

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
IVAN FRANKO NATIONAL UNIVERSITY OF LVIV
GEOGRAPHY FACULTY. DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL GEOGRAPHY
GEOGRAPHICAL COMMISSION OF SHEVCHENKO SCIENTIFIC SOCIETY.
LVIV DEPARTMENT OF UKRAINIAN GEOGRAPHICAL SOCIETY

HUMAN GEOGRAPHY AND CARTOGRAPHY: SCIENTIFIC HERITAGE AND MODERN UKRAINIAN STUDIES

PROCEEDINGS
of All-Ukrainian scientific online seminar
with the participation of foreign scientists, dedicated to the 120th anniversary
of the birth of Professor Volodymyr Kubyovych (1900–1985)
(Ukraine, Lviv, December 17, 2020; May 20, 2021)



LVIV – 2021

Редакційна колегія: доц. В. Біланюк (голова), проф. О. Шаблій (голова, відп. ред.), проф. І. Ровенчак (співголова), доц. М. Влах (співголова), асист. Л. Котик (відп. секретар), проф. К. Мезенцев, проф. С. Запотоцький, проф. О. Кучабський, проф. С. Шевчук, проф. Л. Немець, проф. В. Руденко, проф. М. Заячук, доц. А. Кузисин, зав. навч. лабораторією М. Хоминець (секретар).

Рецензенти:

доктор географічних наук, професор *В. П. Руденко*
(Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича)

доктор географічних наук, професор *Ю. О. Кисельов*
(Уманський національний університет садівництва);

*Рекомендовано Вченою радою географічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка
Протокол № 4 від 18 травня 2021 р.*

С 89 Суспільна географія і картографія: наукова спадщина та сучасні українознавчі студії : матеріали Всеукраїнського наукового онлайн-семінару з участю закордонних учених, присвяченого 120-літтю від народження професора Володимира Кубійовича (1900–1985) (Україна, м. Львів, 17 грудня 2020 р.). Львів : Простір-М, 2021. 356 с.
ISBN 978-617-10-0486-3.

Матеріали Всеукраїнського наукового онлайн-семінару з участю закордонних учених присвяченого 120-літтю від народження професора Володимира Кубійовича (1900–1985). Подано наукові статті з таких напрямків наукових досліджень: професор Володимир Кубійович — географ-українознавець, організатор національної географічної науки та освіти; проблеми розвитку національної суспільно-географічної картографії та геоіконіки; модерні напрямки суспільно-географічної науки; суспільно-географічна глобалістика, країнознавство, краєзнавство і туризмологія; проблеми реформування адміністративно-територіального устрою в Україні.

УДК [911.3+912.43]:91-057.4(477)"190/198"В.Кубійович

Автори опублікованих матеріалів відповідають за підбір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей. Текст подано з незначною літературною редакцією та корекцією текстів зі збереженням авторського стилю. Думка авторів статей може не збігатися з думкою організаторів наукового семінару.

Адреса редакційної колегії:

Львівський національний університет імені Івана Франка,
кафедра економічної і соціальної географії,
вул. П. Дорошенка, 41, кімн. 56, м. Львів, 79000
Тел.: +38 032 239 45 73
E-mail: kafedra.lviv@gmail.com

УДК 911.3:314.1

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ КРІЗЬ ПРИЗМУ КОНСТРУЮВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЙНИЙ КОНТЕКСТ

Сергій Задворний

*Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
Тернопіль*

Стаття присвячена розгляду особливостей креативних індустрій як інструменту конструювання територіальної ідентичності населення громад у процесі реформи децентралізації. Розглянуто актуальні питання впровадження в українське законодавство і практичну діяльність поняття «креативні індустрії». Здійснено характеристику креативних видів економічної діяльності у контексті їх впливу на територіальну ідентифікацію. Проведено групування галузей креативних індустрій за ступенем впливу на локальну спільноту. Виявлено основні проблеми реалізації світового досвіду підтримки функціонування креативних індустрій в Україні на рівні локальних спільнот.

Ключові слова: креатив, індустрія, культура, мистецтво, ідентичність, громада, децентралізація.

