



СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ КУЛЬТУРИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ДО УМОВ ВІЙНИ

4 хвиля

АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА
ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

ВСТУП

УКФ продовжує досліджувати стан української культури в умовах війни. Результати аналітичних досліджень УКФ використовують для удосконалення поточної роботи УКФ, а також беруться до уваги у практичній діяльності державних та недержавних організацій культурної сфери.

У червні 2024 року УКФ реалізував четверту хвилю дослідження стратегій адаптації культури та креативних індустрій до умов війни. Перша хвиля дослідження відбулася у листопаді 2022 року, друга – у червні 2023 року, третя – у грудні 2023 року. Нинішнє дослідження продовжує аналіз стійких та проблемних секторів української культури в динаміці та ставить мету виявити ключові фактори адаптованості/неадапованості організацій¹ культурної сфери, що важливо для подальшої розробки антикризових заходів і майбутнього відновлення української культури та повоєнної відбудови України.

Анкета нинішнього дослідження мала невеликі зміни, зокрема, було уточнено деякі формулювання варіантів відповідей в окремих питаннях. У цій аналітичній записці ми порівнюємо результати чотирьох хвиль дослідження. Для коректного співставлення інформації був здійснений перерахунок окремих даних попередніх хвиль².

Мета опитування: збір та аналіз інформації щодо адаптації української культурної сфери та креативних індустрій до існування в умовах збройної агресії росії.

Завдання опитування:

- виявити стан та перспективи української культурної сфери в умовах війни;
- з'ясувати ключові фактори успішної адаптації організацій сфери культури та креативних індустрій до умов війни;
- проаналізувати зміни рівня адаптованості організацій сфери культури в динаміці.

Метод збору даних: анкетування онлайн.

Вибіркова сукупність: 419 респондентів (фахівці культурної сфери). Похибка (стандартна помилка) в цілому по вибірці $\pm 3\%$.

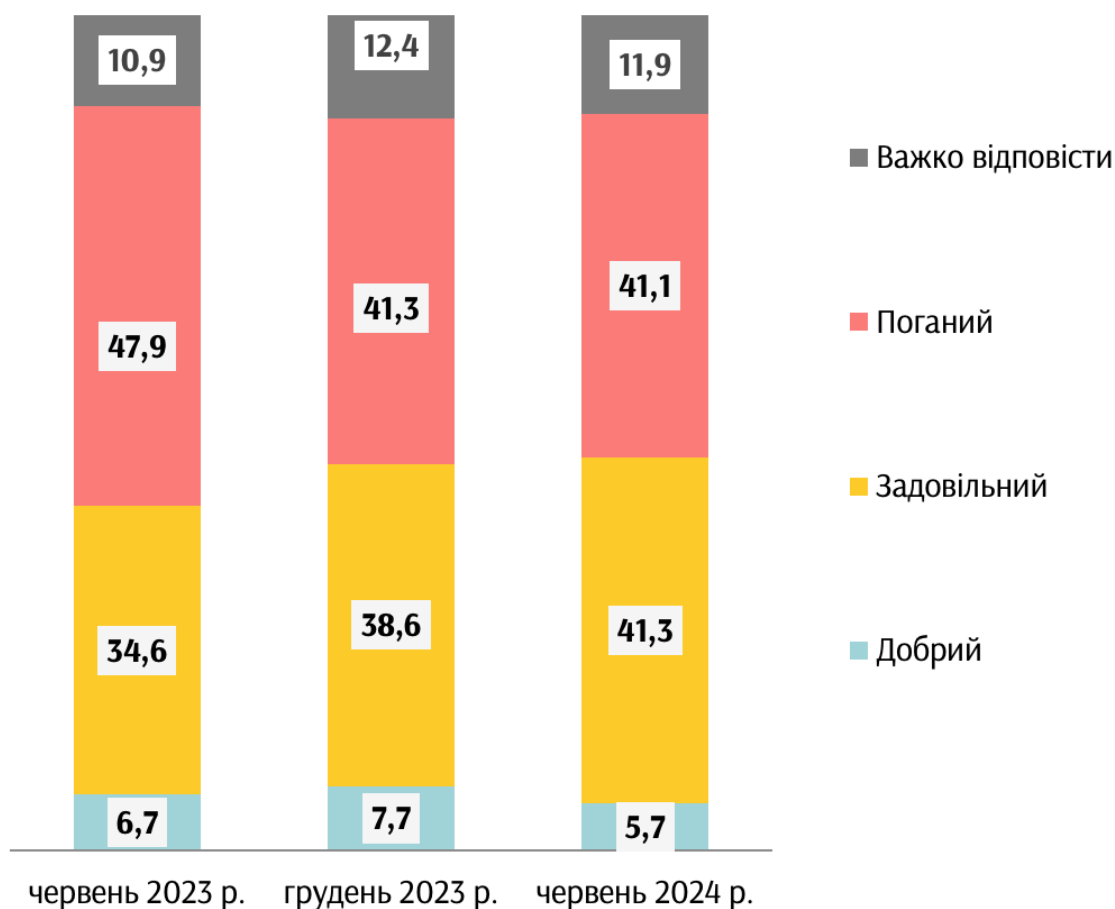
Терміни реалізації опитування: збір даних проводився у період з 13.06.2024 до 30.06.2024 рр.

¹ Установа, заклад, підприємство

² Перша хвиля дослідження: <http://surl.li/htgjo>
Друга хвиля дослідження: <http://surl.li/pqqho>
Третя хвиля дослідження: <http://surl.li/rfsrwt>

ОЦІНКА СТАНУ СФЕРИ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

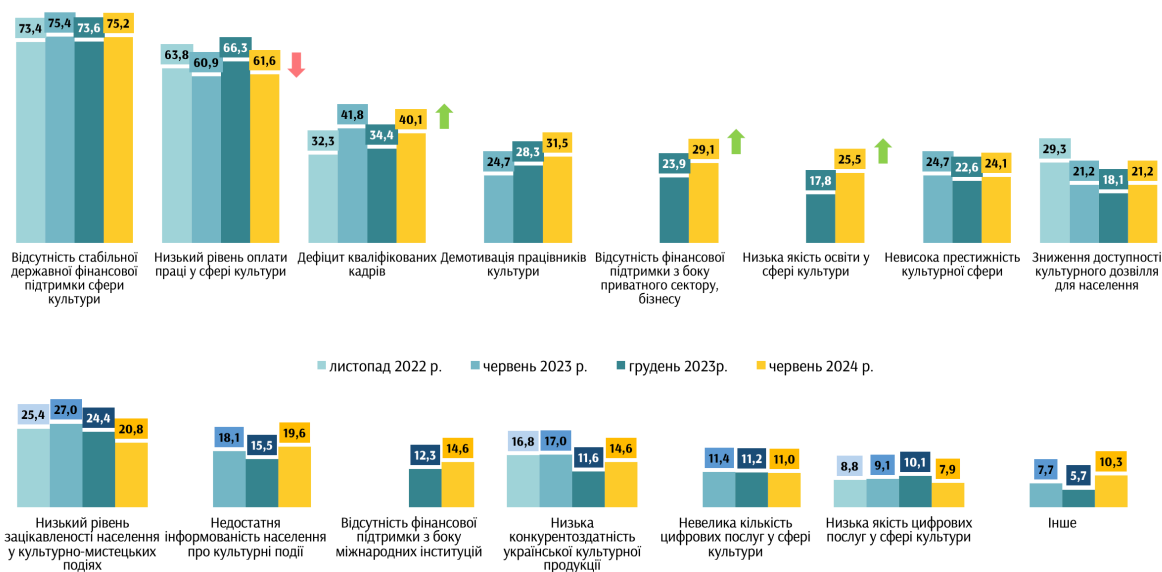
Четверта хвиля опитування показала, що оцінка стану української сфери культури не зазнала суттєвих змін у порівнянні з попередніми хвилями дослідження. Так, переважаюча більшість респондентів зазначають, що нині стан культури задовільний (41,3%) або поганий (41,1%), лише 5,7% називають його добрим (Діаграма 1).



