

**Марія Проскуріна, к. е. н.**

*Київський університет культури, Україна*

## **ЗНАЧЕННЯ ПРОСТОРОВИХ ФАКТОРІВ В РЕАЛІЗАЦІЇ РЕФОРМ КУЛЬТУРНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ**

**Mariia Proskurina, PhD in Economics**

*Kyiv University of Culture, Ukraine*

### **THE SIGNIFICANCE OF SPATIAL FACTORS IN THE IMPLEMENTATION OF THE CULTURAL SECTOR REFORMS IN UKRAINE**

The sphere of cultural and creative industries is of interest as for scientists-economists and for public authorities of different level as tool of governance for local and regional development. What identify as term cultural and creative industries today is in fact a highly diversified group of activities sometimes differing widely in character. This thesis deals with systematization of cultural and creative industries and also with role of spatial factors in the development of this sector. An analyze of groups of factors that influences on cultural industries based on specifics of their essence was performed. So, the list of criteria proposed by Polish scientists P. Tomczak, K. Stachowiak for delimitation of creative and cultural industries is submitted. Their approach is characterized by emphasis on the role of spatial and localization factors. The model of creative industries' systematization, which is based on such criteria as «method of location of creative activity» and «market range», was investigated.

In accordance to specifics of Ukrainian realities a complicated approach to the formation of a state cultural policy is proposed. The main sources of risk and ways to overcome them are revealed. The stages of reforming of state regulation of culture in Ukraine are considered.

**Keywords:** cultural industries, creative industries, spatial factors, clusters, local markets, global markets, reforms, governance, economics of culture, sustainable development.

Протягом останніх двох десятиліть креативні та культурні індустрії (ККІ) стали об'єктом державної політики. Це зумовлено їх зростаючим впливом на розвиток окремих міст, регіонів та країн в цілому. ККІ охоплюють не лише сферу культури і мистецтва, проте здійснюють мультиплікаційний вплив на соціально-економічну систему. Те, що сьогодні визначається як сектор культурних та креативних індустрій насправді є групою різноманітних видів діяльності, які різняться за своєю природою та економічним механізмом. Не зважаючи на тривалий час свого існування, лише наприкінці ХХ ст. – на початку ХХІ ст. ККІ були об'єднані в єдиний економічний сектор та поступово отримують визнання. Такі зміни було зумовлено становленням знанневої або інформаційної економіки. Однією з визначальних рис якої є збільшення кількості товарів, які характеризуються не лише корисністю, але мають і певну культурну цінність, яка дедалі частіше відіграє визначальну роль у визначенні вартості та ціни продукту<sup>1</sup>.

Проведені дослідження в основному стосуються окремих галузей ККІ (Б. Хракс (B. Hracz); М. Де Ваан (M. De Vaan); Б. Лардж ( B. Lange), Х.-І. Бюркнер , (H.-I. Bürkner), О. Плам ті Р. Хаскін (O. Plum, R. Nassink) або сектору в цілому Д. Тросбі (D.Throsby), Т. Флю (T. Flew).

Одне з перших визначень творчих або креативних індустрій належить Британському Департаменту Культури, ЗМІ та Спорту (DCMS). Креативні індустрії визначались як «діяльність, що спирається на особисту креативність, майстерність і талант, та мають потенціал до створення багатства і робочих місць шляхом продукування та використання інтелектуальної

<sup>1</sup> Throsby, D. (2008). Modelling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy* 14(3), 217–232.

