

Френкель І. В.

Директорка

Українського центру культурних досліджень,
експерт з питань культурної політики (Київ)

Культурні та креативні індустрії: сила тяжіння. Креативна економіка – шлях розвитку малих міст.

Загальносистемні зміни у взаємовідносинах людини та її соціального оточення в ХХІ ст. являють собою принципово новий спосіб інтеграції людини в соціокультурне середовище. У сучасному світі потенційно зростає відповідальність кожної людини за власну діяльність. Збільшується можливість необмеженого впливу особистості на сприйняття та сутність соціальних і культурних процесів використовуючи соціальні мережі та сучасні засоби комунікації. Процес загострюється під впливом зовнішніх глобальних загроз, зокрема техногенних катастроф, природних катаклізмів. Відповідно, це приводить до руйнації людського середовища. В цих умовах підвищується значення етичного виміру людського буття, ставлення до природного та соціального середовища. Процеси впливають на формування нових цінностей людства. В цих умовах, на сьогодні, формуються ціннісні орієнтири будь якої держави, що є визначальним для розвитку цивілізації. Вищеназвані передумови мають стати основою для впровадження нової культурної політики в Україні.

Після розвалу Радянського Союзу повна ціннісна переорієнтація суспільства можлива лише як зміна ціннісних установок поколінь, оскільки одне й те ж покоління нездатне на радикальну переорієнтацію зразків своєї ментальності й поведінки, потерпаючи від власної половинчастості та впливу стереотипів минулого. У період докорінного перетворення суспільства на національному, регіональному та місцевому рівнях культура є важливим інструментом розвитку, примирення та консолідації зусиль усіх суспільних груп і всіх спільнот.

В Україні маємо в наявності регіональні диспропорції розвитку культури, що проявляються в залежності від забезпеченості об'єктами культури, фінансуваням і доступності культурних благ для широких верств населення. Регіональна ди-

ференціація витрат на культуру і мистецтво в процентному відношенні від валового регіонального продукту демонструє в останні роки тенденцію до зниження.

Культура та її розвиток не існують в умовах вакууму. Нерозуміння впливу культури на розвиток суспільства, вузьке трактування «культури» як галузі привело до соціальних загострень, втрати рівноваги і розуміння в суспільстві та привело Україну до гуманітарної кризи.

Для вирішення цієї проблеми культуру необхідно розглядати у межах ни́шнього соціокультурного контексту українського народу. Завдання національної самоідентифікації повинні мати не етнічний, а культурний характер. Вони повинні бути пов'язані не тільки і не стільки з пошуками основ такої самоідентифікації в минулому, а більше зі створенням їх у сьогоденні для закладення реальних можливостей щодо формування національної єдності у сучасному і в майбутньому.

Починаючи з 80-х рр. ХХ ст. роль культури у світі розглядається як креативна складова розвитку економічного сектору. Спочатку це тлумачилось як отримання конкретного прибутку та залучення коштів, пізніше як менеджмент та маркетинг у культурних організаціях. Після спроб визначити важливість культури за допомогою конкретних економічних чинників було вивчено вплив культури на економіку конкретних міст та територій. Поняття «культура» фахівцями почало тлумачитись як ресурс змін якості життя шляхом створення додаткової вартості продуктів та територій і покращення умов зайнятості населення. Культурні і креативні індустрії мають стратегічний потенціал і сприяють розумному, сталому і комплексному зростанню регіонів та міст. Використання креативних технологій капіталізує міста, створюючи передумови для збільшення інвестиційної привабливості та самоідентифікації.

Важливою складовою стратегії модернізації економіки України на сучасному етапі є перехід від індустріальної та сировинної моделі розвитку до постіндустріальної або креативної, яка ґрунтується на використанні людського потенціалу та знань, що є певною базою для розробки та реалізації ідей для культурно-економічного розвитку в першу чергу малих міст.

На сьогодні в Україні нараховується понад 270 малих міст (3/4 від загальної кількості міст України). Зазначимо, що після розвалу Радянського Союзу такі населені пункти опинились в дуже складних економічних умовах, втрачаючи статус логістичних центрів (наприклад Жмеринка, Козятин у Вінницькій області) або промислових центрів (міста на сході України) тощо. У зв'язку із відсутністю необхідних знань та тенденцій сучасного розвитку територій, біль-

шість маленьких міст України опинились в стадії стагнації та знаходяться на рівні 90-х років ХХ ст.