Діаграма 1 – Як Ви оцінюєте загальний стан сфери культури і креативних індустрій на сьогоднішній день?, %, N=419

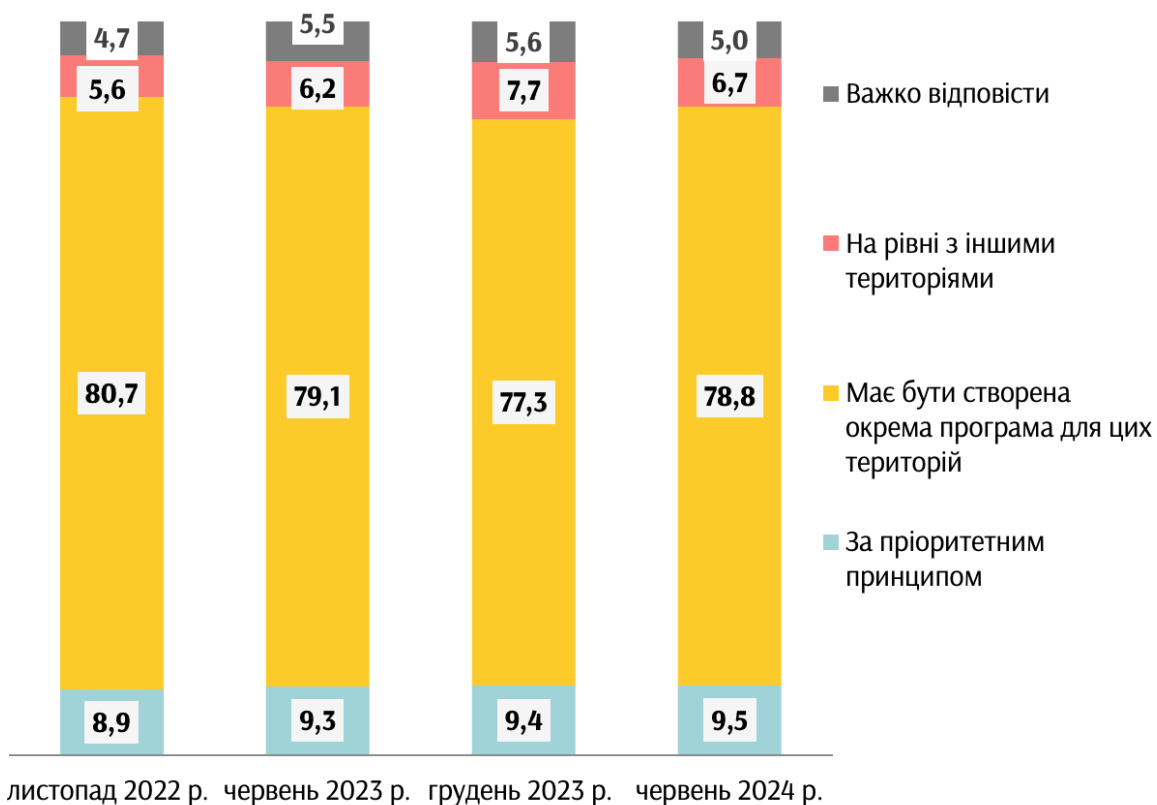
Головними перешкодами розвитку української культури є відсутність стабільної державної фінансової підтримки (75,2%) та низький рівень оплати праці у сфері (61,6%), хоча значення останньої знизилася у порівнянні з груднем 2023 року. Дещо більше уваги наразі респонденти звертають на кадрові проблеми (40,1%), цей показник зріс на 5,7%, порівнюючи з третьою хвилею дослідження.

Також зростає частка тих, хто вбачає перешкоди у відсутності фінансової підтримки з боку приватного сектору чи бізнесу (29,1%) і у низькій якості освіти у сфері культури (25,5 %) (Діаграма 2). Досить значний відсоток респондентів (10,5%) обрали варіант «Інше». Зокрема серед інших перешкод розвитку української культури називали: відсутність державної стратегії розвитку культури, корупція, бюрократія, застарілі підходи у сфері управління культурними інституціями.



Діаграма 2 – Що найбільше, на Вашу думку, перешкоджає розвитку української культури окрім війни?, %, N=419

Без суттєвих змін упродовж чотирьох хвиль дослідження респонденти відповідають на запитання, яким чином має здійснюватися фінансування територій/регіонів, які зазнали руйнувань внаслідок війни. Як і раніше, майже 80% опитаних зазначають, що має бути створена окрема програма для цих регіонів, 9,4% вважають, що вказані території/регіони мають фінансуватися за пріоритетним принципом (Діаграма 3).

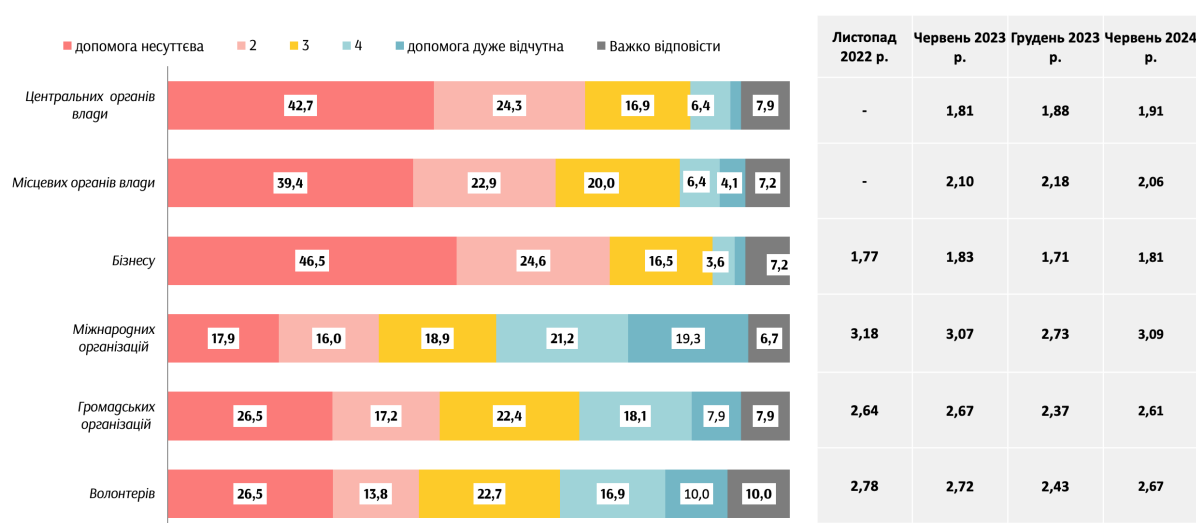


Діаграма 3 – На Вашу думку, яким чином має здійснюватися розподіл коштів на розвиток культури для територій/регіонів, які зазнали руйнувань внаслідок воєнних дій?, %, N=419



ПІДТРИМКА КУЛЬТУРИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Оцінка рівня підтримки культурної сфери також не зазнала суттєвих змін за результатами четвертої хвилі дослідження. Як і раніше, найменш відчутною, на думку опитаних, є підтримка від бізнесу (71,1%), центральних органів влади (67%) та місцевих органів влади (62,3%). Натомість найбільш помітною для респондентів стала допомога від міжнародних організацій, волонтерів і громадських організацій – 40%, 26,9%, 26% відповідно. Спостерігається підвищення частки тих, хто помічає допомогу від міжнародних організацій, цей показник зріс на понад 10%, порівнюючи з попередньою хвилею дослідження (Діаграма 4).



Діаграма 4 – Як би Ви оцінили підтримку сфери культури та креативних індустрій під час війни від: %, N=419

Представники сектору візуального мистецтва найнижче оцінюють допомогу, яка надходить від органів центральної та місцевої влади, а фахівці сектору культурної спадщини нижче з-поміж інших оцінюють підтримку з боку бізнесу. На противагу цьому респонденти сектору культурних та креативних індустрій відзначають високий рівень підтримки від міжнародних та громадських організацій, а фахівці сектору культурної спадщини найвище оцінюють підтримку від волонтерів (Діаграма 5).

| | Візуальне мистецтво | Аудіальне мистецтво | Аудіовізуальне мистецтво | Література та видавничі справи | Перформативне та сценічне мистецтво | Культурна спадщина | Культурні та креативні індустрії |
|---------------------------|---------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------------|----------------------------------|
| Центральних органів влади | 1,69 | 2,33 | 1,94 | 1,75 | 1,98 | 1,89 | 1,98 |
| Місцевих органів влади | 1,62 | 1,80 | 1,73 | 2,30 | 2,31 | 2,15 | 2,11 |
| Бізнесу | 2,04 | 1,85 | 1,76 | 1,75 | 1,78 | 1,71 | 2,02 |
| Міжнародних організацій | 3,52 | 3,10 | 3,23 | 2,84 | 2,88 | 2,87 | 3,56 |
| Громадських організацій | 2,64 | 2,55 | 2,41 | 2,33 | 2,59 | 2,69 | 2,93 |
| Волонтерів | 2,81 | 2,50 | 2,47 | 2,59 | 2,60 | 2,85 | 2,61 |

Діаграма 5 – Оцінка підтримки сфери культури у розрізі секторів (середній бал за 5-бальною шкалою, N=419)

