

Креативні та культурні індустрії як чинники розвитку територіальних громад: оцінка та політика капіталізації

Автори:

Денис Васильєв, директор Музею історії музичних інструментів «Барабанза» м.Запоріжжя, член ІСОМ комітет СІМСІМ, член експертної ради Українського Культурного Фонду.

Дацко Олеся, д.е.н., доцентка, завідувачка кафедри менеджменту мистецтва Львівської національної академії мистецтв, заступниця голови ГО «Центр суспільних інновацій»

Анотація

У записці розглядаються проблеми неналежної інвентаризованості культурних ресурсів, неефективності фінансових механізмів підтримки ККІ, низького рівня обізнаності про економічний потенціал культури та творчості. Окрема увага приділена ролі війни, яка, попри руйнації стимулює до переосмислення ролі та розвитку ККІ як інструменту відновлення та соціально-економічної трансформації громад.

Записка також пропонує рішення щодо проактивної участі стейкхолдерів у розвитку ККІ, формування локальних кластерів для посилення впливу малого та середнього бізнесу у креативному секторі, переходу до нової економічної моделі, де ключовим ресурсом є творчість та інтелект, а не вичерпні природні ресурси.

Вступ

Фокус розвинених держав на нових підходах до локального розвитку дозволяє виявити значний потенціал ККІ як драйвера прогресу. Велика кількість територіальних громад почала переформатовувати стратегічні візії розвитку під гаслом “Думай глобально - дій локально”, що зумовило переосмислення ролі креативних та культурних індустрій.

Як зазначає ЮНЕСКО, «Культура та творчість є будівельними блоками для майбутнього міст, і в умовах кризи охорони здоров'я цей сектор довів свою важливість, надаючи можливість формувати краще майбутнє для міст. Креативні міста є ключовими партнерами ЮНЕСКО для місцевого впровадження Порядку денного ООН на період до 2030 року, заохочуючи міста використовувати інновації, нові технології та креативність для сталого міського розвитку. УССН також є частиною Платформи міст ЮНЕСКО, збірки з восьми програм ЮНЕСКО, присвячених містам, чий міжсекторальний підхід створює синергію між різними міськими вимірами».

Реформа місцевого самоврядування, яку активно реалізують в Україні з 2016 року, визначила пріоритетом самодостатність та спроможність територіальних громад. В процесі реформи значну кількість закладів культури передали на баланс місцевих громад, втім де-факто не відбувалася фінансова децентралізація, і централізація зведеного бюджету України склало пона 85 % у 2023 році¹. Причому така централізація спостерігалася і в період відсутності воєнного стану,

¹ Бюджет України. Ціна держави. URL: <https://cost.ua/byudzheth-ukrayiny/>

Це призвело до неспроможності більшості громад, які не отримали належні ресурси розвитку утримувати навіть критичну культурну інфраструктуру, що зумовило закриття, реорганізації великої кількості публічних закладів культури, і в багатьох селах у пішохідній доступності взагалі відсутні інституції культури, крім церкви. Процес об'єднання територіальних громад спричинив істотну турбулентність та невизначеність в управлінні, а також необхідність побудови нових моделей управління та розвитку культури, в тому числі економічні. Втім, оскільки на місцевому рівні більшість представників місцевого самоврядування не мали належних компетенцій щодо активізації потенціалу ККІ, розвиток культури більшості громад звівся до утримання та виживання закладів культури у кращому випадку – їх трансформації у центри спільнототворення, центри надання культурних послуг. Втім системну капіталізацію потенціалу ККІ можемо спостерігати лише в окремих великих містах, де створена інституційна база, відповідна адміністративна інфраструктура розвитку культури та ККІ зокрема, а також наявні істотні ресурси для таких стимулів. Також в окремих малих громадах ККІ розвиваються завдяки соціокультурним проєктам та грантам, активності стейкхолдерів. Можемо стверджувати про значно більший розвиток ККІ на базі великих міст, і їх занепад в більшості малих громад.

Зважаючи на війну, яка триває в Україні 10-ий рік, розвиток ККІ, зокрема на рівні локальних спільно з урахуванням загальнодержавного статусу та пріоритетів є складовою національної безпеки, що не відображено в стратегічних документах розвитку окремих громад, оскільки саме в цій сфер формується національна ідентичність, система цінностей та основа нації..

У вересні 2022 р. в Брюсселі відбувся воркшоп за участі Платформи культурних зв'язків (CRP), який став частиною мапування потреб сфери ККІ України в умовах війни. В межах якого розроблено та презентовано документ, який представляє попередню оцінку потреб українських діячів культури та картографування контексту в ККІ України, який сфокусований на людях (актори культури, фахівці культури і творчості, культурні оператори) та інфраструктурі розвитку ККІ (структури галузі, закладам, організаціям та мережам)²

Розуміючи значення ККІ для повоєнної відбудови та розвитку держави ініційовано важлива робота щодо дослідження потреб та перспектив розвитку сектора , які здійснюють, зокрема USAID HOVERLA, ГО «Ланка», PPV Knowledge networks, НІСД , ІСК та ін.

Значний прогрес у стратегічному плануванні та розвитку ККІ на рівні територіальних громад формують міжнародний досвід, потенціальні можливості розвитку громад та проєкти, які промотують їх здобутки, налагоджують мережеву співпрацю та соціально-економічний розвиток саме на базі ККІ.

Наголосимо, що суспільне відтворення здійснюється передусім серед функціонування територіальних громад, тому розвиток культури та ККІ на цьому рівні є визначальним.

Втім в умовах війни, а також постійного реформування регіонального розвитку, більшість територіальних громад не мають достатнього досвіду, політичної волі та усвідомлення пріоритетності розвитку ККІ як культурного,

² Needs-assessment-of-Ukrainian-cultural-actors. The Cultural Relations Platform.2022.

<https://www.cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2022/10/Needs-assessment-of-Ukrainian-cultural-actors.pdf>.

націєтворчого, конкурентного сегменту на рівні територіальних громад, у тому числі через такі проблеми та перешкоди:

1. Несформованість політики розвитку ККІ, особливо на місцевому рівні

Загалом в Україні не вибудована вертикаль політики розвитку ККІ від державного до локального і приватного рівня. Тому основними стейкхолдерами розвитку ККІ стають окремі громади, в керівництві яких є освічені люди, які обізнані та усвідомлюють потенціал розвитку ККІ, а також приватні громадські ініціативи (сфокусовані на реалізації культурних проєктів) та та бізнес (розвиває комерційно успішні сектори ККІ, зокрема ІТ, готельно-ресторанний бізнес, рекламу, дизайн, фактично експлуатуючи потенціал культури).

Сформована у 2021 році Рада розвитку креативної економіки стала формальних органом, який не здійснив об'єктивних кроків, і фактично не функціонував.

Тому, як засвідчує аналіз тенденцій розвитку ККІ в Україні (останні дані публікувалися в 2021, статистичні дані щодо створеної доданої вартості у них наведені аз 2019 рік), понад 60 % доданої вартості, яка створювалася у сфері ККІ становила саме додана вартість, створена ІТ, консультаційні послуги, архітектура, дизайн³ (), що засвідчує переважання пріоритетів розвитку саме креативних індустрій перед культурними.

В Довгостроковій стратегії розвитку культури - стратегії реформ⁴ до стратегічних напрямків розвитку культури, зокрема віднесено: “- підтримка інновацій, нових знань, креативних індустрій, що відповідають викликам ХХІ століття.”

