННЯ ЛІКВІДНОСТІ

Люди охочіше купують нерухомість у районах з активним громадським життям. Культура робить район упізнаним, упізнаність підвищує попит, попит впливає на ліквідність.

03 БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЇ

Ідентичність району формується не рекламними кампаніями, а досвідом людей. Якщо район асоціюється з концертами, мистецтвом і освітою — він живе власним культурним життям.

04 ESG ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Міжнародні інвестори оцінюють проекти за критеріями ESG. Партнерство з культурною інституцією — довгострокова інвестиція у громаду, освіту та людський потенціал.

05 ДОВГОСТРОКОВА ЦІННІСТЬ

Магазини переїжджають, орендарі змінюються. Культурні інституції, які здобули довіру громади, стають частиною ідентичності місця — і створюють сталу додану вартість.

→ ЗАМІСТЬ РОКІВ — СТАРТ ОДРАЗУ

Побудувати простір і шукати оператора — роки формування репутації. Інтегрувати ALIVE — отримати історію, команду, місію, партнерів, аудиторію та досвід масштабних проектів з першого дня.

■ МОЖЛИВІ МОДЕЛІ ПАРТНЕРСТВА

A КУЛЬТУРНИЙ КАМПУС

Окрема будівля, що працює як незалежний культурний центр із концертною залом, освітніми просторами, студіями та коворкінгом.

B ЦЕНТРАЛЬНИЙ ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР

ALIVE стає головною точкою тяжіння нового району, забезпечуючи регулярні події та активне громадське життя.

C КРЕАТИВНИЙ КЛАСТЕР

Поеднання культури, малого бізнесу, творчих студій, гастрономії та підприємництва в єдиній екосистемі.

D ФЛАГМАНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ПАРТНЕР

ALIVE відповідає за культурне програмування всієї території: фестивалі, сезонні події, освітні програми та міські святкування.

Для девелопера ALIVE — це не витрата і не благодійний проект. Це стратегічний партнер, який уже володіє тим, що найважче створити самостійно: довірою, репутацією, професійною командою та активною спільнотою.

У сучасному девелопменті перемагають не ті, хто буде більше квадратних метрів. Перемагають ті, хто створює місця, до яких люди прагнуть повертатися. Саме таку роль може виконувати ALIVE.

«Додана вартість» — це різниця між квадратними метрами і місцем, куди хочуть приходити. Приміщення з ALIVE всередині коштує більше, ніж те саме приміщення без нього — і генерує трафік для всього навколо.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

У XXI столітті культура стала інструментом міського розвитку. Найуспішніші міста світу інвестують у культурну інфраструктуру не лише заради мистецтва, а й заради **економіки, туризму, людського капіталу та конкурентоспроможності**.

01 БІЛЬБАО, ІСПАНІЯ · КУЛЬТУРА ЯК КАТАЛІЗАТОР ВІДРОДЖЕННЯ

Наприкінці XX століття Більбао переживав серйозну кризу: закриття промислових підприємств, безробіття, занепад міського середовища. Місто зробило нестандартний крок – інвестувало у нову культурну інфраструктуру. Музей Гуггенхайма приносить місту додатково **≈€400 млн на рік** за рахунок туризму і супутніх витрат.

Урок для ALIVE: культурний центр не вирішує всі проблеми міста самостійно, але може стати точкою, навколо якої починається комплексне оновлення території.

02 ЛОНДОН, ВЕЛИКА БРИТАНІЯ · КОЛИШНІ ПРОМИСЛОВІ РАЙОНИ

У багатьох районах Лондона саме творчі простори першими з'являлися на територіях, які втратили економічну функцію. Через кілька років приходили кав'ярні, потім ресторани, офіси, житлова забудова. Tate Modern на Bankside за 5 років згенерував **≈£100 млн** економічного ефекту для району.

Урок для ALIVE: інтеграція культурного центру в новий район може значно прискорити його розвиток і сформувати позитивний образ ще до завершення забудови.