власності"<sup>1</sup>. На основі даного визначення була запропонована класифікація креативних індустрій, яка критикувалась за надто штучне виокремлення креативних індустрій та не розгалужений перелік існуючих підгалузей. Слабка сторона даного підходу полягає у об'єднанні в однорівневу систему висококваліфікованих капіталомістких галузей (кіновиробництво, радіо та телебачення) з дуже трудомісткими галузями (образотворче мистецтво, ремесла, мода, музика та виконавські мистецтва), а також діяльність, пов'язану з торгівлею та діловим циклом (реклама та архітектура), з менш комерційними<sup>2</sup>. Це, фактично, зводить класифікацію галузей до простого їх перерахунку. Існують і інші класифікації<sup>3</sup>. В 2013 році, після кількох років обговорення та консультацій, DCMS представив новий підхід до "креативної економіки"<sup>4</sup>. Вона включала нові творчі види діяльності, такі як музейна, галерейна та бібліотечна справи, а також архіви.

Дилема належного розмежування діяльності постає при виокремленні з поміж індустрій креативного сектору культурних індустрій. Останні згадуються як особлива підгрупа творчих індустрій, заснована на культурі, але її виокремлення є дискусійним. Категорія «креативні індустрії» набуває поширення серед дослідників на початку XXI ст<sup>5</sup>. Зазначена категорія використовується у множині з метою підкреслення єдності секторів, які суттєво відрізняються між собою за технологією виробництва товарів та послуг, механізмами їх поширення та способами споживання. Розуміння творчого сектора відрізняється в окремих країнах. Досить часто деякими авторами терміни «культурні індустрії» і «креативні індустрії» використовуються як взаємозамінні<sup>6</sup>. Проблема визначення цих понять впливає з різних критеріїв, прийнятих для відокремлення тісно переплетеної творчої та культурної індустрій. Для ілюстрації складності даного питання в таблиці 1 представлені найбільш популярні критерії.

Як зазначає Д. Тросбі<sup>7</sup>, багатомірність визначення креативної та культурної індустрії призводить до побудови різних моделей сектора культурного виробництва в економіці, а отже і до різних переліків індустрій, які охоплює цей сектор.

Використовуючи підхід на запропонований KEA<sup>8</sup>, в рис.1 наведемо наступну класифікацію ККІ. В даному випадку ККІ аналізується з позицій системного підходу та використовуючи метод узагальнення, не забуваючи про диверсифікований характер діяльності в досліджуваному секторі та більш широкий контекст креативної економіки.

На підставі наступних критеріїв: (1) корисність (цінність утилітарна чи культурна); (2) рівень комерціалізації; (3) характеристика вироблених товарів і послуг; (4) способи розташування творчих виробництв; (5) діапазон ринку польськими дослідниками П. Томчак та К. Стаховіяком було розроблено систему характеристик культурних та креативних індустрій та запропоновано графічну модель<sup>9</sup>. Зазначені критерії було відмічено на горизонтальних осях, протилежні кінці яких символізують крайні значення кожного критерію. На приклад «діапазон ринків» – ілюструє перехід від орієнтації на локальні ринки до глобальних ринків збуту, а «спосіб розташування» – перехід від високої концентрації та кластеризації до просторового розпорощення. Останнє притаманно тим, галузям, цінність товарів і послуг яких зумовлюється або історичним розташуванням, або існують відокремлено та не залежать безпосередньо від супутніх товарів та послуг, а навпаки, самі можуть виступати їх джерелом. Критерій «корисність» – ілюструє співвідношення утилітарної цінності та культурної цінності в продукті або послугі. На кожній з цих осей було розміщено креативні та культурні індустрії, перерахованих вище (рис.1). Точки, які займають гілки на осях, є приблизними за своєю природою.

<sup>1</sup> Flew, T. (2012). Origins of creative industries policy. In: Flew, T. (ed.). *The creative industries: Culture and policy*. Los Angeles, 9–32.

<sup>2</sup> DCMS (2014). *Creative industries economic estimates*. London.

<sup>3</sup> UNDP, UNESCO (2013). *Creative economy report 2013 – special edition: Widening local development pathways*. United Nations Development Programme. New York.

<sup>4</sup> Flew, T. (2012). Origins of creative industries policy. In: Flew, T. (ed.), *The creative industries: Culture and policy*. Los Angeles, 9–32.