Також слід відзначити, що стратегічними цілями цієї стратегії були визначено формування державної підтримки створення національного культурного продукту, яка мала бути спрямована на утвердження сучасної української ідентичності та визнання її у світі та передбачала налагодження ефективної професійної міжсекторної взаємодії на всіх рівнях розвитку сучасних культурних індустрій для просування спільних цінностей, створення нових партнерств, реалізацію ефективних корпоративних міжгалузевих проєктів, підтримку мистецьких проєктів, ініційованих закладами культури, державними та недержавними організаціями культури, незалежними митцями та виконавцями, які спрямовані на створення, розвиток та популяризацію національного культурного продукту.

Крім цього, ця Стратегія системно визначала пріоритети комплексного розвитку культури та продукування культурного продукту, а також зростання попиту на цей продукт, передусім через систему освіти. Втім, на сьогодні в тарстегінмоу плануванні більшості територіальних громад

Розглядаючи ККІ як сегмент створення доданої вартості з дуже істотним потенціалом, а також неконкурентними перевагами завдяки культури,

³ У 2020 році креативні індустрії згенерували 4,2% доданої вартості української економіки URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/u-2020-roci-kreativni-industriyi-zgenerovali-42-dodanoyi-varnosti-ukrayinskoyi-ekonomiki>

⁴ Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку Розпорядження Кабінет Міністрів України від 1 лютого 2016 р. № 119-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/248862610>

пріоритетний сектор створення робочих місць, констатуємо, о він належно не оцінений та не капіталізується, не усвідомлюється та не промотується належно з боку держав, а на рівні територіальних громад немає достатнього досвіду та людського ресурсу розвивати ККІ.

Наприклад, Сектором розвитку креативних індустрій Міністерства культури України у 2018 році було підготовлено посібник про Культурні Маршрути Ради Європи», в якому не наведено жодної інформації про культурні шляхи, які пролягали чи пролягають через Україну⁵. 30 березня 2021 року Україна офіційно приєдналася до Розширеної часткової угоди про культурні маршрути Ради Європи. В Україні наразі відомо про єдину Мережу „Via Regia – культурний шлях Ради Європи“, яка була офіційно створена наприкінці 2009 року і популяризована як культурний проєкт. Зокрема інформація про цей “Королівський шлях” (Via Regia) відсутня в історико-архітектурному опорному плані м.Львова про цей шлях, хоча такий є одним з найважливіших і найцінніших шляхів Європи. В текстових частинах цього документу не відображено ні історію розвитку і становлення цього шляху, ні навіть його загальновідому та вживану назву, немає помарковано на картах плану шляху пролягання Via regia без зазначення, де цей шлях пролягав, його історії і цінності. Фактично в жодному музеї Львова немає цілісної експозиції чи культурного продукту, який би розказував історично коректно та повно про цей шлях та інші шляхи, про які йдеться в посібнику. Тому валоризувати його потенціал складно.

2. Потенціал та культурні ресурси для розвитку ККІ системно не обліковані, не інвентаризовані та не досліджені, особливо на рівні територіальних громад.

Однією з ключових проблем, яка перешкоджає ефективній інтеграції ККІ у стратегічне планування розвитку територіальних громад (ТГ), є відсутність інвентаризації культурних ресурсів. Багато громад не мають чіткого уявлення про власні культурні активи, що значно ускладнює їхнє використання для соціально-економічного розвитку. Відсутність систематизованих даних про культурну спадщину, креативні підприємства та їхній потенціал призводить до того, що культурні ресурси залишаються нереалізованими.

Як зазначалося в попередніх аналітичних записках, в Україні наналежно обліковані люди, об'єкти спадщини, культурна інфраструктура, відтак стан реалізації культурних прав, свобод та інтересів, з'ясувати системно неможливо.

Відмінність ККІ від інших комерційних секторів пов'язані не лише з тим, що ці індустрії дозволяють реалізувати культурні права та обов'язки, але саме тут формуються цінності, національна ідея, критерії естетики та смаки щодо споживання культурного продукту.

Тому тут слід розрізняти дві важливі суспільні функції ККІ:

- **ККІ як соціальна функція і стратегічний сектор формування державності, національної та локальної ідентичності, ціннісних критеріїв життєдіяльності та споживання;**

⁵ .Культурні Маршрути Ради Європи: Практичний посібник. МКУ, 2018 URL: <https://decentralization.ua/uploads/library/file/343/Posibnyk.pdf>

- ККІ як сегмент створення доданої вартості та прибутку.

Намагання сформуванню уявлення про ККІ як винятково сектор формування прибутку є хибним, оскільки навіть прибутковість цього сегменту формується на базі споживання культурного продукту.

Дуже важливо наголосити, що суспільний прояв як продукування ККІ, так і результатів споживання продуктів, створених у цій сфері найперше проявляється на рівні територіальних громад.

Саме тому виявлення, оцінка цінності та потенціалу капіталізації ККІ ресурсів, є не лише економічним, але й безпековим, соціальним та політичним пріоритетом. І основний прояв цього сектора спостерігається саме на локальному рівні, де відбувається виробництво та споживання.

Крім мапування розміщення нерухомих культурних ресурсів, зокрема культурної спадщини, інституцій, культура дозволяє створювати унікальні конкурентні переваги, збільшувати внутрішні ринки, саме фокусуючись на стимулюванні споживання культурного продукту

Інститут стратегії культури м. Львова провів мапування культурних ресурсів міста, втім у зв'язку з воєнними діями доступ до цієї карти був закритий. Більшість територіальних громад такого картування не проводили

Фактично сьогодні більшість територіальних громад України не мають обліковано культурних ресурсів, не оцінюють витрат на їх утримання (крім обов'язкової культурної інфраструктури). Громади також отримали «вікно можливостей» завдяки істотному збільшенню міжнародних донорських коштів та грантів для розвитку культури в Україні, зокрема міжнародним грантовим програмам. Втім більшість громад не усвідомлюють та не знають механізмів, не мають кадрового ресурсу для капіталізації потенціалу ККІ. Крім цього великі грантові проєкти часто вимагають співфінансування з місцевих бюджетів, у той час як більшість малих громад має дуже мінімізовані фінансові ресурси розвитку і на розвиток культури не виділяють кошти взагалі.

Відтак доступ до таких грантових програм отримують переважно великі громади, як і мають істотні бюджети розвитку, а також мають достатнє кадрове забезпечення такої грантової діяльності.

3. Креативні та культурні індустрії часто не враховуються як важливі чинники розвитку, а також пасивність значної кількості громад щодо активізації потенціалу ККІ.

Зважаючи на обмеженість внутрішнього фінансування культури та її розвитку, громади України мають значні можливості для активізації та використання різних можливостей, які сприяють комплексному розвитку ККІ.

Наприклад, мережа культурних міст ЮНЕСКО, на статус яких можуть аплікуватися й українські міста.

Мережа креативних міст ЮНЕСКО (UCCN) створена в 2004 р. для сприяння співпраці з містами та між ними, які визначили креативність як стратегічний фактор для сталого розвитку міст. Номінації, за якими міста включають до цієї мережі станом на сьогодні такі: ремесла та мистецтво, дизайн, кіно, кухня, література, медіаарт, музика ⁶.

⁶ Creative Cities List <https://www.unesco.org/en/creative-cities/grid?hub=80094>

Українські міста, які увійшли до цієї мережі Львів (Місто літератури, ЮНЕСКО, 2015), Одеса, Місто літератури 2019) and Харків (Місто музики, 2021).

Також об'єкти культурної спадщини, внесені до списку об'єктів ЮНЕСКО мають величезний потенціал валоризації, втім дуже часто більшість навіть жителі громад, на території яких розташовані такі об'єкти, нічого про ці об'єкти не знають.

Очевидно, що Україна має значний потенціал в отриманні статусів в цій мережі, втім від належно не актуалізується, передусім самими містами.