03 КОПЕНГАГЕН, ДАНІЯ · КУЛЬТУРА ЯК ЩОДЕННЕ ЖИТТЯ

Данські міста демонструють інший підхід: культурні простори не існують окремо від міста – вони інтегровані у щоденне життя. Лекції, концерти, освітні програми, виставки, дитячі майстерні та публічні дискусії відбуваються в одному просторі протягом усього року. Культура – ключовий інструмент політики «креативного міста».

Урок для ALIVE: найбільший потенціал Центру полягає не у проведенні кількох великих фестивалів, а у формуванні місця, яке живе щодня.

04 ПОЛЬЩА · КУЛЬТУРНІ ЦЕНТРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Після вступу до ЄС багато польських міст системно інвестували в сучасні культурні центри. Їхня роль – не лише мистецькі події: освіта, міжнародні проекти, робота з молоддю, підтримка місцевих митців, розвиток туризму, формування міського бренду.

Урок для ALIVE: Закарпаття має схоже географічне положення та потенціал для розвитку транскордонних культурних програм із Словаччиною, Угорщиною, Польщею та Румунією.

■ **ЩО ОБ'ЄДНУЄ ВСІ УСПІШНІ ПРИКЛАДИ**

Вони працюють постійно. Не кілька разів на рік. Не лише у фестивальний сезон. А щодня.

Вони формують спільноту. Люди приходять не лише на концерт — вони приходять у місце, яке вважають «своїм».

Вони поєднують різні функції. Культура, освіта, підприємництво, громадська активність, волонтерство, туризм — усе працює як єдина система.

Вони мислять десятиліттями. Успішні інституції не планують лише наступний сезон. Вони планують розвиток міста на покоління вперед.

■ **ЧОМУ САМЕ ЗАРАЗ**

Закарпаття переживає період глибокої трансформації. Регіон дедалі більше інтегрується в

європейський економічний простір, зростає роль міжнародних партнерств, підвищується увага до якості міського середовища. Сюди релокувалися бізнеси, студії, тисячі людей, звиклих до великого культурного життя у своїх містах.

Ужгород лежить за ≈ 3 км від кордону зі Словаччиною (ЄС), Кошице з аеропортом — за годину їзди. Історично саме прикордонні міста першими стають воротами країни після завершення активної фази війни. **Культурна інфраструктура, яка вже існує й працює, — це не благодійність, а інвестиція на випередження.**

У таких умовах культурна інфраструктура перестає бути другорядною — вона стає одним із факторів конкурентоспроможності території. Саме тому сьогодні створення сучасного культурного кампусу може мати значно більший ефект, ніж це було можливим десять років тому.

ПОРІВНЯННЯ ЗІ СВІТОВИМИ МОДЕЛЯМИ

Критерії успішних культурних центрів · стан ALIVE

КРИТЕРІЙ	СВІТОВІ КУЛЬТУРНІ ЦЕНТРИ	ALIVE
Сильний бренд	✓	✓ сформовано
Постійна спільнота	✓	✓ сформовано
Освітня діяльність	✓	✓ сформовано
Концертна діяльність	✓	✓ сформовано
Благодійні програми	частково	✓ сформовано
Партнерство з бізнесом	✓	потенціал високий
Інтеграція в девелопмент	✓	потенціал дуже високий
Міжнародні програми	✓	потенціал високий
Туристичний вплив	✓	потенціал високий

За роки роботи ALIVE уже створив найскладніший актив — довіру людей. Наступним кроком має стати розвиток інфраструктури, яка відповідатиме масштабу цієї довіри та дозволить виконувати функції найуспішніших культурних інституцій Європи.

Міжнародний досвід переконливо демонструє: культурні інституції здатні змінювати траєкторію

розвитку міст. ALIVE уже довів життєздатність, сформував команду, спільноту та репутацію.

Наступний крок — не створення нової організації, а масштабування вже існуючої інституції. Для Ужгорода це може стати одним із найважливіших урбаністичних проєктів десятиліття.

SWOT-АНАЛІЗ

ALIVE ART CENTER

Мета розділу – визначити внутрішні сильні та слабкі сторони ALIVE, а також зовнішні можливості й ризики, щоб сформуванати основу для стратегічного розвитку Центру до 2035 року.