<sup>5</sup> KEA (2006). *The economy of culture in Europe*. KEA European Affairs, European Commission. Brussels.

<sup>6</sup> Power, D. (2011). *Priority sector report: Creative and cultural industries*. European Commission. Luxembourg.

<sup>7</sup> Throsby, D. (2008). Modelling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), 217–232.

<sup>8</sup> KEA (2006). *The economy of culture in Europe*. KEA European Affairs, European Commission. Brussels.

<sup>9</sup> Tomczak, P., Stachowiak, K. (2015). Location patterns and location factors in cultural and creative industries. *Quaestiones geographicae*, 34(2).

## Критерії розмежування культурних та креативних індустрій

№	Критерій розмежування	Креативні індустрії	Культурні індустрії
1	Утилітарна цінність	Утилітарна цінність домінує над символічною (промисловий дизайн, мода, реклама, архітектура, графічний дизайн)	Перевага нематеріальної (ідеї або естетичні враження) та культурної цінності над утилітарною (фільм, музика, комп'ютерні ігри, виконавська майстерність)
2	Комерціалізація та джерела фінансування	Високий рівень комерціалізації, приватні джерела фінансування (реклама, архітектура, комп'ютерні ігри, кіноіндустрія, музична індустрія, видавництва)	Низький рівень комерціалізації, часто субсидується з державних коштів (музеї та галереї, театри та оперні театри, бібліотеки)
3	Характеристика виробленої продукції та послуг	Кінцевий продукт для індустрії – це проміжний продукт, який використовується в подальших виробничих процесах (програмне забезпечення та системи обробки даних, художня освіта)	Кінцевий продукт є культурним благом, споживання якого є кінцевою метою (фільми, музика, комп'ютерні ігри)
4	Способи розташування творчої діяльності	В основному за принципами концентрації та кластеризації, переважно у містах, часто пов'язані з суміжними галузями промисловості (розробка наступного виробництва)	Найчастіше розпорошене розташування, як в міській, так і сільській місцевості (бібліотеки, музеї та ін.)
5	Діапазон ринку	Орієнтація на глобальний ринок, місце розташування одержувача не має значення (комп'ютерні ігри, фільми, музика, мода, дизайн, реклама).	Орієнтація на місцевий ринок, близькість реципієнта має ключове значення (музеї та галереї, система художньої освіти, бібліотеки, театри та оперні театри)