Також значний потенціал мають, наприклад, статус культурна столиця Європи, місто літератури ЮНЕСКО, місто ремесел ЮНЕСКО та ін. надають не лише туристичної привабливості, є важливою складовою брендингу територіальних громад, але і потужним стимулом розвитку визначених креативних індустрій.

Як зазначають дослідники з «Креативної Європи», статус «культурна столиця Європи» має істотний економічний ефект на розвиток міст, навіть потужніший, ніж Олімпіади та масштабні промислові виставки, оскільки сталість та вплив цього статусу на розвиток громад є істотним впродовж кількох років і навіть десятиліть, формує бренд громади та мотужно стимулює внутрішній та зовнішній туризм⁷.

Неформальний статус культурної столиці України у 2009 році за результатами експертних досліджень Державної служби туризму і курортів отримало місто Львів, місцева громада навіть за такого неформального статусу істотно покращила бренд міста, зросли потоки внутрішнього та зовнішнього туризму.

Українським культурним фондом було у 2020 році започатковано програму «Культурні столиці України», році було запроваджено номінацію «Культурна столиця України». Переможцями програми у 2021 стали м. Маріуполь (статус «Велика культурна столиця»), та м. Славутич (Мала культурна столиця»).

Така номінація для малих міст від УКФ може істото сприяти розвитку цих громад ще на етапі аплікування завдяк ревізії культурних ресурсів, формування кадрового потенціалу капіталізації.

5. Недослідженість проблеми та негативних тенденцій якості людського капіталу, що не дозволяє якісно проєктувати розвиток не лише ККІ, але і громад загалом.

Розвиток ККІ має включати низку обов'язкових складових, як дають зріз людського «портрету» громади, цінностей цих людей, і тоді потенціал створення доданої вартості та капіталізації.

Оцінка цього потенціалу має фокусуватися обов'язково на таких важливих компонентах розвитку

- **Людський капітал** (креативний потенціал та споживачі товарів і послуг ККІ)
- **Культурні ресурси** (перелік культурних ресурсів, стану їх збереженості та можливостей капіталізації з визначеною метою)
- **Технології** (як катализатори створення доданої вартості)
- **Ринки** (потенційні масштаби збуту продукції ККІ, причому чим більшу частку обіймає внутрішнє споживання, тим ринок стійкіший до глобальних викликів та катаклізмів.)

⁷ <https://creativeeurope.in.ua/posts/european-capitals-of-culture-culturereeload>

Фактично найменш дослідженими та оціненим з позиції розвитку ККІ є людський капітал та культурні ресурси. Але саме людський ресурс є визначальним як з огляду потенціалу розвитку ККІ (продуктів в ККІ є результатом інтелектуальної творчості), так і з позиції споживачів (основним цільовим призначенням продукту в ККІ є емоційний вплив, і те, який емоційний вплив обере споживач, залежить від його способу життя, цінностей, естетичних смаків, релігійних уподобань тощо).

Якісний зріз людських ресурсів проводиться фрагментарно, а виявлені проблеми не враховуються при стратегічному плануванні.

Так, за даними Держстату у структурі споживчих витрат населення України частка витрат на алкоголь, тютюн, наркотики посідає переважно 4 місце за рейтингом (більше витрачають лише на харчування, комунальні послуги та транспорт), і сумарно в структурі витрат ця частка є більшою, ніж сумарні витрати на культуру та освіту.

Дослідження поширення алкоголізму засвідчує про масовість цього явища, та популяризацію таких практик серед дітей. За даними Згідно з опитуванням, проведеним межах проекту ESPAD – Європейське опитування учнів щодо вживання алкоголю та інших наркотичних речовин серед 8509 підлітків до повномасштабного вторгнення, 85,7% підлітків в Україні 14–17 років мали досвід вживання алкоголю, серед них 46,3% вживали алкогольні напої більше десяти разів. Третина опитаних вживала алкоголь протягом останнього місяця, третина відчувала сп'яніння, 12,8% респондентів відповіли про проблеми з батьками через алкоголь.

Наразі ситуація з дитячим алкоголізмом є ще критичнішою. Через доступність і певну легалізацію вживання спиртного, підвищений стрес через війну та проблеми з освітнім процесом підлітки швидко стають залежними, знижують успішність та збиваються зі шляху в пошуках себе⁸.

Очікуване ущільнення населення окремих громад через релокацію, не лише збільшить антропогенне навантаження на соціальну, гуманітарну інфраструктуру, підвищить конкуренцію на ринку праці, але і загострить соціальні проблеми: недостатність місць в закладах освіти, брак соціальної та культурної інфраструктури, що сукупно призведе до зростання соціальної напруги та девіантної поведінки населення, а також це стає чинником культурної деградації, оскільки часто єдиною можливим дозвіллям для молоді в депресивних спальних районах стають вуличні активності, яка розвиває девіантні моделі поведінки, зумовлює зростання наркоманії, алкоголізму, деструктивних життєвих практик, зростання злочинності, що сукупно погіршує якість та умови життя людей.

Деградованому населенню не потрібні якісні культурні практики, вони часто обирають «культурне дозвілля» у вигляді саме споживання алкоголю, тютюну, наркотиків, екранного споживання, що породжує залежності, які замінити позитивними культурними практиками за короткий термін неможливо.

Відповідно можемо говорити про відсутність політики формування попиту на культурний продукт в державі і часто на рівні територіальних громад, що обумовлює заміну цього продукту на інші продукти “емоційного” впливу - тютюн,

⁸ Куріння, вживання алкоголю та наркотичних речовин серед підлітків, які навчаються: поширення й тенденції в Україні за результатами дослідження 2019 року в рамках міжнародного проекту. К.2019 URL: https://www.uisr.org.ua/img/upload/files/B_Report_ESPAD_2019_Internet.pdf

алкоголь, наркотики, комп'ютерні ігри тощо. І ця проблема є однією з найбільших в політиці розвитку культури та ККІ зокрема.

6. Неврахування ККІ у стратегіях розвитку ТГ.

У багатьох випадках місцева влада сприймає культуру виключно в соціальному контексті, недооцінюючи її економічний потенціал. Це призводить до того, що культурні проєкти не розглядаються як пріоритетні у стратегіях розвитку, а їхній потенціал для створення нових робочих місць, залучення інвестицій та формування позитивного іміджу громади залишається невикористаним.

Окремі громади почали стратегічне планування розвитку культури, де фрагментарно описали окремі вектори розвитку креативних та культурних індустрій. Переважно обласні центри мають окремі стратегії розвитку культури, зокрема окремі стратегії розвитку культури прийняті:

- в м. Львові ⁹, втім в цій стратегії не має окремих цілей чи показників розвитку ККІ). У 2019 р. була прийнята Стратегія прориву - 2027¹⁰, в якій сформовані пріоритети щодо розвитку креативного потенціалу, інфраструктури розвитку ККІ, підтримки цієї галузі.
- в м. Рівне прийнята “Стратегія розвитку культури Рівного 2030” ¹¹, яка містить пріоритети щодо розвитку креативних просторів, культурної інфраструктури та підтримки ККІ;
- в м.Луцьк діє Програма розвитку культури Луцької міської територіальної громади на 2022-2025 роки¹² якою пріоритетизовано розвиток креативних індустрій та креативних просторів;
- в м. Маріуполь була прийнята Стратегія розвитку культури м. Маріуполь ¹³, в якій завданням також було визначено збільшити кількість людей, для яких створення та споживання культури є невід'ємною частиною життя, а витрати на культуру - з 0,8% до 2% у 2022 р.

Втім як бачимо, ці стратегії є у великих містах, більшість малих міст чи сільських територіальних громад не мають окремих стратегій розвитку культури, і тим більше ККІ.