За роки діяльності ALIVE накопичив значний нематеріальний капітал: репутацію, довіру аудиторії,

професійну команду та широку партнерську мережу. Саме ці активи є його головною конкурентною перевагою. Водночас відсутність власної довгострокової інфраструктури обмежує можливості масштабування. Отже, головне стратегічне завдання полягає не у створенні нового бренду, а у **створенні умов для розвитку вже сформованої інституції**.

S · СИЛЬНІ СТОРОНИ

- Відомий культурний бренд Закарпаття
- Сформована й лояльна спільнота
- Професійна команда з практичним досвідом
- Репутація надійного партнера
- Досвід роботи під час пандемії та війни
- Благодійний та соціальний авторитет
- Налагоджені контакти з артистами й партнерами
- Власна технічна база світового рівня

W · СЛАБКІ СТОРОНИ

- Відсутність власного довгострокового простору
- Залежність від подієвих доходів
- Обмежені адміністративні ресурси
- Високе навантаження на команду
- Недостатній резервний фонд для розвитку
- Відсутність постійних джерел операційного фінансування
- Обмежені можливості масштабування без нової інфраструктури

O · МОЖЛИВОСТІ

- Створення нового культурного кампусу
- Партнерство з девелоперами
- Розвиток міжнародних програм
- Залучення європейських фондів (Creative Europe)
- Створення творчих резиденцій
- Освітні програми нового покоління
- Розвиток культурного туризму

T · РИЗИКИ

- Тривала війна та економічна нестабільність
- Скорочення грантового фінансування
- Конкуренція за увагу аудиторії
- Відтік молоді з регіону
- Зростання операційних витрат
- Нестабільність законодавства та економіки
- Втрата команди через нестачу ресурсів

■ НАЙБІЛЬШИЙ АКТИВ — ДОВІРА

Будівлю можна збудувати. Обладнання можна придбати. Рекламу можна купити. Довіру громади неможливо створити швидко. Саме вона є головним капіталом ALIVE. Протягом кількох років Центр послідовно демонстрував професійність, відкритість та відповідальність, завдяки чому сформував спільноту людей, які асоціюють ALIVE з якісними подіями та важливими соціальними ініціативами.

■ РЕПУТАЦІЯ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА

Для нової культурної організації найважчим є перший етап — довести свою спроможність. ALIVE цей етап уже пройшов. Він має сформований бренд, який впізнають не лише в Ужгороді, а й за межами Закарпаття. Для потенційних партнерів це означає менший ризик і швидший старт нових проєктів.

■ ГНУЧКІСТЬ

Пандемія COVID-19 та повномасштабна війна стали випробуванням для всієї культурної сфери. ALIVE зміг адаптувати свою діяльність до нових умов — це свідчить про високу організаційну стійкість та здатність швидко реагувати на зміни.

■ ІНФРАСТРУКТУРНЕ ОБМЕЖЕННЯ

Головним фактором, який стримує розвиток ALIVE, є відсутність власного сучасного простору. Через це Центр не може повною мірою розширити календар подій, створити постійні освітні програми, відкрити творчі резиденції та працювати з міжнародними партнерами на довгостроковій основі.

■ ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ МОДЕЛІ

Подієва діяльність забезпечує обіг коштів, але не завжди створює достатній ресурс для стратегічних інвестицій. Майбутня модель ALIVE має поєднувати доходи від подій, грантове фінансування, партнерства, корпоративні програми, оренду просторів, благодійні внески та меценатство. Україна ще тривалий час працюватиме в умовах економічної турбулентності — тому **жодне джерело не повинно бути критично домінуючим**.

■ ЗБЕРЕЖЕННЯ КОМАНДИ

Будь-яка культурна інституція існує завдяки людям. Якщо розвиток затягується на роки, виникає ризик втрати ключових спеціалістів. Саме тому створення стабільної моделі роботи є стратегічно важливим уже на першому етапі дорожньої карти.