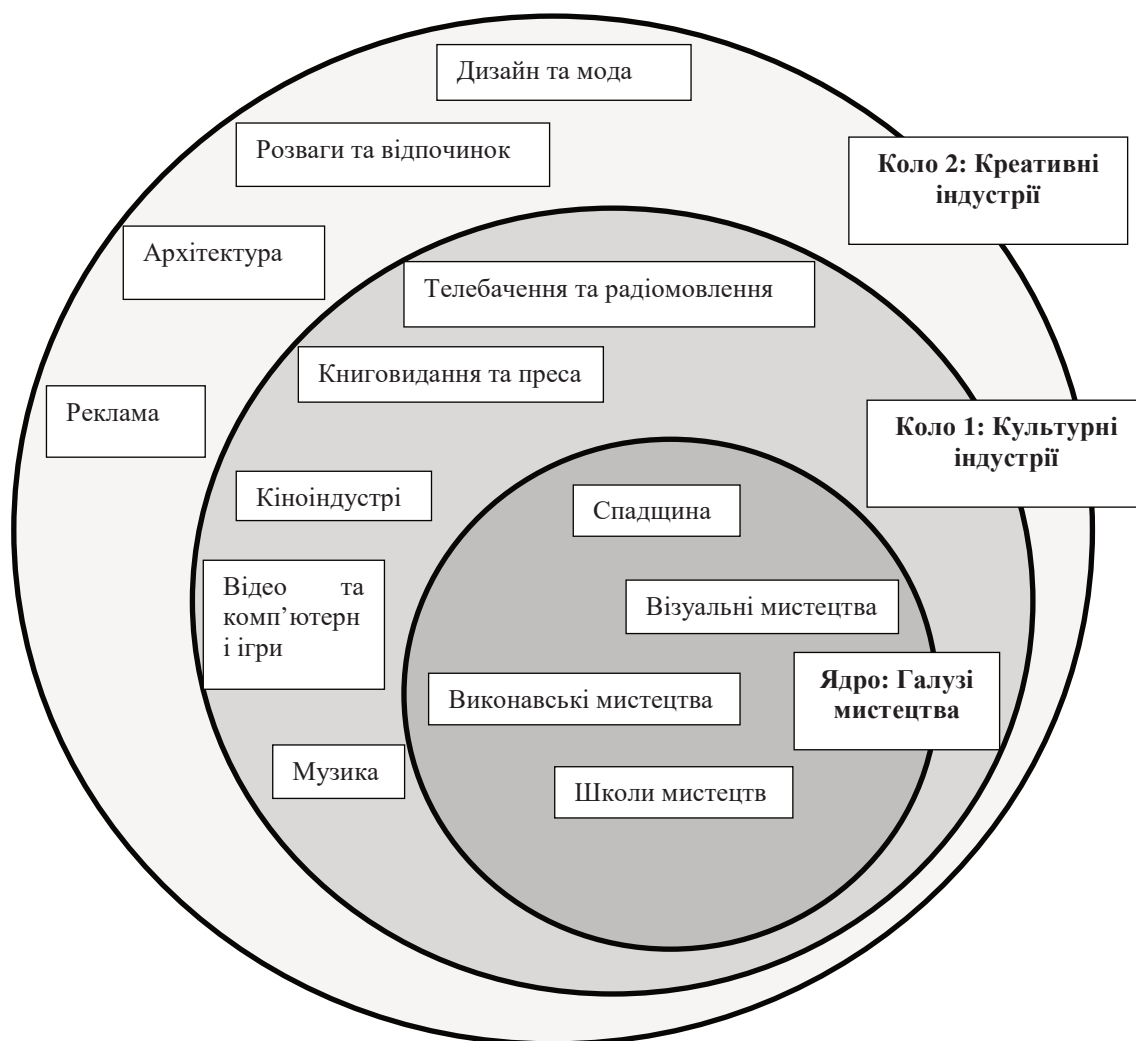
Джерело: <sup>1</sup>

Отже в запропонованій моделі ми бачимо, що два з п'яти аналізованих критеріїв (діапазон ринку та характер локації творчої діяльності) мають просторовий та локаційний характер. В цьому контексті виникають питання, які потребують роз'яснення. По-перше, розуміння єдності локального та глобального. Обидві категорії розглядаються тут «реляційним способом як просторові величини відмінностей, соціальні міри, які розмежовують простір (...), а перехід від локального до глобального масштабу – це не перехід від однієї окремої арени до іншої, а процес створення мережі посилення, який дозволяє об'єктам рухатися між різними «місцями розміщення»<sup>2</sup>. Таким чином фактор простору розглядається в контексті розміщення виробництва.

Друге питання – механізм та масштаби розповсюдження товарів та послуг ККІ. В даному питанні криється функціональна суперечність. Для її розкриття можна використати заклади галузей, які класифікуються як локальні: сектор виконавчих мистецтв та спадщини. Зважаючи на специфіку та призначення культурних товарів та послуг, очевидним є те, що вони не можуть бути адресовані лише місцевим мешканцям.

<sup>1</sup> Tomczak, P., Stachowiak, K. (2015). Location patterns and location factors in cultural and creative industries. *Quaestiones geographicae*, 34(2).

<sup>2</sup> Hesmondhalgh, D., Pratt, A.C. (2005). Cultural industries and cultural policy. *International Journal of Cultural Policy* 11(1), 1–13.