7. Невизнання або неусвідомлення економічного потенціалу ККІ громадами

Ще однією проблемою є нерозуміння культурно-креативних індустрій як економічного активу. Багато громад не розглядають культуру та креативність як чинники, що можуть сприяти економічному зростанню. Це обмежує можливості

⁹ Стратегія розвитку культури 2025.
URL: <https://isc.lviv.ua/wp-content/uploads/2019/02/strategiya-rozvytku-kultury-2025.pdf>.

¹⁰ УХВАЛА сесії Львівської міської ради № 5176 Про затвердження Стратегії прориву 2027 від 20.06.2019 URL: [https://www8.city-adm.lviv.ua/inteam/uhvaly.nsf/\(SearchForWeb\)/8B77715199AC9DC5C225842A0049BC0E?OpenDocument](https://www8.city-adm.lviv.ua/inteam/uhvaly.nsf/(SearchForWeb)/8B77715199AC9DC5C225842A0049BC0E?OpenDocument).

¹¹ Стратегія розвитку культури Рівного 2030” URL: <https://culture-rivne.com.ua/cards/strategiya-rozvytku-kultury-rivnogo-do-2030-h-rokiv>

¹² Програма розвитку культури Луцької міської територіальної громади на 2022-2025 роки URL: http://culture-lutsk.org.ua/pdf/upravlinnia/programa_rozvtuku_kultury_2022-2025.pdf

¹³ Стратегія розвитку культури м. Маріуполь URL: <https://bcl.com.ua/culturemariupol/>

для залучення інвестицій, розвитку місцевого бізнесу та створення умов для інноваційного підходу до вирішення місцевих проблем.

Причому слід говорити не лише про монетарні вигоди. Адже процес капіталізації креативних та культурних індустрій обумовлює усвідомлення та фокусування проектування двох складових такої капіталізації: монетарної та немонетарної. І цілком очевидно, що немонетарна складова, особливо для культурних індустрій, часто має для громад важливіше значення, ніж монетарна. Адже бренд міст, конкурентні переваги завдяки ККІ є драйвером створення доданої вартості в інших галузях в громаді, формує локальну ідентичність.

8. Кадровий дефіцит

Кадровий дефіцит — це суттєва перешкода для розвитку ККІ на рівні громад. Місцеві громади часто не мають достатньо фахівців, які здатні керувати культурними та креативними проектами або інтегрувати їх у стратегії розвитку. Це створює додаткові виклики для залучення грантів та інвестицій, адже громади не можуть самостійно ініціювати й реалізовувати комплексні проекти.

9. Недостатнє фінансування культурних проектів та бюрократизованість механізмів одержання грантів на підтримку культури.

Інтеграція ККІ в стратегії розвитку громад часто стикається з проблемою недостатнього фінансування. Відсутність ресурсів в бюджетах розвитку місцевих громад або інструментів залучення приватних інвестицій призводить до того, що культурні ініціативи не отримують належної підтримки. Навіть коли фінансування доступне, громади не завжди можуть правильно розподілити ресурси для розвитку ККІ, або часто вважають такі витрати бюджетів недоцільними.

10. Відсутність комплексного підходу до стратегічного планування

Креативні індустрії не завжди інтегруються в стратегії розвитку через брак комплексного підходу до планування. Багато громад націлюються на короткострокові економічні результати, не враховуючи довгостроковий вплив культурних проектів на розвиток місцевої економіки, туризму та залучення інвесторів. Без систематичного планування ККІ залишаються поза увагою як перспективний ресурс для розвитку громади.

11. Виклики в умовах війни

Війна суттєво ускладнює інтеграцію ККІ у стратегії розвитку громад. Окрім фізичних втрат інфраструктури, громади стикаються з тим, що культурні проекти не є першочерговими в умовах виживання. Проте саме ККІ можуть стати інструментом для відновлення громади після війни, сприяючи соціальній інтеграції, психосоціальній підтримці та економічному відродженню.

12. Основними проблемами та бар'єрами розвитку ККІ у громадах слід вказати:

- Обмежений доступ до фінансових ресурсів

Креативні та культурні індустрії (ККІ) часто стикаються з фінансовими труднощами через обмежений доступ до кредитів та інвестицій. Програми, такі як "Доступні кредити 5-7-9%", недостатньо адаптовані до потреб креативних

бізнесів, що створює бар'єри для їхнього розвитку. Відсутність спеціалізованих інструментів кредитування та фінансових програм ускладнює доступ до капіталу для малого та середнього бізнесу у сфері ККІ.

- **Відсутність гарантійних фондів для ККІ**

Існує потреба у створенні гарантійних фондів для покриття ризиків кредитування креативних проєктів. Невпевненість інвесторів та банків щодо повернення інвестицій у високоризикові проєкти призводить до обмеженого фінансування цієї сфери.

- **Відсутність або неефективність методик оцінки проєктів ККІ**

Відсутність стандартизованих методик для оцінки економічного потенціалу проєктів ККІ ускладнює процес отримання фінансування. Культурні ініціативи не завжди можуть відповідати традиційним критеріям економічної ефективності, що обмежує їхні можливості у фінансовому секторі.

- **Невикористання інтелектуальної власності як застави**

Креативні підприємства часто не можуть використовувати права на інтелектуальну власність як заставу для отримання кредитів. Це обмежує можливості культурного бізнесу залучати додаткове фінансування через відсутність матеріальних активів.

- **Обмежений доступ до інвестиційних інструментів для фізичних осіб**

Фізичні особи не мають широкого доступу до інвестиційних інструментів, таких як венчурні фонди або платформи колективного фінансування (crowdlending). Це обмежує можливості для залучення приватних інвестицій у креативні індустрії.

- **Відсутність фінансової інфраструктури для інвестицій у ККІ**

В Україні відсутня фінансова інфраструктура, яка б підтримувала розвиток креативних індустрій через прямі інвестиції. Це обмежує можливості залучення інвестицій на початкових етапах розвитку проєктів у сфері ККІ.

- **Недостатність венчурного капіталу для креативних стартапів**

Венчурний капітал для ККІ майже відсутній, що перешкоджає розвитку стартапів у сфері культури. Це зменшує конкурентоспроможність українських креативних проєктів на міжнародному ринку.

- **Проблеми з кадровим забезпеченням**

Недостатня кількість фахівців на місцевому рівні, які можуть працювати у сфері ККІ, значно обмежує можливості розвитку індустрій. Брак кадрів, особливо з управлінських та фінансових напрямків, створює додаткові виклики для культурних підприємств.

- **Інформаційні бар'єри**

Багато представників бізнесу та місцевих влад не усвідомлюють свою причетність до сектору ККІ. Це призводить до того, що підприємства не використовують наявні можливості фінансування, а місцева влада не інтегрує ККІ у свої стратегії розвитку.

- **Низька обізнаність про можливості грантових програм**

Багато громад та підприємств не використовують можливості міжнародних та національних грантових програм, таких як Creative Europe або Horizon Europe. Це обмежує їхній доступ до фінансування, що дозволило б розвивати креативні індустрії на місцевому рівні.

- **Обмежений доступ до державної підтримки**

Державні програми підтримки часто не пристосовані до специфіки ККІ. Це стосується як програм фінансування, так і регуляторних механізмів, які мають на меті розвиток інших секторів економіки, але не враховують потреби креативного бізнесу.

- **Відсутність стимулів для інвесторів у ККІ**

Через високий рівень ризиків, пов'язаних з інвестиціями в креативні індустрії, інвестори неохоче вкладають кошти в ці проєкти. Відсутність системи податкових пільг або інших стимулів для інвесторів обмежує можливості для розвитку ККІ.