SWOT-висновок: основні виклики ALIVE пов'язані не з відсутністю попиту чи довіри, а з обмеженнями інфраструктури. Це означає, що інвестиції у створення сучасного культурного кампусу мають потенціал принести **непропорційно великий ефект**. У більшості випадків організаціям спочатку доводиться будувати репутацію, а потім інфраструктуру. У випадку ALIVE перший етап уже пройдено.

Головне питання сьогодні полягає не в тому, чи потрібен ALIVE Закарпаттю. Питання полягає в тому, чи скористається регіон можливістю масштабувати вже сформовану культурну інституцію, яка має всі передумови стати одним із символів сучасної України.

Проведений аналіз демонструє, що ALIVE перебуває у рідкісній стратегічній ситуації: наступний етап розвитку може бути значно швидшим і результативнішим, ніж у типовій культурній організації, — за умови своєчасного інфраструктурного рішення.



РОЗДІЛ 11 · КОНЦЕПЦІЯ КАМПУСУ НОВОГО ПОКОЛІННЯ

ALIVE CAMPUS 2035

Не просто нова будівля для ALIVE — модель культурної інфраструктури, яка визначатиме розвиток Ужгорода та Закарпаття протягом наступних десятиліть. Простір, який працює **сім днів на тиждень, дванадцять місяців на рік**.

МИСТЕЦТВО

ОСВІТА

ПІДПРИЄМНИЦТВО

ІННОВАЦІЇ

ГРОМАДСЬКЕ ЖИТТЯ

ALIVE Campus 2035 — це багатофункціональний культурний комплекс, який поєднує мистецтво, освіту, підприємництво, інновації та громадське життя. Його головна місія полягає не лише у проведенні концертів. Він має стати місцем, де люди навчаються, створюють нові проекти, відкривають бізнеси, знаходять партнерів, розвивають українську культуру та формують майбутнє регіону.

Проект базується на п'яти фундаментальних принципах. **Відкритість** — кампус має бути доступним незалежно від того, чи проходить концерт; людина

повинна мати причину прийти сюди навіть у звичайний понеділок. **Багатофункціональність** — один простір, багато сценаріїв: вранці освітні програми, удень коворкінг, увечері концерт, у вихідні фестиваль. **Самоокупність** — сучасний культурний центр не може існувати виключно за рахунок грантів; його економічна модель має бути диверсифікованою. **Українська ідентичність** — місце розвитку сучасної української культури, відкрите до міжнародної співпраці. **Європейський рівень** — архітектура, сервіс, технічне оснащення та програмна діяльність мають відповідати найкращим практикам сучасних культурних центрів.

■ ПРОСТОРОВА СТРУКТУРА КАМПУСУ

01 ВЕЛИКА КОНЦЕРТНА ЗАЛА

Концерти, театральні постановки, конференції, міжнародні форуми, кінопокази. Місткість: **800–1200 місць**.

02 МАЛА СЦЕНА

Джаз, стендап, камерні концерти, незалежний театр, літературні вечори. Місткість: **150–300 осіб**.

03 ОСВІТНІЙ ЦЕНТР

Лекції, майстер-класи, навчальні програми, дитячі студії, мовні курси, музична освіта — щодня, незалежно від афіші.

04 CREATIVE HUB

Простір для дизайнерів, музичних продюсерів, стартапів, архітекторів, митців, відеопродакшену та креативних індустрій.

05 КОВОРКІНГ

Робочі місця для фрилансерів, підприємців, громадських організацій і творчих команд.

06 СТУДІЇ

Звукозапис, подкасти, відеозйомка, фотостудія, монтажні кімнати — повний виробничий цикл медіа.

07 ВИСТАВКОВИЙ ПРОСТІР

Змінні експозиції: сучасне мистецтво, фотографія, цифрове мистецтво, інтерактивні виставки.

08 РЕЗИДЕНЦІЇ

Апартаменти для українських та міжнародних митців, музикантів, письменників і дослідників.

09 ВІДКРИТА ПЛОЩА

Головний громадський простір: фестивалі, кінопокази, ярмарки, благодійні заходи, великі міські святкування.

Комерційна складова. Щоб забезпечити фінансову стійкість, кампус має поєднувати культурну місію з економічно активними функціями. Можливі резиденти: книгарня, магазин українського дизайну, кафе, ресторан, музичний магазин, арт-шоп, конференц-зали, оренда студій.