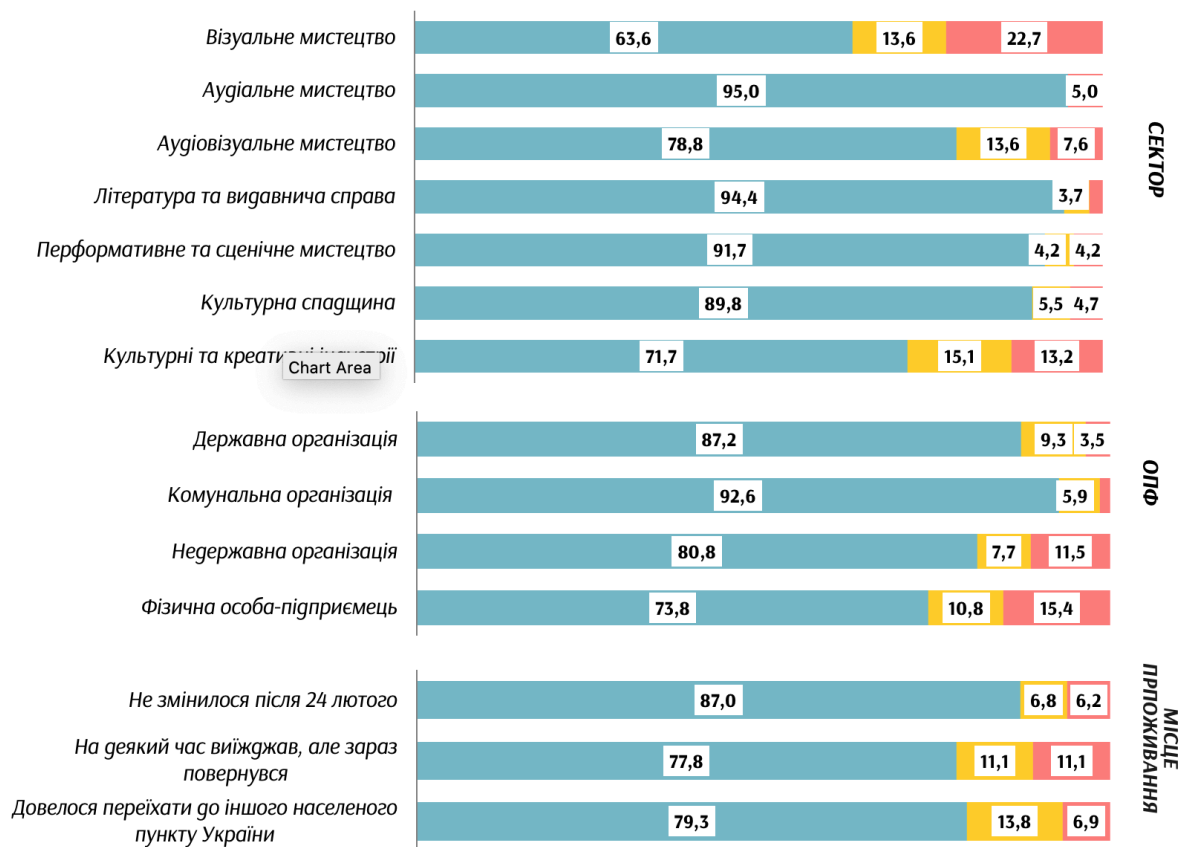


ТРУДОВА ЗАЙНЯТІСТЬ РЕСПОНДЕНТІВ

Без суттєвих змін залишається стан трудової зайнятості респондентів, порівнюючи з червнем і груднем 2023 року (Діаграма 6). Як і раніше, більшість опитаних (85,2%), які нині проживають на території України, продовжують працювати у сфері культури. Щодо секторів культури, то найкраща ситуація із зайнятістю у секторах аудіального мистецтва (95%), літератури та видавничої справи (94,4%) і перформативного та сценічного мистецтва (91,7%). Натомість більше з-поміж інших тимчасово не працюють фахівці із секторів візуального мистецтва (22,7%) і культурних та креативних індустрій (13,2%). Зберігається тенденція, що вищий рівень трудової зайнятості мають працівники комунальних організацій (92,6%). Водночас ФОПи та представники недержавних організацій мають більше проблем з роботою – 15,4% і 11,5% з них тимчасово не працюють. Одним з факторів збереження роботи у культурній сфері також стала незмінність місця проживання після 24 лютого (Діаграма 7).



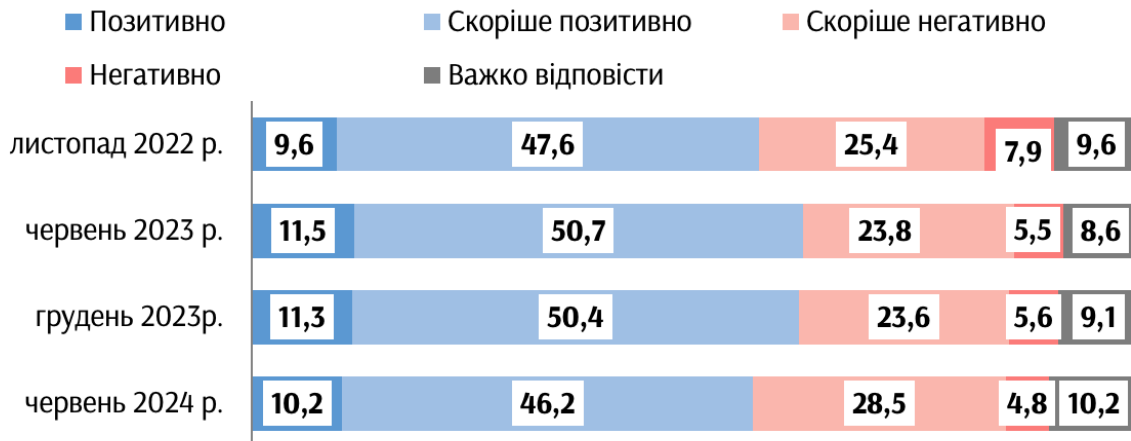
Діаграма 6 – Чи працюєте Ви зараз?, %, N=391 (серед респондентів, які перебувають в Україні)



Діаграма 7 – Ситуація з роботою у розрізі груп, %, N=391 (серед респондентів, які перебувають в Україні)

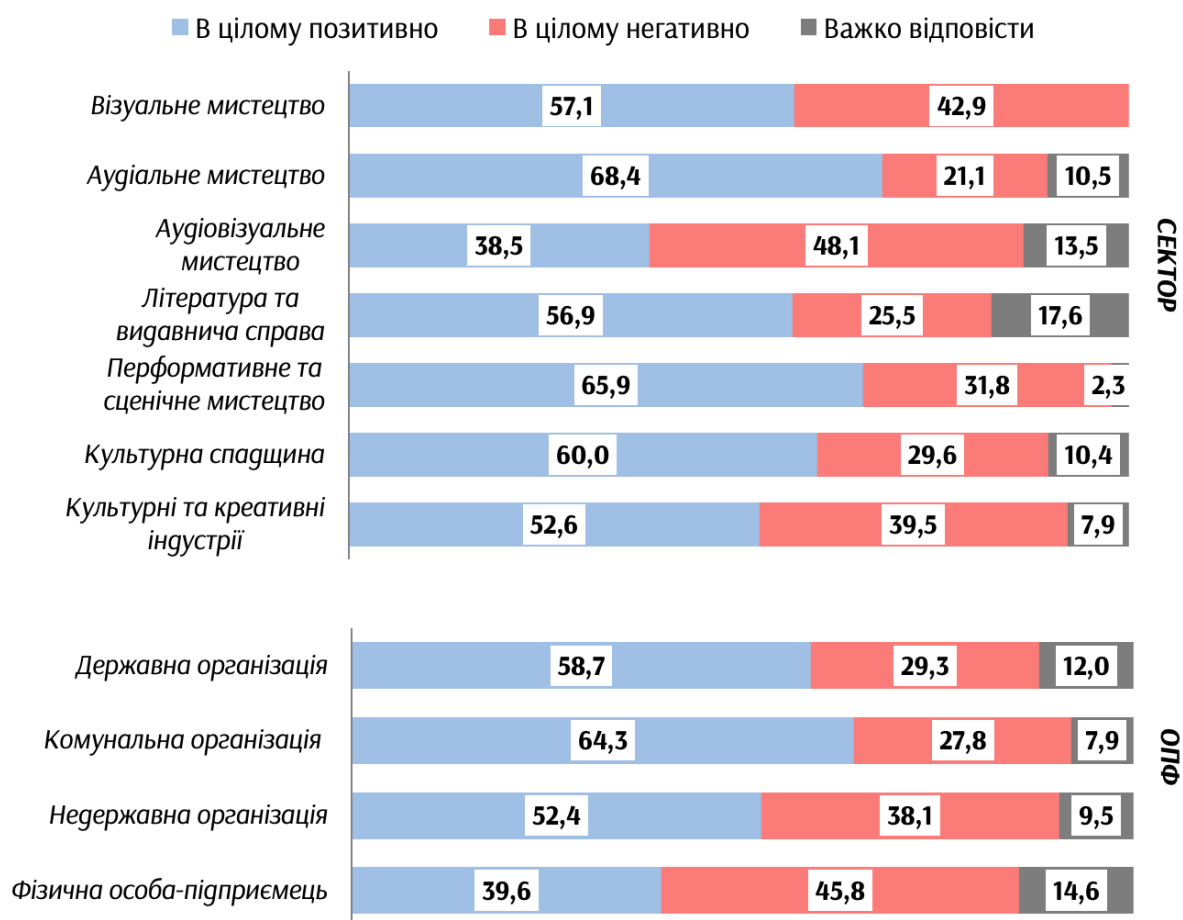
СТАНОВИЩЕ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

У четвертій хвилі дослідження спостерігається підвищення негативної оцінки становища організації, порівнюючи з 2023 роком. Однак в цілому позитивним становище вважають 56,4% респондентів, тоді як загалом негативним – 33,3% (Діаграма 8).