- **Регуляторні обмеження та бюрократія**

Високий рівень бюрократичних процедур для отримання дозволів, сертифікації та інших регуляторних вимог у сфері ККІ перешкоджає швидкому розвитку підприємств у цій галузі. Це створює додаткові бар'єри для малого бізнесу та стартапів.

- **Відсутність правової підтримки з питань інтелектуальної власності**

Багато підприємств у сфері ККІ не мають доступу до кваліфікованої юридичної підтримки з питань захисту прав інтелектуальної власності, що створює ризики для захисту їхніх креативних продуктів та інновацій.

- **Нестабільність ринку через вплив війни**

Війна на території України створює серйозні виклики для розвитку ККІ. Руйнування інфраструктури, втрати людського капіталу та економічна нестабільність негативно впливають на можливості розвитку та фінансування культурних проєктів.

- **Обмежений доступ до світових маркетплейсів**

Українські креативні підприємства мають обмежений доступ до міжнародних маркетплейсів, що стримує їхній розвиток на глобальному рівні. Проблеми з платіжними системами та логістикою створюють додаткові виклики для експорту креативних продуктів.

- **Брак підтримки для колективних проєктів у сфері ККІ**

Колективні проєкти та ініціативи, такі як народні майстри або місцеві ремісники, часто не мають достатньої фінансової та організаційної підтримки для реалізації своїх ідей. Це обмежує можливості для розвитку культурного підприємництва на місцевому рівні.

- **Нерозвиненість державно-приватних (публічно-приватних) партнерств**

Державно-приватні партнерства у сфері ККІ майже не розвинені, що обмежує можливості для залучення фінансування та реалізації великих культурних проєктів. Така співпраця могла б стати важливим фактором для капіталізації культурних ресурсів громад.

- **Відсутність спеціалізованих програм для підтримки швидкозростаючих МСП у ККІ**

Швидкозростаючі малі та середні підприємства у сфері ККІ не мають доступу до спеціалізованих програм підтримки, які могли б допомогти їм ефективно масштабувати свій бізнес.

- **Обмежений доступ до ваучерних програм на інновації**

Відсутність програм ваучерної підтримки для малих підприємств у сфері ККІ, що дозволяють відшкодовувати витрати на інноваційні проекти, маркетинг або сертифікацію продукції, обмежує їхній розвиток та вихід на нові ринки.

- **Недостатня підтримка експорту аудіовізуального контенту**

Українські підприємства у сфері аудіовізуальної індустрії стикаються з труднощами в експорті свого контенту через відсутність необхідних програм підтримки на державному рівні та недостатньо розвинену інфраструктуру для виходу на світові ринки.

- **Брак інституційного фінансування для професійних об'єднань**

Професійні спілки та об'єднання у сфері ККІ не мають доступу до стабільного інституційного фінансування, що обмежує їхні можливості для довгострокового розвитку та реалізації масштабних проєктів.

- **Відсутність спеціалізованих інструментів підтримки інновацій у ККІ**

Інновації у сфері ККІ стикаються з перешкодами через відсутність спеціалізованих фінансових і організаційних інструментів для їх підтримки. Це обмежує можливості розвитку нових продуктів та рішень на ринку креативних індустрій.

- **Відсутність типових технічних завдань для органів влади щодо закупівель креативних товарів та послуг**

Органи влади часто не мають чітких технічних завдань щодо закупівлі креативних послуг або продуктів, що обмежує попит на ринку ККІ та знижує можливості для співпраці між владою та культурними підприємствами.

Щоб ефективно інтегрувати креативні та культурні індустрії у стратегії розвитку територіальних громад, необхідно подолати низку існуючих бар'єрів. Ці проблеми стосуються не лише браку ресурсів та фінансової підтримки, але й відсутності узгоджених дій між основними стейкхолдерами. Вирішення цих викликів потребує активної участі кожного з учасників процесу, зокрема місцевих органів влади, митців, підприємців, громадських організацій і міжнародних партнерів.

Важливо змінити підхід від реактивної до проактивної позиції, де кожен стейкхолдер займає активну роль у процесі розвитку ККІ. Формування кластерів, співпраця на рівні громад і держави, а також перехід до нової моделі економіки, заснованої на необмежених ресурсах творчості та інтелекту, є основними інструментами для розв'язання цих проблем. У цьому розділі будуть розглянуті конкретні шляхи вирішення, які дозволять громадам максимально використовувати потенціал ККІ для свого розвитку.

Основними кроками, які слід зробити для вирішення цих проблем вважаємо такі:

1. **Забезпечити системність планування культурного та соціально-економічного економічного розвитку розвитку громади, і обов'язкове урахуванням розвитку культури та ККІ у всіх стратегічних документах розвитку, з оцінкою їх впливу на розвиток громади, що визначити у новій Стратегії розвитку культури як обов'язкову умову ефективності, а також до рекомендованої структури стратегії розвитку внести обов'язковий розділ щодо розвитку культури та підрозділ з розвитку ККІ.**

2. **Забезпечити інституційну сталість управління культурою та розвитком ККІ, з мінімізацією можливостей політичного впливу на цю вертикаль.** Зокрема слід переглянути повноваження МКСК (які були істотно скорочені за останні роки без передачі цих повноважень іншим органам), інших органів щодо розвитку культури та ККІ. Також слід запровадити чіткий, прозорий механізм призначення керівників та відповідальних осіб центральних органів виконавчої влади з визначенням вимог до претендентів, з обов'язковим вказанням істотного досвіду практичної роботи у сфері культури та ККІ.

3. **Формування взаємоузгодженого інституційного базису розвитку культури та ККІ: від центральних органів державної влади - до територіальних громад.** Для встановлення пріоритетів розвитку ККІ повинні бути сформовані рекомендації щодо формування відповідних органів чи відповідальних осіб в структурі кожного рівня влади, які розроблятимуть ці пріоритети та лобюватимуть в законодавчій базі та НПА різних рівнів, планах діяльності уряду, місцевих громад та інших стратегічних документах. Повинні бути чітко встановлені відповідальні за формування такого базису на рівні держави, регіонів, територіальних громад, а також здійснення моніторингу та досліджень розвитку сектора. Одним з механізмів якісного моніторингу сектора є повернення до лотів Українського культурного фонду “Аналітики культури” як фактично єдиного інструменту системного аналізу ККІ, який апробований в Україні, з виокремлення пріоритетів лоту - секторальні та регіональні дослідження ККІ.

4. **Запровадити обов'язковий облік культурних ресурсів громад** (оскільки такі породжують не лише права, але й обов'язки) зі занесенням даних у відповідні реєстри. Пропонований нами підхід до обліку - у додатку 4. На основі сформованих даних МКСК розробити та затвердити рекомендовану методику оцінки потенціалу культурних ресурсів для розвитку ККІ та громад загалом.

5. **На державному та регіональному рівні запровадити інституційні програми підтримки реалізації соціокультурних проєктів у громадах.** Зважаючи на обмежені, а часто і недостатні бюджети розвитку територіальних громад та неможливість самостійно співфінансувати проєкти Креативної Європи, Interreg -Next, Interreg -Europe, Erasmus та ін., для більшості малих громад апріорі нівелюється можливість аплікування з огляду на відсутність співфінансування. Доцільно в обласних бюджетах в резервному фонді передбачити можливість співфінансування проєктів регіонального розвитку та міжнародної технічної допомоги, у тому числі культури. Можна скористатися прикладом Львівської області де в обласному бюджету передбачено співфінансування проєктів міжнародної технічного співробітництва, у випадку, якщо громади, подавши заявку, виграють такі гранти.