Такі сервіси не лише забезпечують додаткові доходи, а й створюють причини відвідувати кампус щодня — навіть коли у великій залі немає подій. Саме щоденний трафік перетворює культурний об'єкт на живий міський простір.

ОРІЄНТОВНА МОДЕЛЬ ДОХОДІВ КАМПУСУ

Частка джерела в довгостроковій моделі · %



Жодне джерело не є критично домінуючим — саме така модель забезпечує стійкість до економічних криз.

Уявімо Ужгород у 2035 році. Вдень тут лекції, творчі студії, подкасти, зустрічі підприємців і студентів. Увечері відкривається велика концертна зала. У дворі — ярмарок локальних виробників. У резиденціях працюють митці з України, Словаччини, Угорщини, Польщі та Румунії. Тут формується не лише культурний календар. Тут формується нова міська ідентичність.

→ ЗАКЛЮЧНИЙ ВИСНОВОК

ALIVE Campus 2035 — це не архітектурний проект і не бізнес-план окремої організації. Це стратегія розвитку міста через культуру. У новому світі перемагають не ті міста, які мають найбільше квадратних метрів. Перемагають ті, які створюють середовище, де люди хочуть залишатися, творити й будувати своє майбутнє. Саме таким середовищем може стати ALIVE Campus.

■ ПОТЕНЦІЙНІ ПАРТНЕРИ КАМПУСУ

■ МІСТО

Розвиток громади, культурна політика, туристичне позиціонування.

■ ДЕВЕЛОПЕР

Створення нового міського району, бренд території, довгострокова додана вартість нерухомості.

■ БІЗНЕС

Корпоративні події, спонсорські програми, соціальні інвестиції.

■ УНІВЕРСИТЕТИ

Дослідження, стажування, спільні освітні проекти.

■ МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Гранти, культурні обміни, творчі резиденції, міжнародні фестивалі.

■ ОЧІКУВАНИЙ ВПЛИВ ДО 2035 РОКУ

- головна культурна інституція Закарпаття;
- один із провідних незалежних культурних центрів України;
- центр транскордонної культурної співпраці;
- платформа розвитку креативної економіки регіону;
- точка тяжіння для молоді, туристів, митців та інвесторів.



СЦЕНА ЧЕКАЄ · КОМАНДА, ОБЛАДНАННЯ, РЕПУТАЦІЯ Й АУДИТОРІЯ ВЖЕ Є — БРАКУЄ ЛИШЕ СТІН, У ЯКИХ ЗНОВУ УВІМКНЕТЬСЯ СВІТЛО



ФІНАНСОВА МОДЕЛЬ

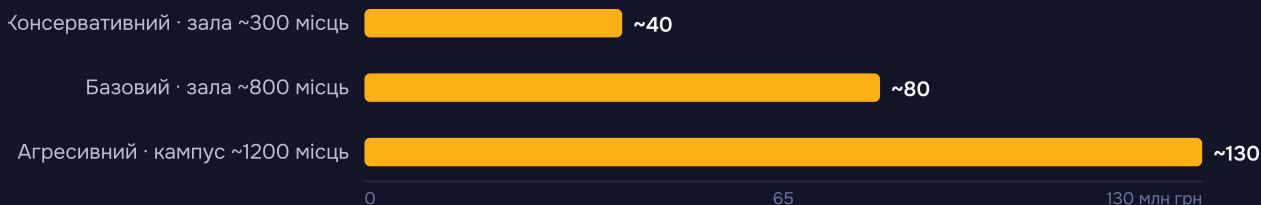
Для реалізації ALIVE Campus розглянуто три сценарії масштабу — консервативний, базовий та агресивний. Оцінки орієнтовні та мають уточнюватися з урахуванням реального ринку праці й вартості будівництва на 2026–2030 роки на етапі техніко-економічного обґрунтування.