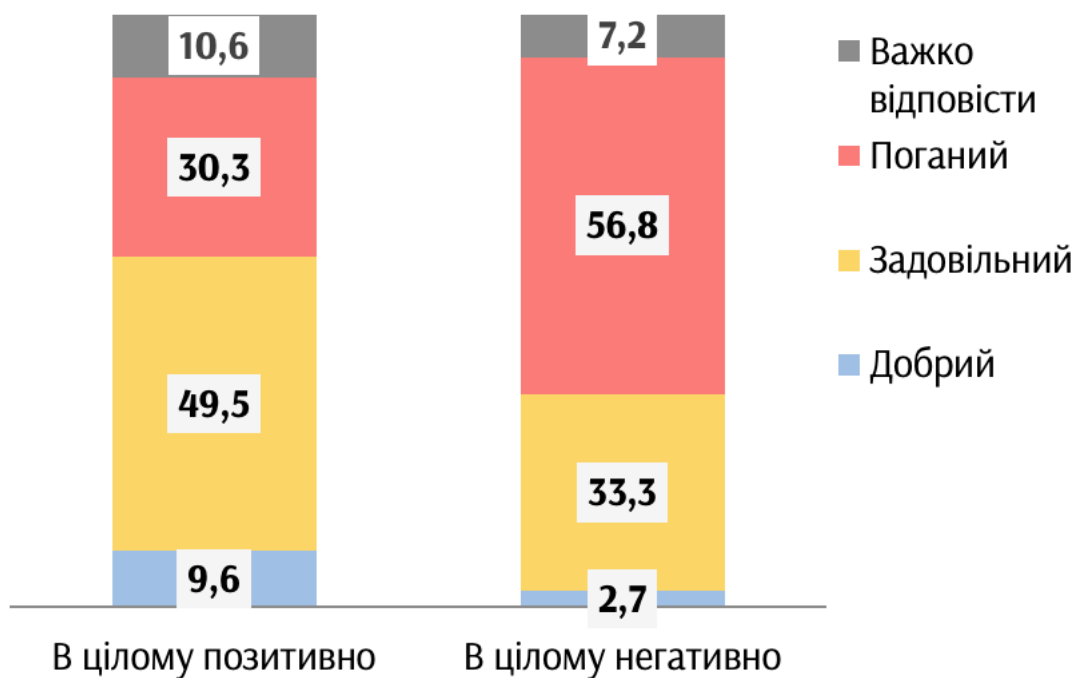
Діаграма 8 – Як би Ви в цілому оцінили стан справ у Вашій організації на сьогоднішній день?, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Щодо стану справ в організації у розрізі секторів культури найбільш позитивну оцінку дають представники аудіального і перформативного та сценічного мистецтва – 68,4% і 65,9% відповідно. Висока частка в цілому негативної оцінки характерна для секторів аудіовізуального і візуального мистецтва – 48,1% та 42,9% відповідно. Працівники комунальних закладів частіше з-поміж інших оцінюють стан справ в організації в цілому позитивно (64,3%). Натомість серед ФОПів частіше спостерігається в цілому негативна оцінка – 45,8% (Діаграма 9).



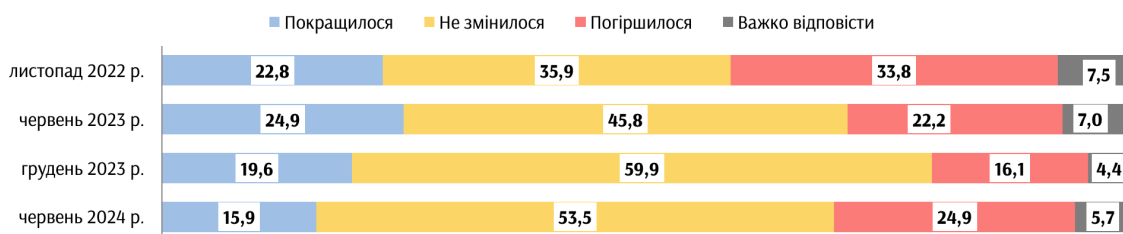
Діаграма 9 – Оцінка стану справ в організації у розрізі груп, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Як і в попередній хвилі дослідження простежується чітка тенденція – якщо респондент у цілому позитивно оцінює стан справ у своїй організації, то й загальний стан культури він частіше вважає добрим або задовільним (59,1%). Однак, якщо справи в організації в цілому негативні – переважає погана оцінка стану культури (56,8%) (Діаграма 10).



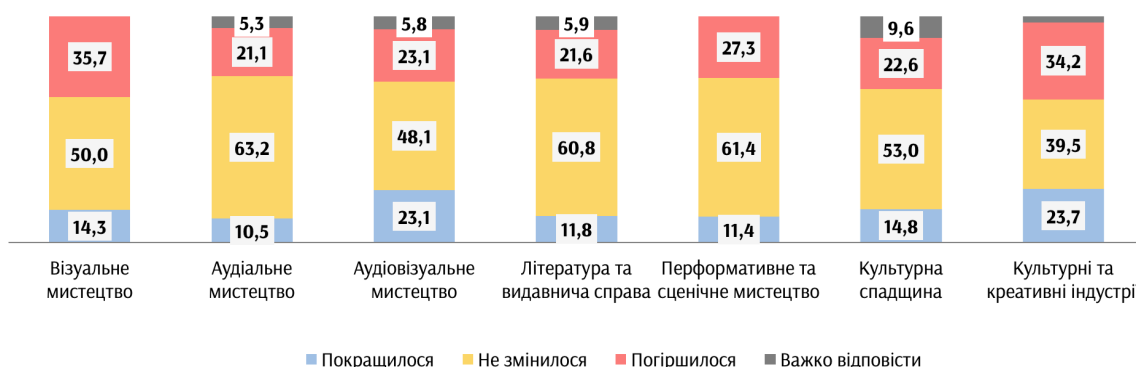
Діаграма 10 – Оцінка стану культури в залежності від оцінки стану справ в організації, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Для понад половини респондентів становище організації не змінилося у порівнянні з другим півріччям 2023 року. Водночас помітно зросла частка тих, хто відмічає погіршення ситуації – 24,9%, відповідно знизився відсоток тих, хто бачить покращення – 15,9% (Діаграма 11).



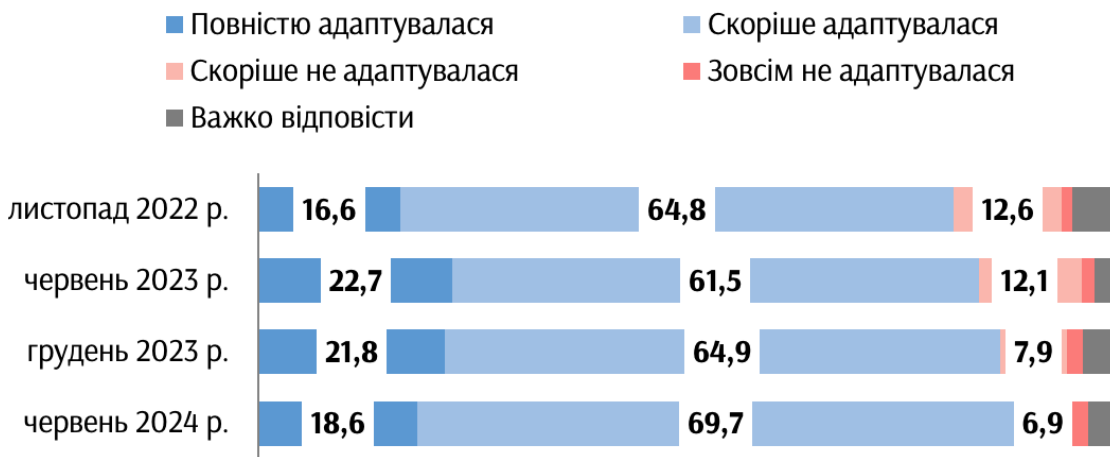
Діаграма 11 – Як змінилося у першому півріччі 2024 р. загальне становище Вашої організації у порівнянні з другим півріччям 2023 р.?, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Переважання негативних оцінок стану організації над позитивними спостерігається у всіх секторах культурної сфери у першому півріччі 2024 року. Водночас найчастіше ситуація залишається незмінною у секторах аудіального мистецтва (63,2%), перформативного та сценічного мистецтва (61,4%) і літератури та видавничої справи (60,8%). Про погіршення частіше з-поміж інших зазначають фахівці секторів візуального мистецтва (35,7%) і культурних та креативних індустрій (34,2%) (Діаграма 12).