6. **Скасувати реєстрацію проєктів Міжнародної технічної допомоги на реалізацію соціокультурних проєктів як окрему процедуру, визначивши перелік грантодавців, програм, участь в яких визнається проєктами міжнародної технічної допомоги без додаткової реєстрації, зокрема програми USAID, Interreg, Creative Europe, House of Europe, Британської ради в Україні та ін., які є інвестиціями в розвиток, відтак ці кошти не можуть оподатковуватися.**

7. Необхідно **прийняти законодавчу базу меценатства**, в тому числі доопрацювати і затвердити поданий МКІП (МКСК) законопроект про меценатство у сфері культури ¹⁴, та інші нормативні акти, які стимулюватимуть підтримку культури та ККІ приватним сектором..

8. **МКСК слід ініціювати навчання та розробити курс онлайн-лекцій, які викласти в публічному доступі для представників громад щодо політики, інструментів та методів розвитку потенціалу ККІ на рівні громад, залучення різних стейкхолдерів, сформувати базу даних контактних осіб щодо цього пріоритету**

9. Проактивна позиція стейкхолдерів у розвитку ККІ

Стейкхолдери креативних та культурних індустрій (ККІ) повинні повернути собі суб'єктність та зайняти проактивну позицію у процесах стратегічного планування, розвитку та відновлення. В умовах війни, коли традиційні ресурси обмежені або зруйновані, саме ККІ можуть стати тим чинником, який дасть громадам нові можливості для розвитку. Війна не тільки створює складнощі, але й відкриває нові горизонти для відновлення та реконструкції через інноваційні та культурні рішення. Для цього необхідні відповідні публічні стратегічні сесії, зустрічі, інші комунікаційні заходи, які ініціюватиме відповідна влада,

Місцеві громади, культурні підприємці, громадські організації, влада та міжнародні донори повинні формувати новий підхід, де культура стає драйвером економічного та соціального відновлення. Це вимагає переходу від пасивного очікування допомоги до активної участі у розбудові нової моделі економіки, де основний ресурс — це творчість, інтелект і культура.

10. Ефективна комунікація всередині індустрії

Для досягнення успіху в розвитку ККІ важливо налагодити ефективну комунікацію між усіма стейкхолдерами індустрії. МКСК, ОВА (ОДА), місцеві виконавчі органи, а також незалежні асоціації, платформи мають стати платформами для такої комунікації. Це включає взаємодію між митцями, підприємцями, місцевими громадами, владою та міжнародними донорами. Відсутність комунікації або її неефективність може призвести до дублювання зусиль, втрати ресурсів і можливостей. Важливо створити платформи для обміну інформацією, досвідом і ресурсами, щоб спільно вирішувати проблеми та розвивати креативний потенціал кожної громади.

11. Фокус на освіті та формування креативного потенціалу: виховувати споживачів ККІ треба впродовж його життя, промотучи національний культурних продукт, локальні бренди та спадщину. Для цього необхідно ввести у всі обов'язкові освітні програми вивчення та активну залученість до культурних практик, особливо локальних. Вже на рівні середньої школи ставити завдання для здобувачів освіти щодо проектування розвитку культури та потенційного креативного бізнесу на базі локальних ККІ.

¹⁴ Ростислав Карандєєв презентував розроблений МКІП законопроект про меценатство у сфері культури. Сайт МКСК. 12.07.2024 URL: <https://mcsc.gov.ua/news/rostyslav-karandyeyev-prezentuvav-rozroblenyj-mkip-zakonoprojekt-pro-meczenatstvo-u-sferi-kultury/>

Зберегти спеціальність “Менеджмент соціокультурної діяльності” серед спеціальностей, за якими готують здобувачів на рівні бакалавра та магістра, оскільки ця спеціальність стратегічно формуватиме кадровий ресурс для розвитку галузі ККІ.

Кожна громада має моніторити креативних людей та формувати власні підходи залучення їх до розвитку ККІ.

12. Визначення частки бюджету розвитку громад, які повинні бути скеровані на культуру.

Зважаючи на те, що культура є основою сталого розвитку, її розвиток потребує фінансування. Тому доцільно на законодавчому рівні передбачити фінансування розвитку культури громад на рівні не менше 5 %, що стимулюватиме розвиток галузі та ККІ зокрема завдяки збільшенню продукування та споживання культурного продукту

13. Визначити ККІ стратегічною галуззю формування національної, локальної ідентичності, зокрема в умовах війни та сформувати інституційний базис, яким визначити, яким чином за посередництвом ККІ буде сформовано національну ідею, цінності, локальна та національна ідентичності, виділити в бюджетах різних рівнів окреме фінансування на реалізацію цієї соціальної функції ККІ.

14. Систем апдіготовки кадрів для розвитку культури та ККІ в системі освіти. Зокрема чіткий фокус на формальну освіту (галузь “культура і мистецтво”, в якій залишити спеціальність “Менеджмент соціокультурної діяльності”, виокремити “Реставрацію” як окрему спеціальність), а також розвивати мережі неформальної освіти для розвитку компетенцій в сфері ККІ.

Доцільним провести дослідження щодо потреб у кадрах громад, приватного сектора та формувати візію, яким чином задовольнити цю потребу.

15. Залучення всіх стейкхолдерів до процесів капіталізації ККІ

Ключовим фактором успіху є максимальне залучення всіх учасників процесу — від митців та громадських активістів до представників влади та бізнесу. Кожен із цих стейкхолдерів має відігравати свою роль у створенні екосистеми для ККІ:

- Органи місцевого самоврядування

Місцеві органи влади мають відігравати ключову роль у впровадженні стимулів та розвитку культурно-креативних індустрій (ККІ) у стратегії розвитку територіальних громад. До їхніх повноважень та обов'язків слід віднести:

- Інвентаризація культурних ресурсів: Влада повинна проводити комплексну інвентаризацію культурних активів громади, таких як історична спадщина, культурні установи, творчі колективи та підприємства. Це допоможе ідентифікувати та систематизувати активи, які можуть бути використані для економічного зростання.

- Інтеграція ККІ у стратегії розвитку: Органи місцевого самоврядування повинні переглянути наявні стратегії та плани розвитку громад, включивши ККІ як важливий елемент соціально-економічного зростання. Це може включати створення спеціальних розділів у стратегіях розвитку, де буде описано роль культури та креативності у розвитку громади.
- Створення умов для розвитку підприємництва в ККІ: Місцева влада повинна стимулювати підприємницьку активність у сфері культури через спрощення процедур реєстрації бізнесу, надання консультаційних та освітніх послуг, а також створення спеціалізованих інкубаторів для підтримки культурних стартапів.

- Міністерство культури та стратегічних комунікацій України

Міністерство повинно надавати методологічну та фінансову підтримку громадам для інтеграції ККІ у стратегічні плани. Його завданнями повинно стати:

- Розробка методичних рекомендацій: Міністерство повинно створити чіткі рекомендації для місцевих органів влади щодо того, як інтегрувати ККІ в місцеві стратегії розвитку. Це можуть бути посібники, інструкції та приклади успішної інтеграції ККІ в інших регіонах.
- Підтримка освітніх програм: Міністерство культури та стратегічних комунікацій має ініціювати створення освітніх програм, спрямованих на підготовку фахівців у сфері ККІ, які зможуть ефективно працювати в громадах. Ці програми повинні бути адаптовані до сучасних викликів та вимог культурного сектору. Зберегти в переліку галузей та спеціальностей спеціальність “Менеджмент соціокультурної діяльності”.

- Регіональні агенції розвитку

Агенції регіонального розвитку можуть допомогти у впровадженні ККІ в місцеві стратегії. Їх роль включає:

Аналіз ринку: Проведення досліджень щодо поточного стану та потенціалу розвитку ККІ в регіонах. Ці дослідження допоможуть громадам зрозуміти, які креативні індустрії мають найбільший потенціал для зростання.