У базовому сценарії очікується, що ALIVE щорічно генерує близько 10 млн грн доходу (квитки, оренда,

курси, події) при витратах ~8 млн грн (штат, обслуговування, маркетинг). Річний профіцит і частка донорських надходжень забезпечують самофінансування. У консервативному варіанті програма скромніша — потрібна більша зовнішня підтримка. Агресивний сценарій потребує значних інвестицій, але найшвидше виходить на окупність.

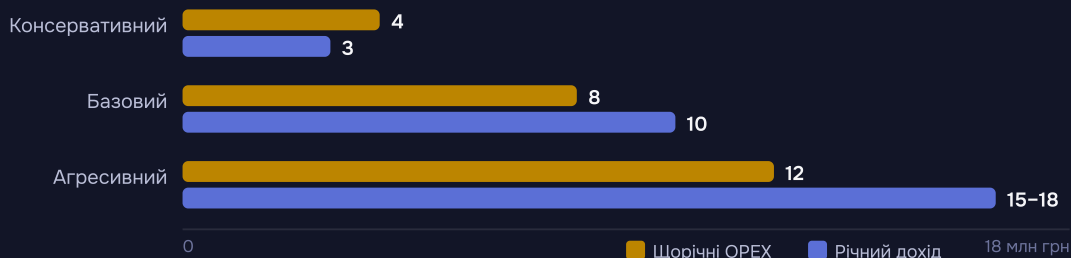
КАПІТАЛЬНІ ВИТРАТИ ЗА СЦЕНАРІЯМИ

CAPEX · млн грн



ОПЕРАЦІЙНА МОДЕЛЬ ЗА СЦЕНАРІЯМИ

Щорічні OPEX проти річного доходу · млн грн



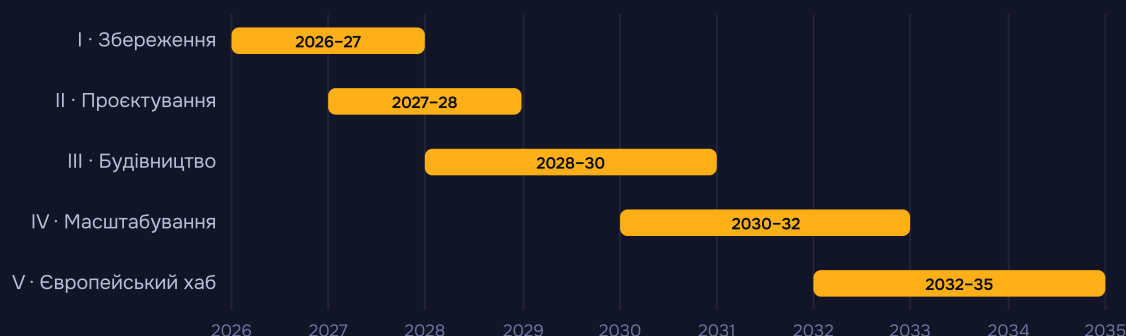
Базовий сценарій: велика зала ~800 місць + медіашкола, студії, кафе — диверсифіковані джерела доходу виводять модель у профіцит. Консервативний потребує підтримки; агресивний — інвесторського запиту, але з найшвидшою окупністю.

ДОРОЖНЯ КАРТА

Стратегічна мета: перетворити ALIVE із незалежного культурного центру на одну з ключових культурних інституцій України та головний центр креативної економіки Карпатського регіону. Розвиток поділено на п'ять етапів.

П'ЯТЬ ЕТАПІВ · 2026–2035

Періоди реалізації етапів дорожньої карти



I ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПЕРЕЗАПУСК · 2026–2027

Мета: зберегти команду, бренд і спільноту після завершення діяльності у попередньому просторі. Виїзні події, підтримка присутності бренду, переговори з містом та бізнесом, формування концепції Campus.

KPI: збереження ядра команди · ≥ 20 виїзних подій на рік · готовий концепт-документ · запуск фандрейзингової кампанії.

II ПРОЄКТУВАННЯ · 2027–2028

Мета: підготувати кампус до реалізації. Архітектурний конкурс, вибір земельної ділянки, техніко-економічне обґрунтування, пошук міжнародних партнерів, фінансова модель.