**Рис. 1. Розмежування культурних та креативних індустрій**

Досить часто організації ККІ розташовуються на об'єктах, які є і архітектурними пам'ятками міста. Тобто спостерігається симбіоз організації та приміщення (місця розташування). Більшість людей у розвинених країнах є споживачами культурних продуктів такі, як фільми чи музика, завдяки посередництву різноманітних засобів масової інформації, Інтернету та широкої мережі дистрибуції. В діяльності таких організацій, як музеї та театри, безпосередній контакт зі споживачем – є вирішальним фактором, проте сьогодні, за допомогою сучасних цифрових технологій та маркетингових комунікацій вони можуть конкурувати і на наднаціональних ринках. Отже суперечність полягає в тому, що за способом безпосереднього споживання та основної орієнтації на цільову аудиторію в класичному розумінні ці підприємства окремих індустрій є локальними, проте послуги, які вони можуть надавати за допомогою технологій можуть виводити їх на глобальний ринок.

Отже, існують кластеризовані глобальні (видавнича справа, дизайн та мода, кіноіндустрія, телебачення, музична індустрія, відео та комп'ютерні ігри, програмне забезпечення), локалізовані локальні (радіо, художні школи), розсіяні глобальні (індустрія розваг та відпочинку, антикваріат, реклама) та розсіяні локальні галузі (спадщина, ремесла, фоторафія, виконавські мистецтва). Спостерігається певний взаємозв'язок: найбільша кількість орієнтованих на глобальні ринки індустрій належить до кластерних, а орієнтовані на місцеві (локальні) ринки – до розпорощених індустрій.