Діаграма 12 – Зміна становища організації у розрізі сектору, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

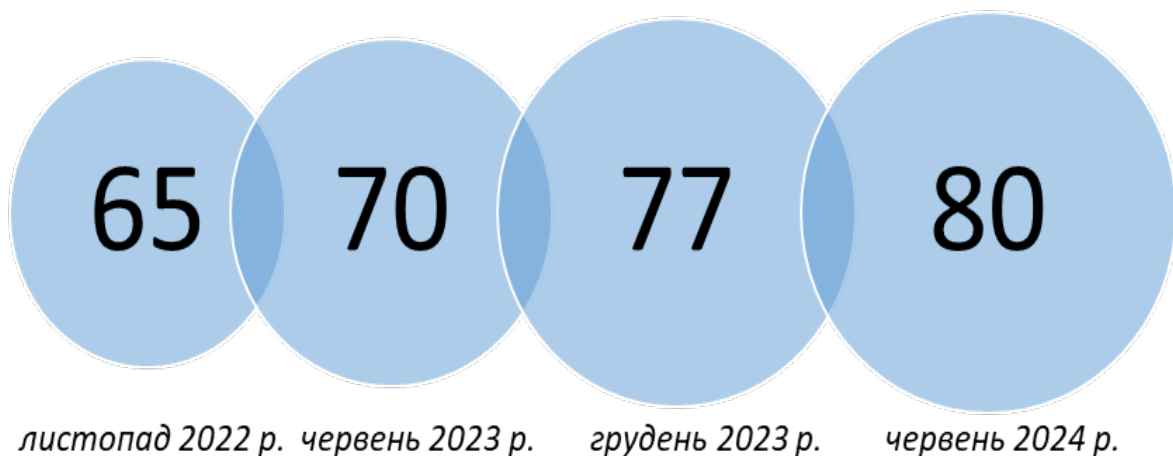
Упродовж чотирьох хвиль дослідження спостерігається поступове зростання оцінки адаптованості культурних організацій до умов війни. Приміром, у листопаді 2022 року в цілому адаптованих було 81,4%, тоді як четверта хвиля дослідження показує вже 88,3% (Діаграма 13).



Діаграма 13 – Наскільки Ваша організація адаптувалася до діяльності в умовах війни?, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

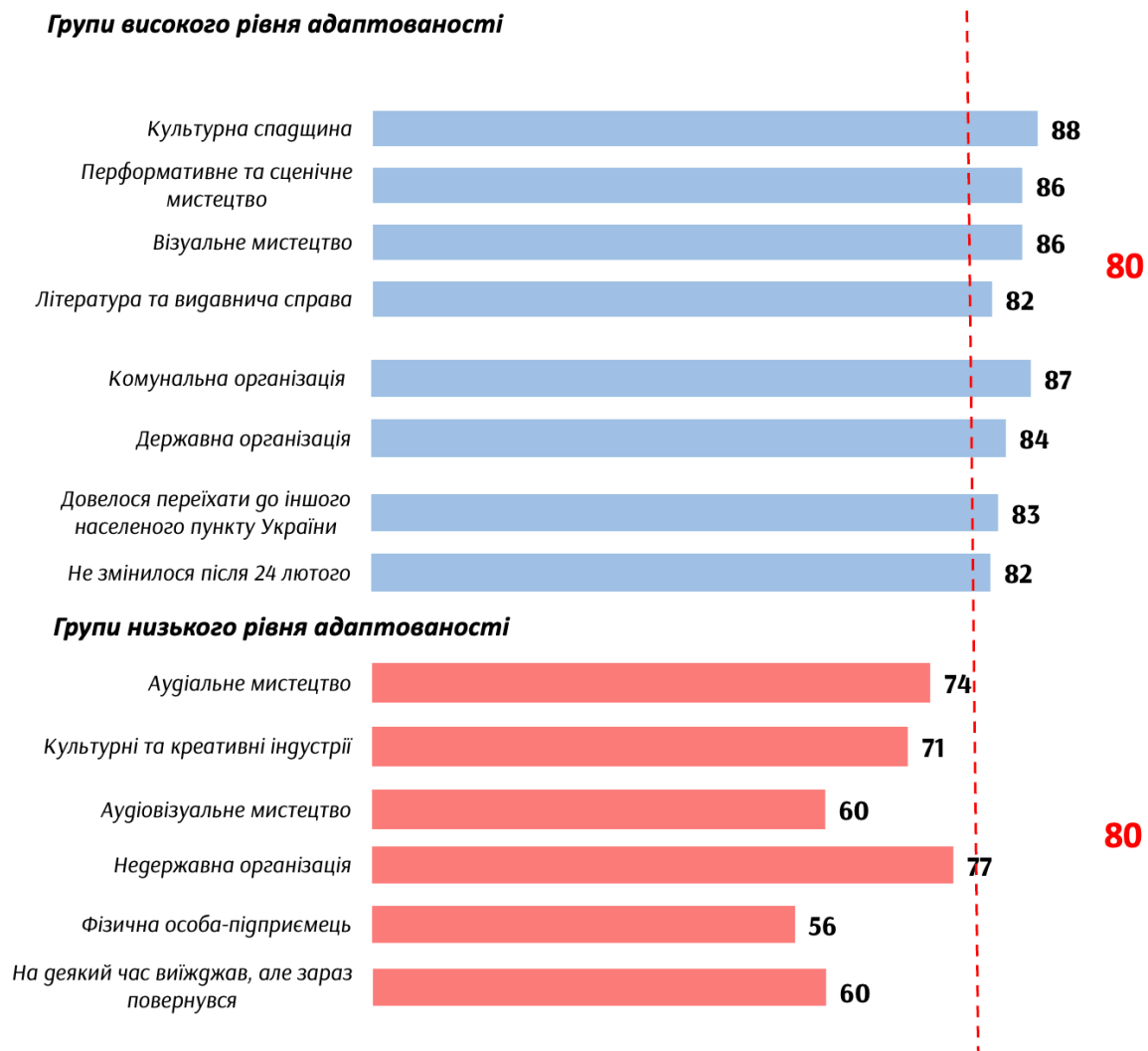
Щоб показати групи високого та низького рівня адаптованості було побудовано індекс адаптованості, який розраховується у пунктах як різниця позитивних та негативних оцінок. Значення індексу може коливатися в діапазоні від -100 до 100 пунктів. Чим вище значення індексу, тим більше організації є адаптованими.

Аналіз результатів опитування засвідчує, що індекс адаптованості є високим, а також зростає від листопада 2022 року. Нині він становить 80 пунктів (Діаграма 14).