Якщо великі міста виконують одразу кілька функцій: наукову, освітню, культурну, фінансову та інші, то маленькі міста мають вузькопрофільні напрямки. Саме такі міста України є найчисельнішою за кількісним складом групою міст, значна частина з яких – це адміністративні центри районів. Із малими містами в Україні пов'язано життя понад 22 мільйонів осіб. Такі населені пункти відіграють важливу роль у формуванні поселенської мережі, розвитку та розташуванні промислових сил країни.

Згідно долі населення, яке зайнято в різних галузях економічної діяльності, маленькі міста поділяються на: транспортні вузли; оздоровчі центри; господарчі центри місцевого значення; центри, що надають соціально-культурні, комунально-побутові та інші послуги населенню; історико-архітектурні, культурні та туристичні центри.

Сучасний підхід щодо планування регіонального або місцевого розвитку будується на розумінні культурних ресурсів як сукупності економічних активів, культурного капіталу регіону (міста), що здатні робити прямий та дотичний вклад в економіку.

Бум «креативних» або тематичних міст в Європі та США в 1990-х рр. є і на сьогодні прикладом того, як соціально-економічні проблеми регенерації міського середовища вирішуються за допомогою культурних стратегій. У даному випадку мова не іде про традиційне генеральне планування міст, коли за основу береться територіальний принцип. Мова іде про культурно-економічне планування, в основі якого – використання людського та культурного капіталу міста.

У цьому контексті варто говорити про відмінність креативної економіки від традиційного економічного укладу, тобто ресурси – це інформація та знання, продукт – інновація. Сировиною креативної економіки є вміння народжувати оригінальні ідеї та перетворювати ці ідеї в економічний капітал та продукт, що продається. Основним завданням креативної економіки є створення та реалізація «творчого продукту». Креативну економіку треба розглядати системно.

Ще один аспект, який пов'язує культуру і економіку міста, примушує нас звернутись до проблеми локальної ідентичності в умовах глобалізації. Культурна політика і просування бренду міста та його іміджу в даному випадку не політичний аспект. Це засіб відстояти індивідуальність та місцеву специфіку на фоні домінуючих глобалізаційних процесів в урбанізації.

Не зникнути на фоні мегаполісів, не перетворитись в маргінальні поселення – це ставка в глобальній грі. З одного боку, неможливо уникати глобальних процесів: мобільності, міграції, глобальних комунікацій. З іншого боку, саме глобалізація провокує локальний патріотизм, збереження історичної пам'яті. З цих суперечливих складових складається концепція «глокального міста», в основі якого знаходиться принцип «креативної економіки», тобто розробка ідеї, на яку працюють усі групи: від людей креативних професій до бізнесу та влади.

СТОЛИЦЯ ЩЕДРИКА ТА ОПЕРНА МЕККА ПОДІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ

В Україні, як приклад блискучого втілення креативної ідеї, можна навести вдаль проведення культурного стартапу – міжнародного фестивалю просто неба **OperaFest Tulchyn**, який відбувається в маленькому місті України Тульчині Вінницької області з 2017 року.

Тульчинська ОТГ утворилась наприкінці 2016 року. Кількість мешканців складає понад 21000 осіб. В територіальних межах громади знаходяться такі відомі пам'ятки архітектури як Палац Потоцьких, Будинок декабристів, Музей-садиба Миколи Леонтовича, Суворовські казарми та багато інших культових споруд.

Палац Потоцьких, який має другу назву «Подільський Версаль» – це палацово-парковий ансамбль, споруджений у 1782 році і який успішно сперечався з найкращими аналогами Європи. Палац – унікальний витвір мистецтва та архітектури. 1787 року в ньому було відкрито другий в Україні оперний театр, артистичний склад якого нараховував понад 200 осіб. Репертуар театру складало 5-7 постановок та концертних програм на рік. В палаці розташовувалась бібліотека на 17 тисяч томів більш ніж 20 мовами світу, картинна галерея, в якій знаходились картини Тиціана, Рембрандта, інших всесвітньо відомих майстрів та невелика друкарня.

Особливий період музичного життя міста пов'язаний із активною творчою діяльністю Миколи Леонтовича – видатного українського композитора, який в «тульчинський період» створив понад 200 хорових творів. У 1914 році з Тульчина вилітає його знаменитий Щедрик, який співають у всьому світі. Тульчин по праву вважається столицею «Щедрика». У різні роки в Тульчині бували: Іван Котляревський, Олександр Пушкін, Юліуш Словацький.

Саме багатогранна історична спадщина створила передумови культурно-економічного розвитку цієї території.