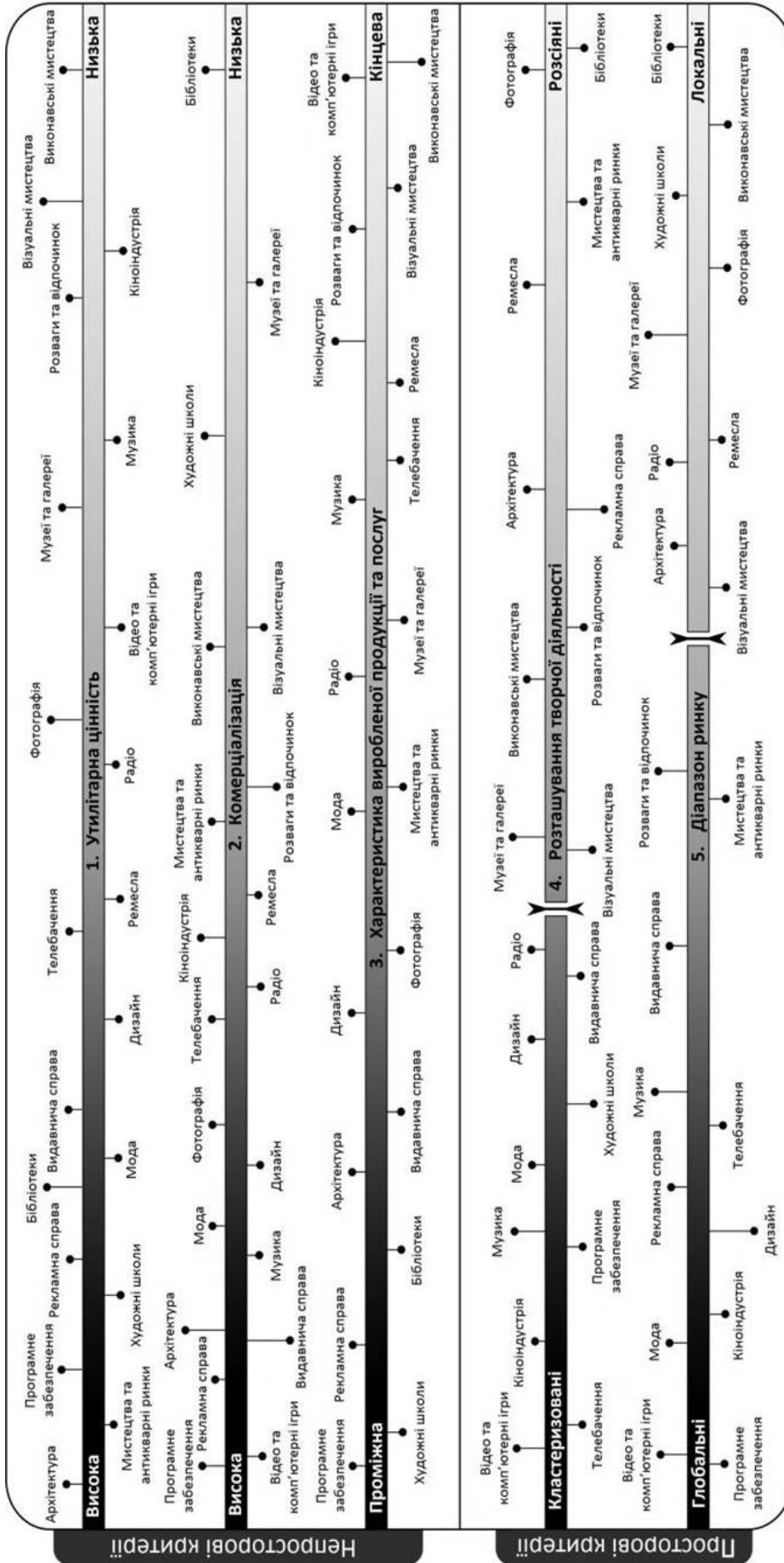


Рис. 2. Розподіл культурних та креативних індустрій по значенню критеріїв розмежування на культурний та креативний сектори.

Підприємства ККІ, як правило, концентруються в містах та утворюють спеціалізовані кластери<sup>1</sup>. Схильність до просторової концентрації зумовлена урбанізацією, яка створює передумови для взаємодії між різними секторами, і забезпечує мінімізацію транспортних та експлуатаційних витрат, в порівнянні з периферійними зонами.

Серед істотних переваг урбанізації визначають наступні: наближеність до безпосередніх споживачів; близькість постачальників; доступ до інформації; творче середовище.

Отримані висновки є необхідною передумовою для реалізації пакету реформ України, в якому культурі має бути відведена визначальна роль. Впровадження реформ в сфері державного регулювання культури в Україні відбувається в наступних умовах:

1. Широке впровадження нових технологій в процес державного управління (е-уряд, використання новітніх підходів до менеджменту та адміністрування, проектний підхід до управління та ін.);

2. Становлення креативної економіки, яка притаманна суспільствам постіндустріального типу та спирається на широке застосування міждисциплінарного, системного та синергетичного підходів;

3. Активізація громадянського суспільства та всебічне застосування принципів інклюзивності;

4. Розвиток новітніх культурних практик, які засновані на гібридних (утворених на перетині різних національних культур та видів культурно-мистецької діяльності) формах творчості;

5. Урбанізація культури, в основі якої покладено принцип концентрації та розбудови культурних індустрій в містах, інфраструктура яких більш придатна для цього, а також принцип децентралізації.

Ці тенденції розвиваються на тлі специфічних умов, які ускладнюють процес реалізації реформ державного управління в Україні. Зокрема наявність на території держави гарячої точки та фактичний стан війни, що позначається на структурі витрат державного бюджету, інформаційній та культурній політиці, стратегії соціально-економічного розвитку. Загострення політичного протистояння, яке вилилось в військовий конфлікт розкрило іншу більш глибоку соціально-культурну проблему незалежної України – питання національної ідентичності. Невирішеність цього питання протягом років незалежності призвела до затяжної кризи самоідентифікації громадян та створило передумови для політичної та економічної дестабілізації. Основним інструментом вирішення зазначеної проблеми є запровадження культурної та інформаційної політики, заснованої на принципах мультикультуралізму, демократії та забезпеченні прав людини та громадянина.