Діаграма 14 – Індекс адаптованості

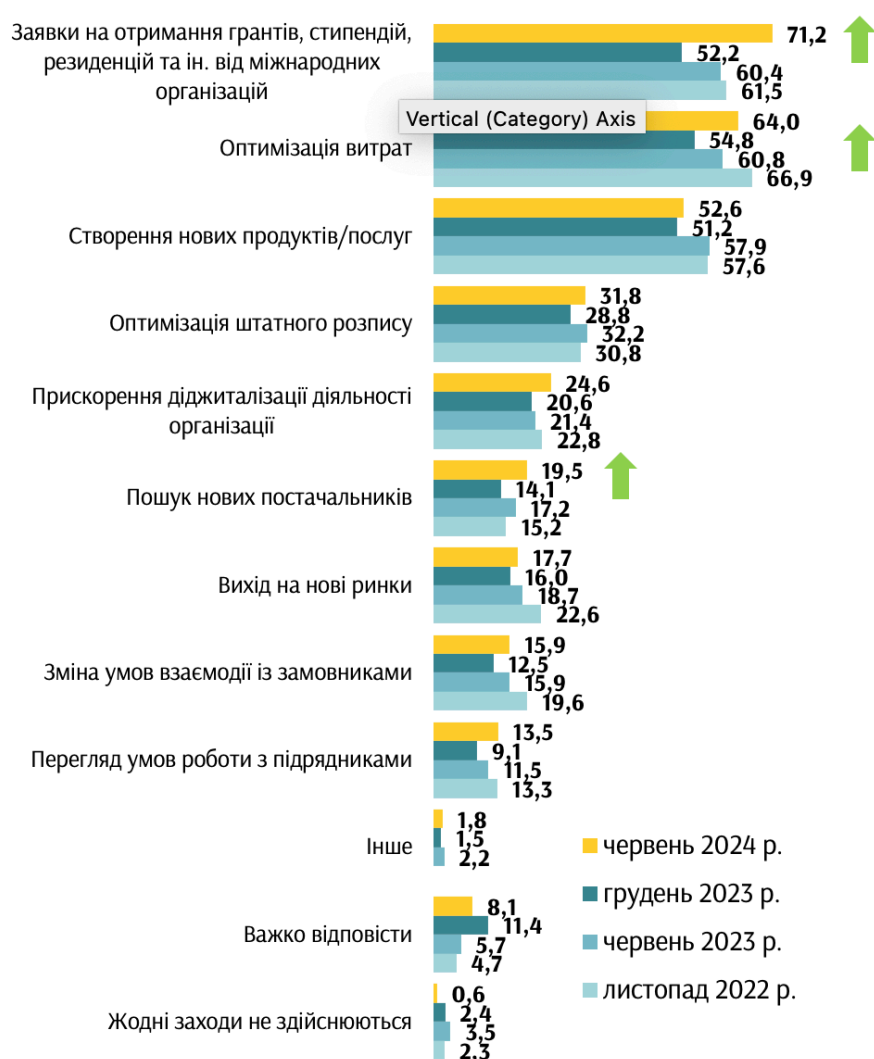
У четвертій хвилі дослідження найвищий рівень адаптованості продемонстрували сектори культурної спадщини, перформативного та сценічного мистецтва, візуального мистецтва і літератури і видавничої справи. Як і в інших хвилях дослідження найвищий рівень адаптованості мають комунальні організації. Натомість найменш адаптованими є ФОПи та сектори аудіовізуального мистецтва і культурних та креативних індустрій (Діаграма 15).



Діаграма 15 – Групи високого та низького рівня адаптації у розрізі секторів, організаційно-правової форми та зміни місця проживання, у пунктах (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

МОТИВАТОРИ ТА ДЕМОТИВАТОРИ АДАПТОВАНOSTІ

Як і в попередніх хвилях дослідження, ключовими заходами адаптації до умов війни респонденти називають: заявки на отримання грантів, стипендій та ін. від міжнародних організацій – 71,2%, оптимізацію витрат – 64%, створення нових продуктів/послуг – 52,6%. Варто зазначити, що хоча структура заходів адаптації залишається незмінною, проте змінився їх порядок. Починаючи з листопада 2022 року, коли була проведена перша хвиля дослідження, подача заявок на гранти вперше опинилася на першому місці серед заходів адаптації до умов війни, витіснивши оптимізацію витрат. Водночас частка організацій, які вдаються до оптимізації витрат, також зросла майже на 10% у порівнянні з попереднім періодом. Крім того, дещо зросла частка організацій, які зосереджують зусилля на пошуку нових постачальників (Діаграма 16).



Діаграма 16 – Які заходи здійснюються для підтримки діяльності Вашої організації під час війни?, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

На основі попередньої діаграми було побудовано мотиваційну матрицю адаптованості, яка показує різницю між адаптованими та неадаптованими респондентами, диференціюючи успішні та неуспішні стратегії адаптації (Діаграма 17).

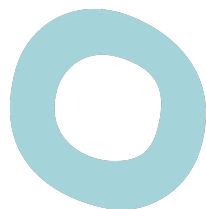
«Мотиваційне ядро» – мотиви з великою різницею та високою значущістю – більшою мірою диференціюють адаптованість організації до діяльності в умовах війни.

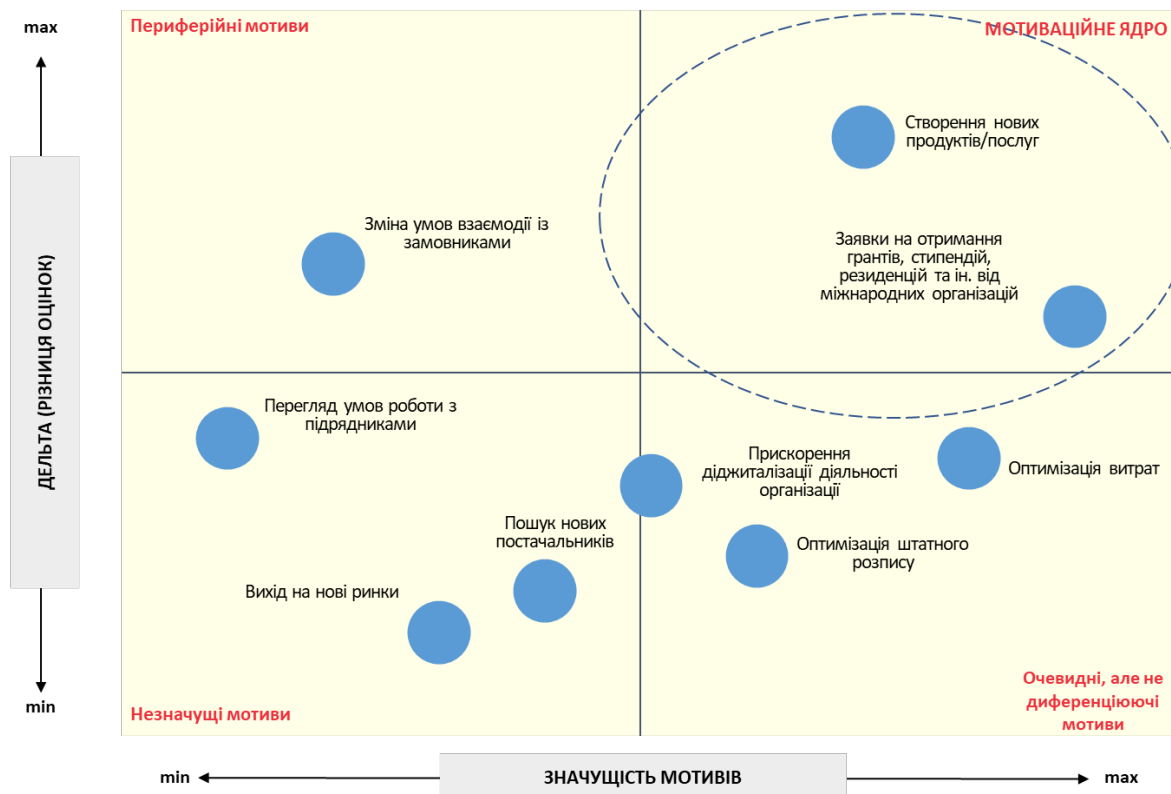
«Периферійні мотиви» – мотиви з великою різницею, але не високою значущістю – диференціюють окремі соціальні групи і діють у певних ситуаціях.

«Очевидні, але не диференціюючі мотиви» – мотиви з високою значущістю, але низькою різницею.

«Незначущі мотиви» – мотиви з низькою значущістю та малою різницею.

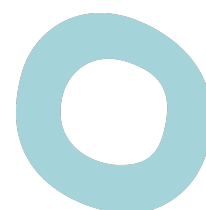
Мотиваційна матриця показує, що у порівнянні з груднем 2023 року відбулися деякі зміни. Нині у ядрі стратегії успішної адаптації до умов війни є заявки на отримання грантів, стипендій, резиденцій та ін. від міжнародних організацій та створення нових культурних продуктів. За своєю структурою мотиваційне ядро нинішньої матриці схоже на минулорічне (червень 2023 року) за виключенням прискорення диджиталізації діяльності організації. Натомість оптимізація витрат випала з ядра успішної адаптації, попри те, що була в ньому наприкінці 2023 року. Таким чином, можемо говорити про певну «сезонність» заходів адаптації, коли влітку організації частіше вдаються до подачі заявок на гранти. Це пояснюється тим, що весна-літо традиційно є початком реалізації грантового сезону у багатьох організаціях. Натомість наприкінці року до ядра успішної адаптації потрапляє оптимізація витрат, що ймовірно пов'язано з закриттям фінансового року та періодом звітування.