Згідно дослідження UNCTAD існують чотири базові групи для розвитку креативної економіки:

- культурна спадщина: традиційна культура (ремесла, фестивалі тощо), культурні пам'ятки (музеї, бібліотеки, місця археологічних розкопок, тощо);
- мистецтво: образотворче мистецтво (скульптура, фотографія тощо), виконавче мистецтво (вокал, драматичне мистецтво, тощо);
- медіа: публікації та видавництво; аудіовізуальні твори (фільми, телебачення, радіомовлення), нові медіа (цифровий контент, відеоігри тощо);
- функціональний креатив: дизайн (архітектура, іграшки, ювелірні вироби), креативні послуги (реклама, цифрові й культурні послуги).

Експерти Інституту культурної політики, який розташовано у місті Вінниці, розробили концепцію культурно – економічного розвитку Тульчина та запровадили низку проєктів, які зробили місто найбільш відомим не лише в Україні, а й за її межами.

«МІЖНАРОДНИЙ ФЕСТИВАЛЬ ПІД ВІДКРИТИМ НЕБОМ «OPERAFEST TULCHYN» – нова культурна парадигма країни.

Міжнародний фестиваль під відкритим небом «OPERAFEST TULCHYN» вже став однією з найбільших гучних професійних оперних подій в Європі та найбільшою в Україні. І справа не лише у високоякісному музичному контенті та зіркових іменах учасників, бездоганній організації та кількості туристів, які відвідують концертні програми та вистави. Фестиваль – унікальне явище, яке виходить за рамки стандартів проведення культурних проєктів в Україні, об'єднуючи в собі багато складових, серед яких: туристичний бізнес, соціальний аспект – вплив на формування громади, інфраструктурну складову, видовищність та ексклюзивність контенту.

Фестиваль, який вперше стартував 2017 року, вразив, про що свідчить велика кількість туристів, які відвідають мале місто на початку червня.

З 8 по 10 червня 2018 року на території Палацу Потоцьких відбувся другий міжнародний фестиваль просто неба. В програмі фестивалю були презентовані оперні шедеври всесвітньо відомих композиторів. Відбулось дві всеукраїнських прем'єри: опера В. Моцарта «Дон Жуан» та мюзикл Дж. Кандера «Чикаго». Особливе місце в програмі займає український контент та освітній компонент, розрахований на різну цільову аудиторію, зокрема дітей та молодь. Саме великий попит на дитячий контент надихнув організаторів на нову складову фестивалю. KIDS OPERAFEST – єдиний в Європі фестиваль для дітей має відбутись 4-5 червня 2019 року.

Мистецький фестиваль в Тульчині пропагує гастрономічну культуру, культурний туризм та створює умови для сімейного відпочинку. Чітке зонування

території за тематикою робить перебування на фестивалі зручним та вражаючим. Велика увага приділяється візуальній частині фестивалю, яка складається з проєктів «OPERA STARS», «OPERA LIGHT», «OPERA WINDOWS», «OPERA FOLK». Саме візуальні професійні проєкти створюють неповторну мистецьку атмосферу на 9-ти гектарах території парку. Цікаві факти трьохденного фестивалю OPERAFEST TULCHYN – 2018:

- понад 48 тисяч глядачів відвідало фестиваль;
- 700 артистів з Австрії, Німеччини, Сполучених штатів та України взяли участь у фестивалі;
- 4 мільйони 500 тисяч гривень грантових коштів залучено для проведення фестивалю організаторами – Благодійним фондом сприяння розвитку талантів Поділля;
- 3 мільйони гривень склала обласна інфраструктурна субвенція;
- під час проведення фестивалю виготовлено та реалізовано 2000 кілограмів шашлику;
- використано 7 кілограмів листя м'яти для виготовлення прохолодних напоїв;
- випито понад 2000 літрів кави;
- у 78 разів збільшились обсяги торгівлі у місті під час фестивалейних днів;
- 1005 глядачів стали учасниками чартерних програм фестивалю;
- 294 особи жило в наметовому містечку на території Палацу, які стали учасниками спеціальних культурно – туристичних програм фестивалю.

Таким чином, фестиваль не лише привернув увагу до пам'ятки національного значення – Палацу Потоцьких, інтегрував спадщину в життя громади, а й довів власним прикладом вплив культури на економічний розвиток території.

Соціальний компонент формування креативного кластеру – це вплив на розвиток громади, на впровадження ініціатив мешканців та розбудову сталої спільноти, яка прагне і творить нові змісти, приваблюючи туристів та інвесторів.

ПЕРЕТВОРИМО МІСТО НА ГАЛЕРЕЮ ПІД ВІДКРИТИМ НЕБОМ.