Ще одним з джерел ризиків є потужний спадок радянської системи управління – громістка та нединамічна система менеджменту та адміністрування, яка не здатна до швидкої адаптації до нових викликів сучасності та характеризується значною ресомісткістю.

Шляхи вирішення зазначених проблем:

- Модернізація системи державного управління культурою та реструктуризація Міністерства культури України. Модернізація адміністративних процесів та методів.

- Формування та затвердження стратегії культурного розвитку. Визначення системи тактичних та стратегічних цілей і завдань із зазначенням вимірюваних проміжних результатів.

- Адаптація до нових культурних практик та запровадження світового досвіду управління культурою.

- Поєднання соціальних функцій культури з принципами її комерціалізації. Створення оптимальних умов та підтримка розвитку культурних індустрій.

- Реформування системи соціальних комунікацій в культурі. Орієнтація на споживача з метою максимізації аудиторії.

Таким чином основні тенденції сучасного суспільства та напрями реформування культури можна згрупувати наступним чином (табл. 2).

Реалізація системної культурної політики в державі має здійснюватися в трьох вимірах (таблиця 3):

1. Реформування механізму державного управління з метою запровадження та підтримка стійких систем управління культурою. В результаті має бути розроблена система заходів спрямованих на сприяння створенню, виробництву, розподілу та забезпеченню доступу

<sup>1</sup> Rumpel, P., Slach, O., Koutský, J. (2010.) Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian-Silesian Region. *Ekonomie a Management*, 4, 30–46.

**Структуризація етапів реформування державного управління  
сферою культури**

№	Тенденція	Напрямок реформування
1	Широке впровадження нових технологій в процес державного управління	Модернізація системи державного управління.
		Реструктуризація Міністерства культури України.
		Модернізація системи фінансування культури.
2	Становлення креативної економіки.	Формування та затвердження стратегії культурного розвитку.
		Визнання культури сферою економічної діяльності.
		Поєднання соціальних функцій культури з принципами її комерціалізації.
		Підтримка розвитку культурних індустрій.
3	Побудова громадянського суспільства;	Реформування системи соціальних комунікацій в культурі.
		Людиноцентризм та інклюзивність.
4	Розвиток новітніх культурних практик.	Адаптація до нових культурних практик та запровадження світового досвіду управління культурою.
		Підтримка сучасного мистецтва та гібридних форм творчості.
5	Урбанізація культури.	Реалізація реформи децентралізації
		Розбудова інфраструктури сектору культурних та креативних індустрій.
		Створення передумов для розвитку креативного класу.

до різноманітних культурних товарів та послуг, а також на забезпечення доступу до інформаційних потоків управлінських процесів. Таким чином, цей вимір має реалізовуватися в таких сферах як: культурна політика, суспільні ЗМІ, цифрове середовище та суспільне партнерство.

2. Реформування інституційної структури інформаційно-культурного середовища, спрямоване на створення збалансованих потоків культурних товарів та послуг, забезпечення оптимальних умов для мобільності митців та фахівців у галузі культури. Сферами реалізації реформ мають бути мобільність митців та фахівців культури і потоки культурних товарів та послуг.

3. Розбудова економіки культури з метою інтеграції сфери культури в програми забезпечення сталого розвитку суспільства може бути реалізована в першу чергу в сфері національної політики та стратегічних планів сталого розвитку.