Підтримка місцевих ініціатив: Агенції можуть допомагати місцевим громадам у реалізації проєктів у сфері ККІ, надаючи інституційну, експертну та фінансову підтримку в межах наявних ресурсів.

- Громадські організації та ініціативи

Громадські організації, які займаються розвитком культури та креативних індустрій, повинні активно співпрацювати з місцевою владою, бізнесом і міжнародними партнерами. Їх роль полягає в наступному:

Платформи для просування ідей та проєктів у сфері ККІ: Громадські організації повинні активізувати діяльність в комунікації стейкхолдерів галузі та локальних спільнот через конференції, форуми та дискусії для популяризації ідей та проєктів у сфері ККІ. Це дозволить підвищити обізнаність про можливості, які пропонують ККІ для розвитку громад.

Налагодження партнерств: Організації можуть залучати міжнародних партнерів і донорів до співпраці з громадами для реалізації проєктів у сфері культури та креативних індустрій.

- Міжнародні організації та донори

Міжнародні організації, такі як Creative Europe, USAID, Британська Рада, можуть відігравати важливу роль у фінансуванні та підтримці інтеграції ККІ в стратегічне планування громад. Їхня роль включає:

Надання грантів та технічної підтримки: Міжнародні організації можуть надавати фінансову підтримку громадам через грантові програми, спрямовані на розвиток культурних індустрій. Окрім того, вони можуть надавати експертну підтримку у вигляді консультацій або навчальних програм.

Міжнародний обмін досвідом: Донори можуть сприяти налагодженню міжнародних партнерств, що дозволить громадам отримувати доступ до передових практик у сфері ККІ та використовувати їх для місцевого розвитку.

- Приватний сектор

Приватний сектор може відігравати важливу роль у підтримці креативних індустрій через інвестування в місцеві проєкти або участь у державно-приватних партнерствах. Його роль включає:

- Інвестування в культурні проєкти: Місцеві бізнеси можуть інвестувати в культурні події, фестивалі, музеї, що дозволить не лише підтримати розвиток культури, а й підвищити привабливість громади для туристів і підприємців. Слід внести зміни до податкового законодавства, яким інвестиції в культуру можна облікувати як витрати обігу суб'єктів господарювання.

Спонсорство та меценатство: Приватні компанії можуть підтримувати культурні ініціативи через спонсорство або меценатство, що допоможе реалізовувати культурні проєкти навіть у разі браку державного фінансування.

Загалом слід застосовувати комплексний підхід до формування стратегії розвитку культури та ККІ зокрема. Фокус побудови такої стратегії має будуватися від територіальних громад - до всіх інших рівнів. Оскільки суспільне відтворення найбільшою мірою забезпечується саме на рівні територіальних громад.

Мета створення та функції культурного продукту

Культурний продукт відрізняється від інших продуктів на ринку з огляду як на мету створення цього продукту, так і на мету його споживання.

Якщо більшість продуктів створюється на винятково з метою отримання прибутку, то **цілі створення культурного продукту** є значно ширшими, адже творець може створювати культурні продукти з метою:

- Самореалізації;
- Визнання;
- Прибутку;
- Соціального ефекту.

Функції культурного продукту:

Комунікаційно- соціалізаційна функція культурного продукту полягає у тому, що саме культурні практики дозволяють будувати стійкі горизонтальні зв'язки між людьми, забезпечити творення спільнот. Для цього людством вироблено велику кількість культурних засобів для соціалізації людей: передусім мова, пісні, спільні культурні практики. Наприклад, святкування Різдва є спільною культурною практикою, орієнтованою як на соціалізацію, так і культурну освіту, оскільки Різдво переважно святкують в родинному колі. Причому участь у святкуванні впродовж багатьох століть була встановлена не на рівні бажання, а родинного обов'язку. Спільні святкування дозволяють підтримувати родинні зв'язки. Також святкування Різдва впродовж багатьох століть значною мірою виконувало освітню функцію, акцентуючи на циклах біологічного відтворення – народження нового календарного циклу (в язичників), народження Ісуса Христа як прообраз народження Спасителя – в християн. Представники субкультури «Готи», «Хіппі» організовують колективні обряди, заходи чи святкування для відчуття приналежності до цієї спільноти через спільні культурні практики, не орієнтуючись на біологічні цикли.

Культурні практики та продукти впродовж багатьох тисячоліть були основним способом передачі знань і, крім соціалізації, виконували також освітню функцію: передавали знання про події і явища - через обряди, фольклор, релігію, святкування, про історію, життєвий досвід.

Психо-емоційна функція культурного продукту полягає у тому, що культурні практики і продукти найчастіше орієнтовані на стимулювання певних емоцій в людини чи групи людей, заставляючи їх переживати особисто. Важливим аспектом культурних практик є те, що дуже часто вони передбачають емпатію – співпереживання, яке часто неможливо замінити нічим іншим. Саме тому після появи кіно театр не занепав, оскільки в театрі актор не лише передає інформацію та емоції глядачу, але глядач також обмінюється емоціями з акторами та іншими глядачами, співпереживаючи.

Якщо для декоративно-ужиткового мистецтва основною функцією є ужиткова (виконання якоїсь побутової функції, а декорування та викликання емоцій є лише додатковим чинником цих предметів), то для образотворчого мистецтва основною функцією є саме викликання та залучення емоцій споживача культурного продукту. Наприклад, відвідувач виставки іде подивитися на картини, що отримати емоційний заряд від пропонованого митцем образу. Глядач фільму жахів прагне «жорстких емоцій» і відчуття страху. Відвідувачі музичного фестивалів часто прагнуть отримати позитивні емоції, причому не одноособово, а у співпереживанні з іншими.

Безпекова функція культурного продукту є дуже важливою, оскільки вона забезпечує формування тих спільних аспектів суспільних груп, які забезпечують виживаність і захист спільних інтересів, свобод та ресурсів розвитку. Так стародавні племена створили не лише власну мову, але і обов'язкові ознакування одягу, розмальовували обличчя, щоб можна було розпізнати «свій-чужий». У ХХІ столітті багато з цих культурних практик віджили. Втім вони трансформувалися у інші засоби, наприклад, у засоби формування національної ідентичності – музики, кіно, літератури, які використовуються не лише для побудови спільнот, але і для захисту власних ринків культурного продукту. Так само на ринку компанії використовують засоби брендингу, щоб ідентифікувати власну продукцію з-поміж інших. Наприклад, у США існує практика надання локальних виробникам сувенірної та іншої продукції права маркувати продукцію спеціальним позначками, наприклад «Зроблено в Кентукі». Таким чином місцеві виробники можуть зафіксувати власну локальну ідентичність і обґрунтувати вищу, у порівнянні з азійськими підробками, сувенірів.

Ціннісно-орієнтаційна функція культурного продукту передбачає, передусім, формування визначених засад, цілей і засобів функціонування суспільства. Наприклад:

спільне уявлення про майбутнє (національна ідея, ідея діяльності компанії тощо);

критерії дозволеного (більшість заборон у розвинених державах встановлені законами, втім у суспільстві сформовані власні додаткові етичні норми, правила, які стали неформальними інституціями і набули сили локального неписаного закону. Наприклад, ортодоксальним євреям не можна працювати в суботу, а християнам – в неділю),

рівень і якість потреб (монахи, екоактивісти прагнуть до мінімізації власних потреб, тоді як «золота молодь» стилем життя визначає великі та часто необдумані витрати з метою демонстрації розкішного і безтурботного життя);

естетичні смаки і їх якість (спільноти любителів старовини дбають за збереження і популяризацію спадщини, тоді як сучасні дизайнери пропагують розробку і споживання інноваційних культурних продуктів).