Діаграма 17 – Мотиваційна матриця адаптованості (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

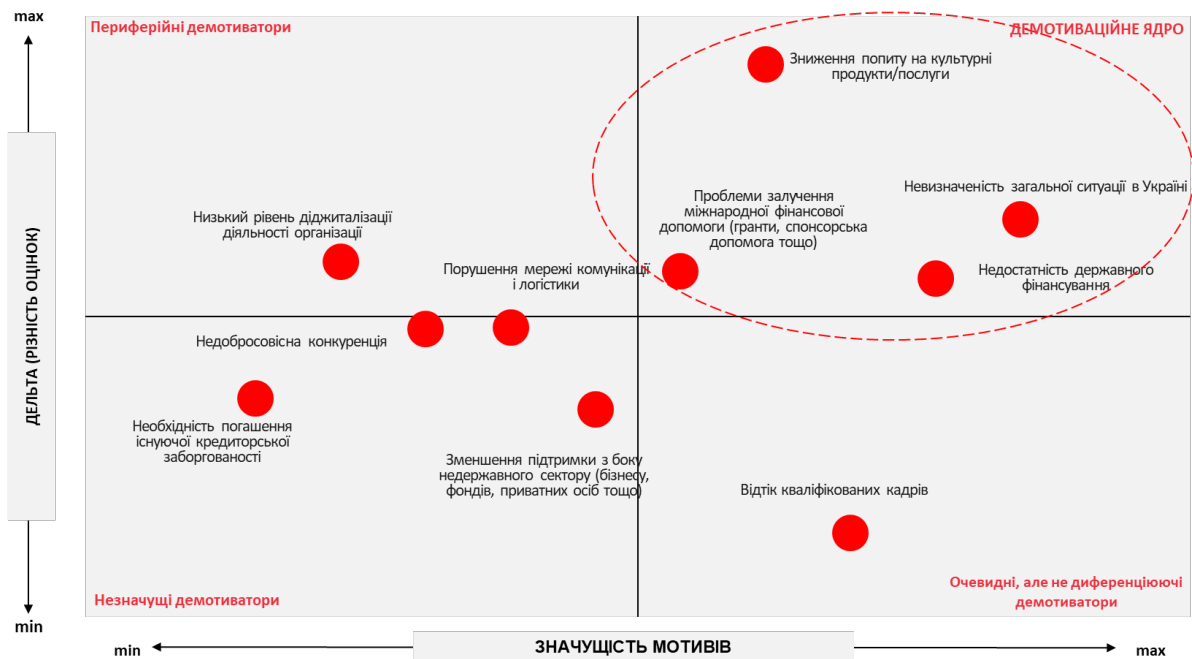
Ключовими факторами, які, на думку респондентів, перешкоджають їхнім організаціям адаптуватися до умов війни є: невизначеність загальної ситуації в Україні – 62,8% та недостатність державного фінансування – 60,1%. Потрібно зауважити, що значущість першої із зазначених причин дещо зросла у порівнянні з груднем 2023 року. Водночас зросла значущість низки інших факторів, як-от відтік кваліфікованих кадрів (з 30,7% в грудні 2023 року до 45% в червні 2024 року) та проблеми залучення міжнародної фінансової допомоги (з 23,8% до 28,5% відповідно) – Діаграма 18. Обираючи варіант «Інше», респонденти в основному відзначали мобілізацію.





Діаграма 18 – Що найбільшою мірою заважає Вашій установі адаптуватися до роботи під час війни?, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

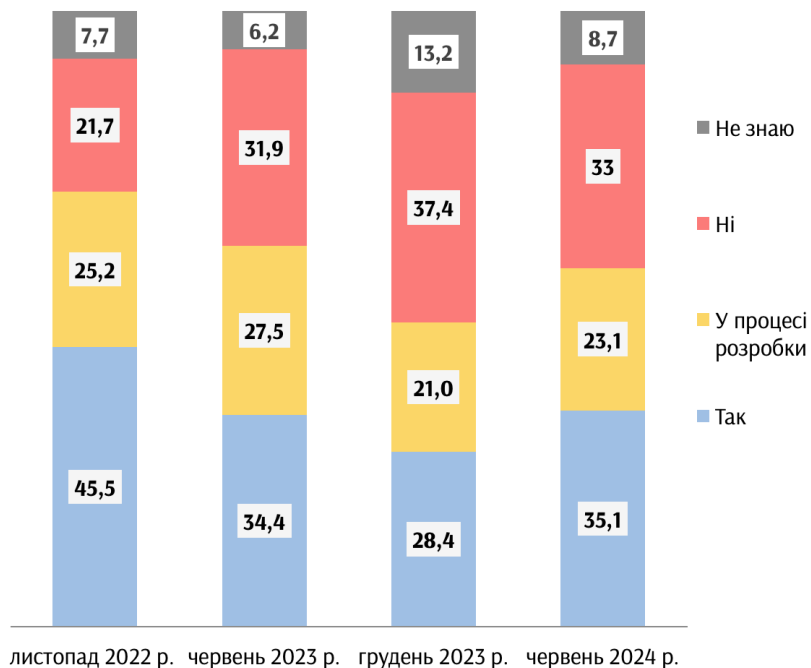
Для того, щоб краще структурувати основні перешкоди адаптації, була побудована матриця демотиваційних факторів для організацій сфери культури та креативних індустрій. У порівнянні з груднем 2023 року демотиваційне ядро майже не змінилось. До нього так само входять: недостатність державного фінансування, зниження попиту на культурні продукти/послуги, проблеми залучення міжнародної фінансової допомоги (грантів, спонсорської допомоги тощо), втім вперше за всі хвили дослідження до демотиваційного ядра потрапила і невизначеність загальної ситуації в Україні. Натомість відтік кваліфікованих кадрів випав з демотиваційного ядра (Діаграма 19).



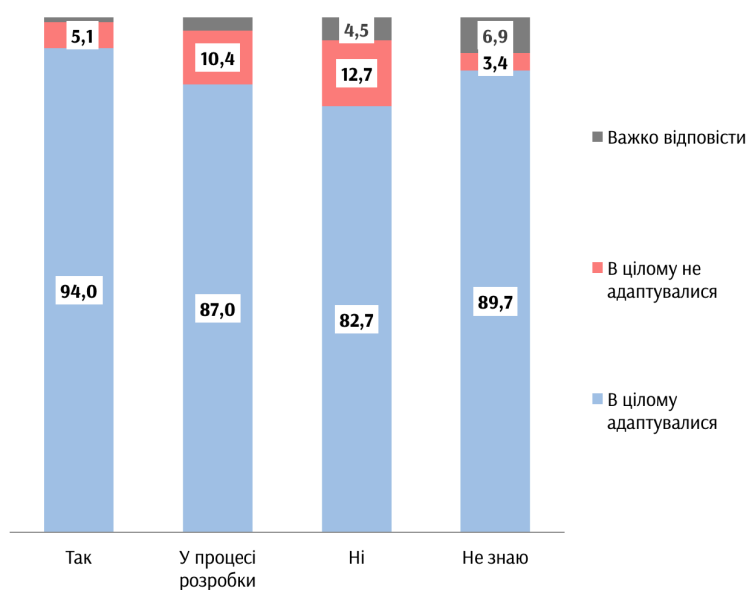
Діаграма 19 – Демотиваційна матриця адаптованості (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Результати опитування показали, що у порівнянні з попередньою хвилею дослідження дещо зріс відсоток організацій сфери культури та креативних індустрій, які мають кризовий план роботи. Таких нині близько третини. Проте якщо підсумувати відсоток тих, хто не має кризового плану або його розробляє, то отримаємо 56,1% (Діаграма 20).

Аналіз попередніх хвиль дослідження показує, що відсутність чіткого кризового плану не завжди свідчить про розгубленість та безпорадність в умовах війни. Часто організації без кризового плану зосереджуються на створенні нових продуктів та послуг. Водночас наявність кризового плану чітко впливає на рівень адаптованості до умов війни. Серед тих організацій, які мають такий план, в цілому адаптованих – 94%, а серед тих, у кого плану немає, – 82,7% (Діаграма 21).



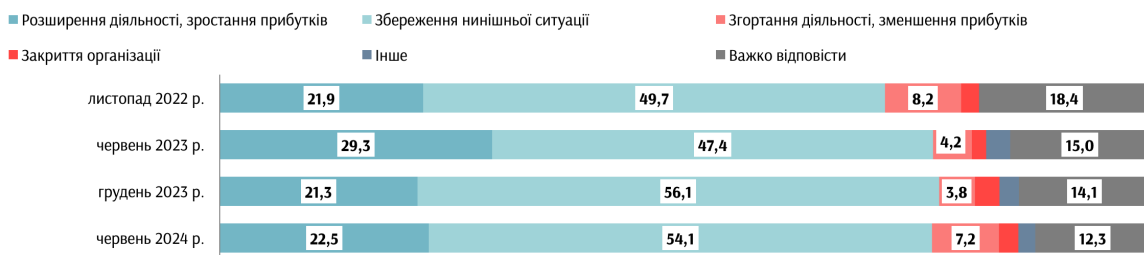
Діаграма 20 – Чи розроблений з початку війни кризовий план роботи Вашої організації? % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)



Діаграма 21 – Адаптованість в залежності від наявності кризового плану роботи, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