**Висновки.** Перше, на що слід звернути увагу, при визначенні ролі просторових факторів на розвиток ККІ, так це те, що поширення культурного продукту будь-якої з зазначених індустрій, його популяризація відбувається не лінійно та досить часто імпульсами. Базовою передумовою є формування соціальних мереж та відповідної інфраструктури, які забезпечать можливість ознайомлення з продуктом, його сприйняття і інтерпретацію та подальше його споживання. Принцип виробництва товарів в максимальній близькості до споживачів і постачальників – незмінний, оскільки дозволяє мінімізувати ризики неоптимальних витрат і завищених цін. Запропонована модель критеріїв розміщення може бути використана при розробці стратегій регіонального розвитку. Діапазон ринків і територіальне розміщення в секторі ККІ відіграють досить важливу роль. Культурна цінність місця розташування створює додану вартість послуг та товарів. Як показують світовий досвід, галузі з високою доданою вартістю в основному створюються в економічно розвинутих регіонах, тоді як індустрії з низькою доданою вартістю базуються в країнах, що розвиваються.

При формуванні державної політики в сфері культури доцільно дотримуватися принципів системності та фіздисциплінарності. Врахування просторових факторів та картографування, як базовий елемент їх дослідження, дозволяє розробити оптимальний план реформ. І хоча, інституційне середовище ККІ розвивається в реальному географічному просторі та віртуальному цифровому вимірі одночасно, воно підпорядковується законам логістики.

## Системний підхід до реалізації культурної політики

<i>Напрями реалізації культурної політики</i>	<i>Механізм управління культурною</i>	<i>Середовище культурного розвитку</i>	<i>Економіка культури</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Цілі	Запровадження та підтримка стійких систем управління культурною	Створення збалансованих потоків культурних товарів та послуг Забезпечення оптимальних умов для мобільності митців та фахівців у галузі культури	Інтеграція сфери культури в програми забезпечення сталого розвитку суспільства
Очікуваний результат	Національна політика вільного доступу до створення та споживання культурних благ Відкритість інформації	Сприятливі умови та пільгові режими для забезпечення вільних потоків культурних товарів, послуг та трудових ресурсів культури	Культуру як стратегічний елемент політики сталого розвитку та програм міжнародного співробітництва
Сфери реалізації політики	Культурна політика Суспільні ЗМІ Цифрове середовище Суспільне партнерство	Мобільність креативного класу Потоки культурних товарів та послуг	Національна політика та стратегічні плани сталого розвитку
Способи реалізації політики	Інформування громадськості щодо процесів формування політики Робота ЗМІ в інтересах усіх груп населення Підтримка ринків цифрової культурної індустрії Участь громадянського суспільства у ратифікації та реалізації культурної політики	Неурядові ініціативи Міжнародна торгівля Міжнародна політика	Політика та заходи забезпечують справедливість доступу до культурних ресурсів незахищених верств населення Фінансова допомога творчості в депресивних регіонах

## References:

- Boix, R., Lazeretti, L., Hervás-Oliver, J.L., De Miguel-Molina, B. (2011). *Creative clusters in Europe: A microdata approach*. European Regional Science Association. Barcelona.
- DCMS (2014). *Creative industries economic estimates*. Department for Culture, Media and Sport. London.
- Flew, T. (2012). Origins of creative industries policy. In: Flew, T. (ed.). *The creative industries: Culture and policy*. Los Angeles, 9–32.
- Hesmondhalgh, D., Pratt, A.C. (2005). Cultural industries and cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 1–13.
- KEA (2006). *The economy of culture in Europe*. KEA European Affairs, European Commission. Brussels.
- Power, D. (2011). *Priority sector report: Creative and cultural industries*. European Commission. Luxembourg.
- Rumpel, P., Slach, O., Koutský, J. (2010). Creative industries in spatial perspective in the old industrial Moravian-Silesian Region. *Ekonomie a Management*, 4, 30–46.
- Throsby, D. (2008). Modelling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), 217–232.
- Tomczak, P., Stachowiak, K. (2015). Location patterns and location factors in cultural and creative industries. *Quaestiones geographicae*, 34(2).
- UNDP, UNESCO (2013). *Creative economy report 2013 – special edition: Widening local development pathways*. United Nations Development Programme. New York.