CREATIVE INDUSTRIES THROUGH THE PRISM OF CONSTRUCTION OF TERRITORIAL IDENTITY: DECENTRALIZATION CONTEXT

Sergii Zadvornyi

Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University, Ternopil

The article is devoted to the peculiarities of creative industries as a tool for constructing the territorial identity of the population of communities in the process of decentralization reform. The topical issues of introduction of the concept of «creative industries» into the Ukrainian legislation and practical activity are considered. The characterization of creative types of economic activity in the context of their influence on territorial identification is carried out. The groups of creative industries were grouped according to the degree of influence on the local community. The main problems of realization of world experience of support of functioning of creative industries in Ukraine at the level of local communities are revealed.

Key words: creative, industry, culture, art, identity, community, decentralization.

Вступ. Цьогоріч в українському суспільстві відбулося декілька епохальних подій, які дали відлік функціонування нового формату місцевого самоврядування та територіальної організації влади в державі. Насамперед, було завершено реформування базового та районного (субрегіонального) рівнів адміністративно-територіального устрою. Це, у свою чергу, дало можливість провести місцеві вибори 25 жовтня 2020 року уже на новій територіальній основі. Зазначені трансформаційні процеси уже давно визріли та покликані здійснити децентралізацію організаційно-управлінських та фінансових повноважень. Інтегральне ж завдання реформи децентралізації – оптимізувати і вдосконалити систему територіальної організації влади з метою підвищення ефективності управління суспільним розвитком та підняття рівня якості надання послуг населенню.

Розробка та затвердження перспективних планів формування територій громад областей, а також обговорення процесу ліквідації «старих» та утворення «нових» районів виявився надзвичайно складним, багатограним та водночас суперечливим процесом. Негативним фактором у цьому контексті варто відзначити те, що обговорення таких важливих і доленосних питань відбувалося, у переважній більшості, без залучення суспільно-географів із науково-експертного середовища. Тому окремі елементи системи базового та субрегіонального рівнів адміністративно-територіального устрою у геопросторовому вимірі є недопрацьованими і проблемними, а самі адміністративні одиниці є диспропорційними і складними у конфігурації. Наявність цих проблем, а також необхідність забезпечення конструктивного поступу територіальних громад, вимагає здійснення заходів щодо консолідації її мешканців. У даному випадку необхідно звернутися до практики

конструювання територіальної ідентичності населення локального рівня, яка, у свою чергу, виступає специфічним символічним ресурсом соціально-економічного розвитку громади.

Формування територіальної ідентичності – це клопіткий та довготривалий процес, що вимагає залучення найбільш дієвих інструментів та ресурсів, а його успішність залежить від креативності та нестандартності у підходах. Саме тому, сьогодні надзвичайно актуальним є залучення у процес конструювання територіальної ідентичності населення громади креативних індустрій.

Проблематикою конструювання територіальної ідентичності населення у теоретичному та практичному аспектах займалася ціла низка світових та українських дослідників. Переважна більшість сучасних досліджень стосується вивчення ресурсів та розробки технологій формування позитивного іміджу території, поселення. Водночас, у цьому контексті, недостатньо висвітлено роль креативного підходу у проектуванні успішної консолідованої локальної спільноти.

Мета дослідження полягає у здійсненні аналізу особливостей використання видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій у конструюванні територіальної ідентичності населення об'єднаних територіальних громад (далі – ОТГ).

Виклад основного матеріалу. У реаліях сьогодення креативні індустрії відіграють усе помітнішу роль у соціально-економічному розвитку країн на регіональному та локальному рівнях. Разом із цим вони частково забезпечують і підтримують процес територіальної ідентифікації. У переважній більшості випадків успішність громади, регіону прямо пропорційна рівню розвитку креативних індустрій.

Сьогодні креативний сектор економіки є стрімко зростаючим та починає займати відносно значний сегмент у національній економіці. Так, за результатами впровадження проекту з адаптації, дослідження та запровадження системи індикаторів ЮНЕСКО в Україні (Індикаторів впливу культури на соціально-економічний розвиток – CDIS), встановлено, що в Україні внесок культурних індустрій у структурі валового внутрішнього продукту становить близько 4,04% [4].

Термін «креативні (культурні) індустрії» та теоретичне підґрунтя креативної економіки сформувалося наприкінці 40-х років ХХ століття, а уже на початку ХХІ століття це стало невід'ємною складовою стратегій розвитку провідних розвинутих країн світу. Багато із них прийняли стратегію «Креативної нації», де основним трендом є просування своєї ідентичності та культурного бренду, мобілізувавши те, що ми сьогодні називаємо «креативною економікою» [13].