Другий проєкт, який було запроваджено у 2018 році – «ЛЕОНТОВИЧ АРТ КВАРТАЛ»

З 15 квітня по 30 травня 2018 року місто Тульчин перетворилось на велику мистецьку майстерню, в якій збирались представники зі всіх регіонів України. Проєкт допоміг трансформувати простір міста та капіталізувати територію, створивши галерею просто неба.

Проект по створенню «Леонтович арт кварталу» презентував роботу в трьох напрямках:

- стінопис – ревіталізація фасадів сучасних будинків;
- вуличні інсталяції – ревіталізація просторів, прилеглих до комерційних та соціальних об'єктів;
- просторова інсталяція «Мелодія пісні Шедрик».

Під час реалізації проекту було розроблено дизайн впорядкування суспільних просторів: лавочки, освітлення, колір плитки та ландшафтний дизайн.

Для продовження проекту Тульчинська міська рада змогла отримати другий грант від Українського культурного фонду та продовжити реалізацію наступної частини проекту.

Завдяки зусиллям громади понад 80 тисяч туристів відвідали місто Тульчин у 2018 році. Якщо прорахувати вкладені кошти громади та обсяг коштів, які залишаються у вигляді податків в міському бюджеті від діяльності сервісного сектору, можна побачити співвідношення 1 грн до 4-х, що зайвий раз демонструє класичний приклад розвитку креативної економіки у місті.

Зазначимо, що культурний туризм впливає на:

- стимулювання місцевих ремесел, створення нових робочих місць, залучення молоді та безробітних на ринок праці;
- актуалізацію культурної та архітектурної спадщини і джерело фінансових надходжень на їх охорону і реставрацію;
- розвиток міжгалузевих напрямків співпраці;
- вивченню регіональних культур з метою формування міжетнічної толерантності.

Саме приклад Тульчина надихнув експертів «Інституту культурної політики» на розробку та ініціацію проекту «МАЛІ МІСТА – ВЕЛИКІ ВРАЖЕННЯ», який другий рік реалізується Міністерством культури України.

Результати проекту «Малі міста – великі враження» почали змінювати парадигму сприйняття малих міст за стандартною класифікацією та спробували зосередитись на європейському тлумаченні статусу малих територій розглядаючи їх, як:

- мале історичне місто, із завданням збереження та актуалізації історико-культурної спадщини, що повинно бути відображено в структурі бюджету;
- мале рекреаційне місто із завданням розвитку сімейного відпочинку;
- мале місто-заповідник із завданням збереження унікальної екосистеми, що повинно бути відображено в структурі бюджету, в якому доходи від туристичної діяльності спрямовуються на охорону навколишнього середовища;

- місто-музей.

Окрім цього фінансові показники доводять, що при державному фінансуванні в обсязі 4,3 млн грн малі міста – переможці проекту отримали понад 236 млн грн інфраструктурної субвенції з обласних бюджетів та співфінансування на понад 6 млн гривень. Саме культурна ідея вплинула на «інфраструктурний прорив» малих територій та створила передумови для подальшого розвитку креативних кластерів у Чугуєві, Гадячі, Тростянці, Острозі, Тульчині, Вилково та Шарівці.

Великі міста розвиваються за рахунок багатовекторної спрямованості: це і адміністративний центр, і університет, місцеве виробництво, туризм. Якщо негатив спостерігається в одному напрямку, місто зосереджується на іншому. Для малих міст іноді достатньо переосмислити існуючі ресурси і знайти нову тему для розвитку.

Як показало дослідження результатів проекту, контент креативної культури є важливою частиною економіки. Розробка і експорт у сфері культурного контенту мають наступні переваги для розвитку національної економіки:

- створення міста з високою доданою вартістю за рахунок використання культурного ресурсу;
- створення нових робочих місць в сфері послуг;
- створення умов для збільшення пізнаваності міста або бренд території;
- розвиток спеціалізованого туризму (туризм подій, екстремальний туризм).

Отже, у малих міст поки ще є час і можливості для відновлення і нового розвитку. Концентрація людей в мегаполісах – це модель бідних країн. Європа мешкає в малих містах. Вони вибороли це право. Сьогодні важливо, щоб громада об'єдналась. Тоді робота буде плідною, а результати швидкими. Важливо, щоб у цьому процесі брали участь люди різного віку. І тоді розпочнеться щоденна важка праця. Водночас такі кроки можуть стати і останніми, якщо, не розуміючи сенсу подальшого існування міста, найактивніші поїдуть, а місто залишиться доживати.

Прийшов час говорити про культурну політику та креативну економіку, як м'яку силу трансформації, які не потребують великих витрат. Але потребують голів, бажання та готовності навчатись змінюватись і стимулювати процес розвитку міста, що придатне для життя.