Економічна функція культурного продукту – створення доданої вартості та прибутку. В багатьох випадках джерело неконкурентних переваг на внутрішніх і зовнішніх ринках.

Наприклад, ремесла є джерелом неконкурентних переваг для розвитку туризму, креативних індустрій, брендингу саме для територіальних громад, зокрема за наявності об'єктів нематеріальної культурної спадщини, які внесені у відповідні державні чи міжнародні реєстри, нематеріальна культурна спадщина, використання якої пріоритетно має територіальна громада, якій така спадщина належить, локальні найменування, які дають можливість виокремити локальні продукти на ринку.

наявність унікальної культурної спадщини за коректної валоризації дозволяє створювати унікальні механізми капіталізації.

Ці функції визначають роль та критерії попиту на культурний продукт і є основними при плануванні розвитку креативних індустрій.

Джерело: Дацко О. Щурко У. Шпирало-Запоточна Л.Р. та ін. Менеджмент соціокультурної діяльності: навчальний посібник. ЛНАМ 2024.



Рис. 1. Типологія культурних ресурсів, які доцільно облікувати територіальним громадам для розвитку ККІ.

Джерело: Дацко О.І., Мікула Н.А. Культурні ресурси як джерело унікальних конкурентних переваг регіону. 36. наук, праць ПВНЗ «Буковинський університет». 2010. С. 111-119

^[1] Needs-assessment-of-Ukrainian-cultural-actors. The Cultural Relations Platform.2022.

<https://www.cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2022/10/Needs-assessment-of-Ukrainian-cultural-actors.pdf>.

^[2] <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>

Грантові можливості для ТГ у капіталізації ККІ

1. Програми Британської Ради[1]

Британська Рада є важливим партнером для розвитку креативних та культурних індустрій в Україні. Вона надає фінансову та експертну підтримку проектам у сфері культури, освіти та креативної економіки. Програми Британської Ради спрямовані на розвиток міжнародної співпраці, інновацій у культурних проектах та підтримку молодих митців і підприємців. Територіальні громади можуть використовувати ці гранти для підтримки місцевих культурних ініціатив, розвитку культурної інфраструктури та міжнародних обмінів, що сприяє глобальному позиціонуванню українських культурних продуктів.

Британська Рада також активно працює над розвитком культурних інновацій і співпраці між Великобританією та Україною, що дає можливість громадам залучати міжнародних експертів та досвід для покращення їхніх проектів у сфері креативних індустрій.

2. Програма Creative Europe[2]

Creative Europe — це найбільша програма Європейського Союзу, спрямована на підтримку креативних та культурних індустрій. Вона фінансує проекти у різних культурних секторах, зокрема в аудіовізуальному, літературному, мистецькому та музичному. Територіальні громади (ТГ) можуть використовувати цей грантовий інструмент для розвитку місцевих культурних проектів, підтримки незалежних митців і підприємців у сфері культури. Важливим аспектом цієї програми є її орієнтація на міжнародну співпрацю та партнерство, що дозволяє громадам виходити на глобальні ринки і розширювати культурний обмін.

3. Horizon Europe [3]

Програма Horizon Europe надає фінансову підтримку для інноваційних проектів, у тому числі в сфері креативних та культурних індустрій. Вона спрямована на розвиток інновацій у різних секторах економіки, включаючи культурні ініціативи, які використовують технології для створення нових продуктів або послуг. Громади можуть залучати ці кошти для реалізації інноваційних культурних проектів, таких як розвиток цифрових платформ, нових форм культурного підприємництва або інтерактивних мистецьких проектів.

4. Програма USAID[4]

USAID (Агентство США з міжнародного розвитку) надає фінансову підтримку для проектів, спрямованих на розвиток місцевих громад та стимулювання економічної активності. USAID активно підтримує креативні та культурні проекти, особливо в контексті відбудови після війни та соціальної інтеграції. ТГ можуть звертатися до цієї програми для залучення грантів на розвиток інфраструктури для культурних ініціатив, освітніх програм у сфері культури та створення нових робочих місць.

5. Український культурний фонд (УКФ)[5]

УКФ є одним з головних інструментів підтримки креативних індустрій на національному рівні. Фонд фінансує проекти у сфері культури, зокрема літератури, театру, кіно, музики, архітектури та інших секторів. Територіальні громади можуть використовувати цей фонд для реалізації місцевих культурних проєктів, розвитку культурної інфраструктури та підтримки місцевих культурних ініціатив. УКФ також підтримує міжнародну співпрацю та інновації в культурі, що дозволяє громадам залучати нові технології та ідеї для розвитку ККІ.

6. Український фонд стартапів[6]

Цей фонд надає фінансування для розвитку стартапів у різних галузях, зокрема й у сфері креативних індустрій. ТГ можуть залучати кошти цього фонду для підтримки молодих підприємців, які працюють у сфері культури, або для розвитку інноваційних культурних проєктів. Це може включати стартапи у сфері кіно, музики, дизайну, IT у культурі, що сприяє розвитку економіки знань та інновацій.

7. Державний фонд регіонального розвитку (ДФРР)[7]

ДФРР є ключовим інструментом підтримки розвитку регіонів, і він може використовуватися для фінансування проєктів у сфері культури та креативних індустрій. Територіальні громади можуть подати заявки на фінансування проєктів, які сприяють культурному розвитку, збереженню історичної спадщини або розвитку культурної інфраструктури. Це може бути важливим джерелом фінансування для ТГ, особливо в контексті відбудови та розвитку після війни.

8. Інноваційні партнерства та програми державної підтримки

Крім міжнародних грантових програм, громади можуть створювати партнерства з приватним сектором або використовувати програми державної підтримки для капіталізації ККІ. Державно-приватні партнерства можуть залучати інвестиції в культурні проєкти через спільне фінансування або довгострокові інвестиції. Наприклад, громади можуть співпрацювати з великими підприємствами або культурними фондами для спільного фінансування культурних проєктів, що сприятиме розвитку інновацій та культурної спадщини.

9. Crowdfunding і Crowdlending

Інструменти колективного фінансування, такі як crowdfunding (збір коштів громадою) та crowdlending (колективне кредитування), стають дедалі популярнішими для фінансування культурних проєктів.

BigIdea[8] — найбільша українська платформа для краудфандингу, яка дозволяє підтримувати соціальні, культурні та креативні проєкти. Ця платформа є важливим інструментом для територіальних громад, які можуть використовувати її для залучення коштів на реалізацію культурних ініціатив. Crowdfunding через BigIdea дозволяє громадам безпосередньо взаємодіяти з місцевими жителями та зацікавленими сторонами, залучаючи фінансування від широкої аудиторії.

Ця платформа також сприяє залученню уваги до культурних проєктів з боку громадськості та бізнесу, допомагаючи громадам розвивати свої культурні ресурси, не залежачи від державного чи міжнародного фінансування. BigIdea

може бути ефективним інструментом для підтримки малих проєктів у сфері креативних індустрій, таких як музичні, мистецькі або освітні ініціативи.

-
- [1] Сайт Британської Ради в Україні: <https://www.britishcouncil.org.ua>
 - [2] Creative Europe: Офіційний сайт програми: <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe>
 - [3] Horizon Europe: Інформація про програму:
<https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>
 - [4] USAID: Офіційний сайт Агентства США з міжнародного розвитку: <https://www.usaid.gov/ukraine>
 - [5] Український культурний фонд (УКФ): Офіційний сайт: <https://ucf.in.ua>
 - [6] Український фонд стартапів: Офіційний сайт: <https://usf.com.ua>
 - [7] Державний фонд регіонального розвитку (ДФРР): <http://dfr.minregion.gov.ua>
 - [8] Офіційний сайт платформи BigIdea: <https://biggggidea.com>