Терміни «культурні індустрії» і «креативні індустрії» практично взаємозамінні. Поняття «культурних індустрій» більше належить до культурної спадщини та традиційних видів творчості, а під «креативними індустріями» розуміють прикладні творчі практики, інновації та генерацію прибутку та робочих місць за рахунок створення інтелектуальної власності.

Культурні та креативні індустрії, за визначенням ЮНЕСКО, поєднують створення, продукування та комерціалізацію нематеріальних сенсів культурного характеру. За класифікацією Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), до культурних та креативних індустрій належать: традиційна культура (ремесла, народне мистецтво, фестивалі), культурні пам'ятки (музеї, виставки, бібліотеки, археологічні локації), аудіовізуальні медіа (кіно, ТБ, радіо), цифрові медіа (відеоігри, програмне забезпечення і т. п.), сценічне та образотворче мистецтва [3].

З точки зору форм бізнесу, креативні індустрії засновані на пріоритеті малих і середніх підприємств, що виробляють творчі продукти і послуги. Водночас, це місцеві виробництва, орієнтовані на пошук виходу на глобальні ринки в умовах постіндустріальної економіки [5]. Такий контекст дає можливість реалізовувати принципи глокалізації. Це, з точки зору збереження самобутності, ідентифікації та популяризації місцевої культури має позитивний ефект, адже створюються умови для доступу місцевих культурних продуктів до світового ринку. Для культурних організацій це означає необхідність слідування міжнародним вимогам та дотримання стандартів, включення до міжнародних мереж, що сприяє покращенню якості товарів і послуг.

Креативні індустрії відносно новий термін у реаліях національного законодавства та практичної діяльності. Вперше в Україні поняття креативних індустрій введено в офіційний обіг у 2016 р., коли Кабінет Міністрів України схвалив «Довгострокову стратегію розвитку української культури - стратегію реформ» [11]. У цьому документі акцент зроблено на державній підтримці креативних індустрій, що відповідають викликам ХХІ століття та виконання програми ЄС «Креативна Європа». Підпрограма «Культура», як частина програми «Креативна Європа», передбачає просування креативного та культурного секторів. Підтримка сектору культури спрямована як на захист та підтримку європейської культурної спадщини, так і на підтримку культурних і креативних індустрій, що дає можливість стимулювати їх зростання та розвиток. До пріоритетних напрямів тут відносяться наступні заходи: міжнародна мобільність митців та інших професіоналів; розвиток аудиторії; розвиток навичок цифрових технологій, що сприяють їх використанню на різних етапах (від виробництва продукції до розповсюдження та споживання); розвиток нових бізнес-моделей (підвищення рівня знань щодо ведення бізнесу); проведення тренінгів та навчання (нові знання та навички); міжкультурний діалог, сприяння соціальної інтеграції мігрантів та біженців; підтримка Європейського року культурної спадщини [10].

Згодом у 2018 р. у новій редакції Закону України «Про культуру» визначено, що креативні індустрії – це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження. У свою чергу, результатом діяльності креативних індустрій є креативний продукт, що являє собою товари та послуги, які створені/надані за результатами культурного (мистецького) та/або креативного вираження і мають високу додану вартість [9]. Відправною ж точкою у визначенні компонентної структури креативних індустрій став 2019 р., коли було затверджено Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій [7]. До цього переліку увійшло 34 види економічної діяльності згідно з Національним класифікатором України ДК 009:2010 [1] (рис. 1). Застосування переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, дозволить визначити наступне: 1) внесок креативних індустрій у валовий внутрішній продукт держави; 2) частку осіб, зайнятих у цих сферах; 3) кількість підприємств та їхній оборот тощо.

Сьогодні розвиток креативних індустрій має на меті забезпечити подолання кризових процесів, які відбуваються у геокультурному просторі та підвищенні рівня ціннісних орієнтацій місцевих спільнот. Активізація соціальної активності мешканців громади у контексті створення колективної форми територіальної ідентичності дасть змогу створити привабливий образ території, підкреслити її унікальність та у соціально-економічному відношенні підвищити конкурентоздатність. Подолання розрізненості мікроспільнот та напрацювання дієвої політики конструювання локальної (місцевої) ідентичності на основі культурно-символічних образів є запорукою сталості, успішності та добробуту громади.

Територіальна ідентичність населення – це сприйняття індивідом себе як представника певної «уявної спільноти», основою якої є спільність території. Ідентичність – це базис консолідації задля соціокультурної, економічної та громадянської поступальної активності. Сьогоднішній погляд на територіальну ідентичність загострює перспективу необхідності її конструювання. Процес конструювання територіальної ідентичності – це цілеспрямована діяльність, у результаті якої у мешканців локальної спільноти формуватиметься логічна та стійка місцева ідентичність. Конструювання ідентичності має бути складовою частиною політики ідентичності ОТГ.