KPI: затверджена концепція та бюджет · підписані меморандуми про співпрацю · міжнародна експертна підтримка · пакет грантових заявок.

III БУДІВНИЦТВО · 2028–2030

Мета: створення фізичної інфраструктури нового покоління: велика й мала сцени, освітній центр, креативний хаб, студії, виставковий простір, громадська площа.

KPI: завершення будівництва за графіком · технічне оснащення · операційна команда · тестові програми.

Ризики: зростання вартості будматеріалів, форс-мажори, недофінансування.

IV МАСШТАБУВАННЯ · 2030–2032

Мета: перетворити ALIVE на центр культурного життя Карпатського регіону: міжнародні фестивалі, резиденції митців, конференції, освітні програми, партнерства з університетами.

KPI: +50% відвідувачів за рік · 5+ міжнародних партнерів · 2–3 нові резиденції · фінансова стабілізація · зростання турпотoku.

V ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ХАБ · 2032–2035

Мета: закріпити ALIVE серед провідних незалежних культурних інституцій Центральної Європи: транскордонні проекти, європейські фестивалі, культурна дипломатія, експорт української культури.

KPI: міжнародне визнання · участь у 2+ європейських програмах · стабільна операційна модель · бездефіцитна річна модель доходів.

■ СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ДО 2035 РОКУ

■ КУЛЬТУРА

Найпотужніша незалежна культурна платформа Західної України; підтримка сучасного українського мистецтва; розвиток локальних митців.

■ ОСВІТА

Постійний центр навчання для креативних індустрій; підтримка молодих організаторів; міжнародні освітні програми.

■ ЕКОНОМІКА

Розвиток малого бізнесу; культурний туризм; нові робочі місця у креативному секторі.

■ МІСТО

Новий культурний район; міжнародна впізнаваність Ужгорода; громадський простір нового покоління.

Джерела фінансування. Для стійкості проекту доцільно використовувати змішану модель: публічний сектор (місцевий бюджет, державні програми, партнерство з громадами), міжнародні програми (грантові фонди, культурні програми ЄС), приватний сектор (девелопери, корпоративні партнери, благодійні фонди, меценати) та власні доходи (квитки, оренда, освітні програми, конференції, комерційні резиденти, мерчандайзинг).

Показники успіху. До 2035 року успіх ALIVE варто оцінювати не лише фінансовими результатами. Ключові індикатори: рівень довіри громади, культурний вплив, кількість міжнародних партнерств, внесок у розвиток міста, економічний мультиплікаційний ефект, розвиток молодих талантів, якість міського середовища.

Ця дорожня карта не є жорстким планом. Вона є рамкою, яка дозволяє адаптуватися до нових викликів, не втрачаючи головної місії. Будівлі можуть змінюватися. Формати можуть еволюціонувати. Але місія ALIVE залишається незмінною: **створювати простір, у якому культура стає рушієм розвитку людей, міста та регіону.**

ІСТОРІЯ, ЯКА ЛИШЕ ПОЧИНАЄТЬСЯ

Будь-яку культурну інституцію можна оцінювати по-різному. За кількістю проведених концертів. За відомими артистами. За площею будівлі. За бюджетом. За кількістю квитків. Усе це важливо. Але справжня цінність культури майже ніколи не вимірюється цифрами. Її можна побачити лише через роки.

Коли дитина, яка вперше потрапила на концерт, сама стає музикантом. Коли відвідувач лекції відкриває власний бізнес. Коли волонтер створює громадську організацію. Коли художник знаходить своє покликання. Коли молода людина вирішує залишитися в рідному місті, бо відчуває, що саме тут може реалізувати свої мрії.

Саме так працюють справжні культурні інституції. Вони не змінюють світ миттєво. Вони змінюють людей. А люди змінюють міста.

■ КУЛЬТУРА — ЦЕ ІНФРАСТРУКТУРА МАЙБУТНЬОГО

Довгий час в Україні культуру сприймали як сферу дозвілля. Щось приємне. Корисне. Але необов'язкове. Проте досвід найуспішніших міст світу доводить інше. Культура є такою самою інфраструктурою, як дороги, університети, лікарні чи парки. Вона створює середовище. Формує довіру. Приваблює таланти. Об'єднує громаду. Народжує нові ідеї. Саме тому інвестиції в культуру — це інвестиції в конкурентоспроможність регіону.