Оскільки об'єднані територіальні громади можуть складатись із поселень, які слабо інтегровані між собою, мають суттєві відмінності за різними ознаками, то формування спільної ідентичності для таких громад є так само необхідним, як і для України в цілому. Відмінності в місцевих ідентичностях всередині ОТГ також можуть створювати проблеми розвитку таких громад, бути джерелом недовіри до місцевої влади, рішень і дій місцевої ради чи мешканців центрального поселення громади [2]. Недостатня інтегрованість поселень у єдину систему пріоритетів територіальної громади призводить до кризи локальної ідентичності. У сучасних реаліях це викликано, в тому числі, й через недопрацювання суспільно-географічної частини реформи децентралізації, що вилилось у певні контрверзи, які створюватимуть додаткові перешкоди у процесі конструювання

ідентичності. Сюди варто віднести наступне: 1) значну частину громад утворено «зверху» без реалізації принципу добровільності об'єднання; 2) окремі громади, які утворилися на добровільній основі, але згідно нових критеріїв не змогли підтвердити свою соціально-економічну спроможність, були ліквідовані та доєднані до більш перспективних ОТГ; 3) наявність анклавів та ексклавів (до слова зазначимо, що відповідно до Методики формування спроможних територіальних громад, територія громад має бути нерозривною [8]); 4) низький показник компактності території та відсутність якісної логістики із центром громади; 5) диспропорційність у співвідношенні сільського і міського населення ОТГ; 6) несформованість ustalених традицій внутрішнього електорально-географічного поділу території ОТГ.



Рис 1. Компонентна структура креативних індустрій

З іншого боку децентралізація збільшила роль локальної культури у житті кожної громади. Культурні особливості території усе частіше сприймаються як цінний набуток

громади, як можливості для розвитку традицій, туризму, ремесел, а отже – і економіки. Культурне різноманіття створює багатий і різноманітний світ що збільшує діапазон вибору та виховує людські здібності та цінності, а отже, є джерелом сталого розвитку для громад, народів та націй [12]. Даний ресурс необхідно креативно застосовувати під час розробки та покрокової реалізації політики ідентичності ОТГ.

Розглядаючи структуру креативних індустрій крізь призму конструювання територіальної ідентичності слід зазначити, що кожен із видів економічної діяльності володіє характерними функціональними рисами та виступає своєрідним ресурсом. З огляду на це, нами було здійснено групування галузей креативних індустрій на 5 блоків за ступенем впливу на локальну спільноту (див. рис. 1, табл.1).

Таблиця 1

Креативні індустрії як ресурс конструювання територіальної ідентичності

Найменування блоку видів економічної діяльності (склад, кількість видів)	Рівень впливу на ідентичність локальної спільноти	Типи громад і поселень, де наявний достатній креативний капітал	Основні заходи політики конструювання територіальної ідентичності
Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг (6)	Дуже високий	Міські, селищні та сільські громади	Організація і проведення спільних свят, спортивних заходів, і фестивалів (дні села, міста, громади тощо); створення музею історії громади; створення і підтримка культурно-мистецьких колективів; популяризація народних ремесл і підтримка майстрів; налагодження крафтового виробництва продукції декоративно-прикладного мистецтва; наповнення закладів культури інноваційним змістом діяльності.
Освіта (1)	Високий	Міські та селищні громади	Навчання і виховання у закладах початкової спеціалізованої мистецької, фахової передвищої та вищої освіти на засадах та кращих зразках місцевої самобутньої культури; заохочення дітей та молоді до участі в діяльності творчих колективів; підтримка участі творчих колективів, виконавців у всеукраїнських і міжнародних конкурсах і фестивалях; реалізація у громаді культурно-мистецьких проектів; створення програми підтримки і преміювання обдарованих дітей.
Інформація та телекомунікації (16)	Середній	Міські громади	Створення і підтримка власних друкованих ЗМІ; публікації у ЗМІ новин про історію успіху громади; створення тематичних циклів радіо-, телепередач, фільмів про історію і сьогодення поселень громади, про видатні персоналії, визначні об'єкти культурної спадщини; видання книг про громаду, її населені пункти, стимулювання місцевих авторів; онлайн трансляції визначних заходів, сесійних засідань ради, футбольних матчів місцевої команди тощо.
Професійна, наукова та технічна діяльність (8)	Нижче середнього	Міські громади із центром у великих містах	Створення та підтримка корпоративної репутації громади; лобіювання інтересів мешканців громади; формування сприятливого інвестиційного клімату, просування бренду ОТГ.
Переробна промисловість (3)	Низький	Окремі поселення громад	Підтримка виробництва сувенірної продукції; налагодження виготовлення іміджевої продукції на існуючих підприємствах.

Представлене нами вище групування креативних індустрій за рівнем впливу на локальну ідентичність сприятиме формуванню вдалої моделі реалізації політики конструювання територіальної ідентичності на коротко- та довгострокову перспективу.

У переліку видів економічної діяльності, які віднесені до креативних індустрій, відсутня діяльність із організації туризму, яка є вкрай актуальною у системі креативної економіки. Сьогодні культурний туризм є дієвим рушієм соціально-економічного розвитку територій, засіб полікультурного діалогу та фактор підкреслення власної ідентичності. Наразі основними умовами розвитку культурного туризму у громаді є історико-культурний

потенціал території, транспортна доступність, рівень надання послуг щодо розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, організації дозвілля туристів.

Стимулювання розвитку креативних індустрій призводить до формування якісно нових форм їх геопросторової організації: креативний кластер, креативний хаб, креативний центр. Елементарною формою геопросторової організації креативних індустрій виступає креативна локація, яка характеризується наявністю мінімально можливих засобів та ресурсів для реалізації креативних проектів. Каркас креативних індустрій формує, насамперед, мережа базових закладів культури. Слід відзначити, що у сільських поселеннях креативна економіка сприяє збереженню та модернізації уже наявних об'єктів соціальної інфраструктури, водночас у містах відкриваються нові об'єкти, переформатовуються і освоюються нові простори будинків і споруд, відкриті простори.

Висновки. Отже, креативних індустрій не лише відіграють помітну роль у формуванні територіальної ідентичності населення, але й стають вагомим фактором зростання економіки. Реформа децентралізації відкрила широкі можливості для продуктивного поступу територіальних спільнот людей. Конструювання локальної ідентичності – важливий і відповідальний процес консолідації її мешканців, що є запорукою успішності і прогресу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. Держспоживстандарт України; Наказ, Класифікатор від 11.10.2010 № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (дата звернення 08.11.2020).
2. Котенко Я.В., Ткачук А.Ф. Локальна ідентичність і об'єднані територіальні громади (видання друге, виправлене та доповнене). К.: ТОВ «Видавництво «ЮСТОН». 2018. 56 с.
3. Культурні та креативні індустрії #3аПідтримкиУКФ у 2018 році. URL: <https://uaculture.org/texts/kulturni-ta-kreatyvni-industriyi-zapidtrymkyukf-u-2018-rocz/> (дата звернення 10.11.2020).
4. Культурні та творчі індустрії: українська модель. URL: <http://demcult.org/kulturni-ta-tvorchi-industrii-ukrain/> (дата звернення 10.11.2020).
5. Лошковська Х. С. Креативні індустрії як сучасний сегмент стратегічного розвитку країн світу. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2014. Вип. 119(2). С. 153-158.
6. Олійник Я. Б., Гнатюк О. М. Територіальна ідентичність населення Подільського регіону: монографія. К.: ВПЦ «Київський університет», 2017. 223 с.
7. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: Розпорядження Кабінету Міністрів України; Перелік від 24.04.2019 р. № 265-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення 10.11.2020).
8. Про затвердження Методики формування спроможних територіальних громад: Постанова Кабінету Міністрів України; Методика, Форма типового документа, Паспорт від 08.04.2015 р. № 214. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-%D0%BF#n157> (дата звернення 08.11.2020).
9. Про культуру: Закон України від 14.12.2010 р. № 2778-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення 08.11.2020).
10. Про програму «Культура». Креативна Європа. URL: <https://creativeeurope.in.ua/programs/categories/1> (дата звернення 08.11.2020).
11. Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/248862610> (дата звернення 11.11.2020).
12. Inspiring Creativity – Interact. URL: www.interact-eu.net (дата звернення 08.11.2020).
13. The Value of Culture and the Creative Industries in Local Development. URL: <file:///D:/Documents/Downloads/2018-SACCI-Handbook.pdf> (дата звернення 08.11.2020).