■ ІСТОРІЯ ALIVE — ЦЕ ІСТОРІЯ ЛЮДЕЙ

Будівлі можуть зникати. Команди можуть змінюватися. Технології швидко застарівають. Але людські історії залишаються. За роки існування ALIVE тисячі людей стали частиною його спільноти. Для когось це був перший концерт. Для когось — перша виставка. Для когось — знайомство з майбутніми друзями або партнерами. Для когось — місце, де знову з'явилася віра в силу культури.

Саме ці історії і є головною спадщиною Центру. Їх не можна оцінити балансом чи статистичним звітом. Проте саме вони формують культурну пам'ять міста.

■ ВІД МАЙДАНЧИКА ДО ІНСТИТУЦІЇ

Кожен успішний культурний простір проходить однаковий шлях. Спочатку з'являється ідея. Потім команда. Потім спільнота. Після цього формується довіра. І лише згодом виникає справжня інституція. ALIVE вже пройшов більшу частину цього шляху. Наступний крок — створити середовище, яке дозволить цій інституції розвиватися наступні десятиліття. Йдеться не лише про нову будівлю. **Йдеться про спадщину.**

Справжня спадщина — це не бетон. Не метал. Не сцена. Не обладнання. Справжня спадщина — це культура взаємодії. Це люди, які навчилися довіряти одне одному. Це покоління молоді, яке побачило, що сучасна українська культура може народжуватися не лише у столиці. Це громада, яка зрозуміла, що місто може бути місцем натхнення.

■ ЗАПРОШЕННЯ ДО МАЙБУТНЬОГО

Жоден документ не здатний передбачити майбутнє. Жодна стратегія не гарантує успіх. Але майбутнє завжди починається з рішення. Рішення будувати. Підтримувати. Інвестувати. Довіряти. Співпрацювати.

Ця Біла книга не пропонує готових відповідей на всі питання. Вона пропонує напрямок. Запрошення до спільної роботи. Запрошення до партнерства. Запрошення створити культурну інституцію, яка працюватиме не для одного покоління, а для багатьох.

Історія ALIVE ще не завершена. Можливо, усе, що було досі, — лише перший розділ. Попереду можуть бути нові сцени. Нові проєкти. Нові партнери. Нові міські простори. Нові покоління митців. Нові міжнародні співпраці. І нові історії, які колись також стануть частиною культурної пам'яті Закарпаття.

Майбутнє не виникає само собою. Його створюють люди. І якщо ALIVE зуміє зберегти свою головну цінність — довіру, відкритість і здатність об'єднувати, — то через багато років його згадуватимуть не лише як успішний культурний центр. **Його згадуватимуть як місце, де народилася нова культурна епоха регіону.**



ЛІХТАРИКИ В ТЕМРЯВІ · ТИСЯЧІ ЛЮДЕЙ, ЯКІ СТАЛИ ЧАСТИНОЮ СПІЛЬНОТИ ALIVE

Фінальна теза: культура не є наслідком розвитку міста. **Культура є причиною його розвитку.** Історія ALIVE — це історія віри в те, що навіть невелика команда здатна змінити місто, якщо вона послідовно працює для людей. Саме так починаються великі історії.

МАЄТЕ ПРОСТІР, ІДЕЮ ЧИ ПРОПОЗИЦІЮ?

Ми приходимо з усією концертною технікою, кінотеатром, стрімінговим обладнанням, найкращою звуковою системою, світлом, найбільшою базою клієнтів і досвідом майже 400 подій. Розглядаємо оренду, партнерство і співінвестицію. **Відповідаємо особисто протягом 1–2 днів.**

ШУКАЄМО НОВИЙ ДІМ → [ALIVEARTCENTER.COM/DIM.HTML](https://aliveartcenter.com/dim.html)

ALIVEARTCENTER@GMAIL.COM

УЖГОРОД · ЗАКАРПАТТЯ