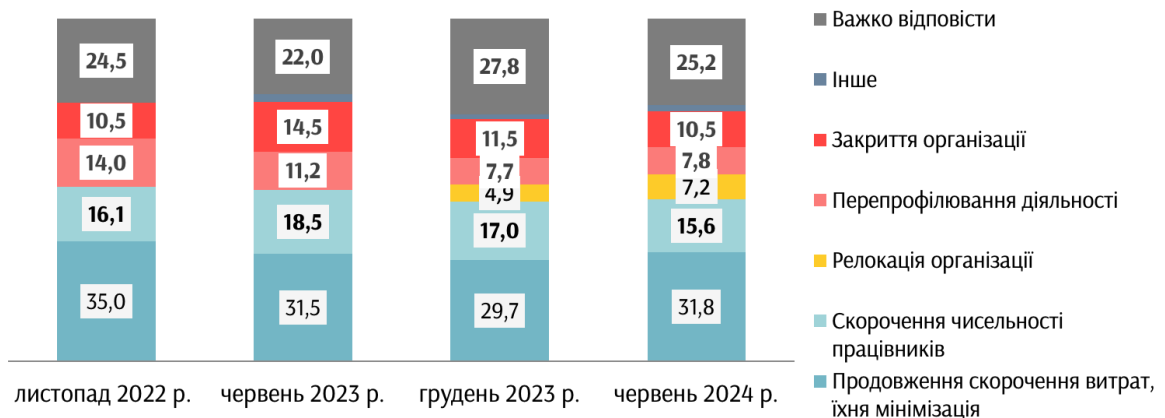
ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ ОРГАНІЗАЦІЇ

У цьому дослідженні порівняно з іншими хвилями оцінка перспектив організації не зазнала суттєвих змін. Як і раніше більше половини респондентів вважають, що буде зберігатися нинішня ситуація, ще 22,5% – очікують розширення діяльності та зростання прибутків. Значно менше опитаних (7,2%) планують згортання діяльності, хоча цей показник і зріс у порівнянні з попереднім періодом (Діаграма 22).



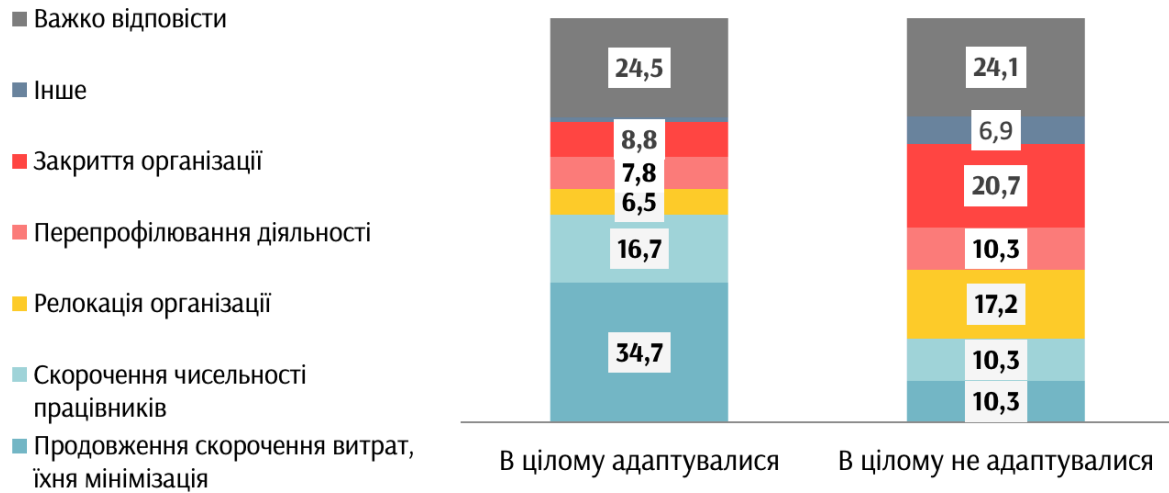
Діаграма 22 – Як ви в цілому оцінюєте перспективи вашої організації?, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Майже незмінними залишаються дії організацій у випадку погіршення ситуації. Як і в попередніх хвилях дослідження, серед варіантів відповідей лідирують скорочення чи мінімізація витрат (31,8%) та скорочення чисельності працівників (15,6%). Для чверті респондентів зараз важко відповісти на це запитання (Діаграма 23).



Діаграма 23 – Як ви думаєте, до яких заходів може вдатися ваша організація у випадку погіршення ситуації?, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Також зберігається тенденція, що серед організацій, які загалом не адаптувалися, більша частка тих, хто передбачає закриття чи релокацію організації (Діаграма 24).

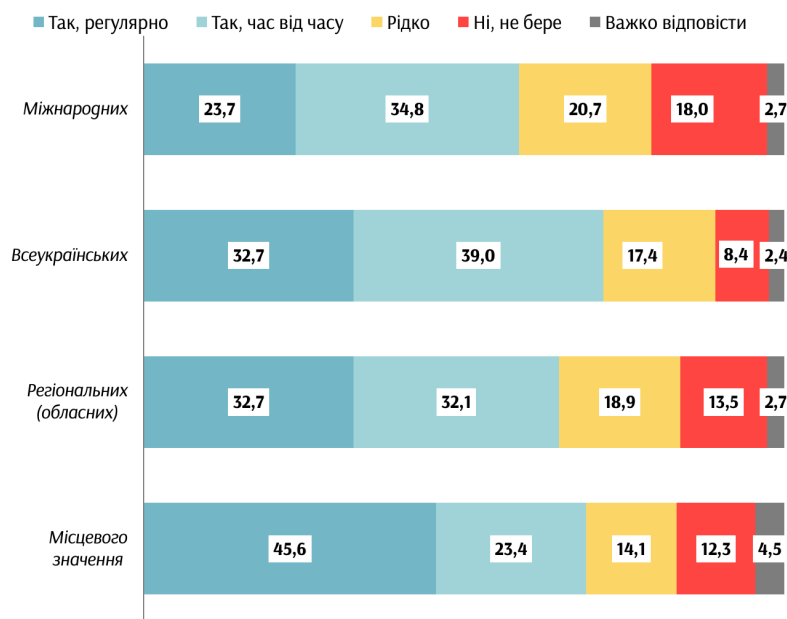


Діаграма 24 – Заходи у випадку погіршення ситуації у розрізі адаптованості, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

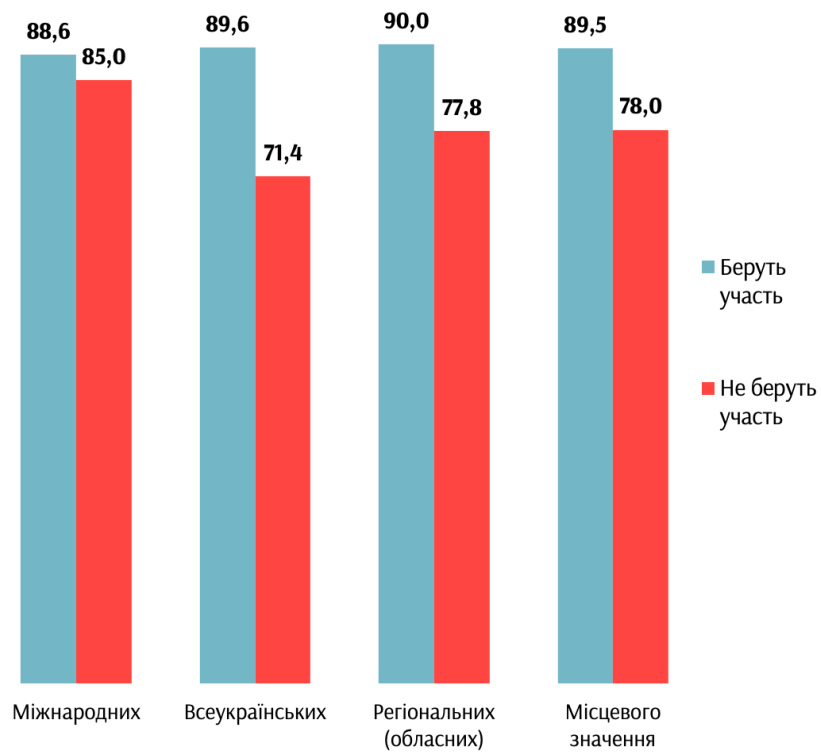


УЧАСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ У КУЛЬТУРНИХ ЗАХОДАХ

Зменшилася кількість організацій, які регулярно або час від часу беруть участь у культурних заходах місцевого значення – якщо у грудні 2023 року цей показник сягав 79,6%, то станом на червень 2024 року знизився до 69%. Натомість зросла участь у міжнародних заходах – 58,5% проти 48,3% (Діаграма 25). Зберігається зв'язок між участю у заходах і адаптованістю: серед організацій, які беруть участь у культурних заходах, рівень адаптованості є вищим. Водночас більшою мірою це стосується участі у різних заходах в межах України (Діаграма 26).



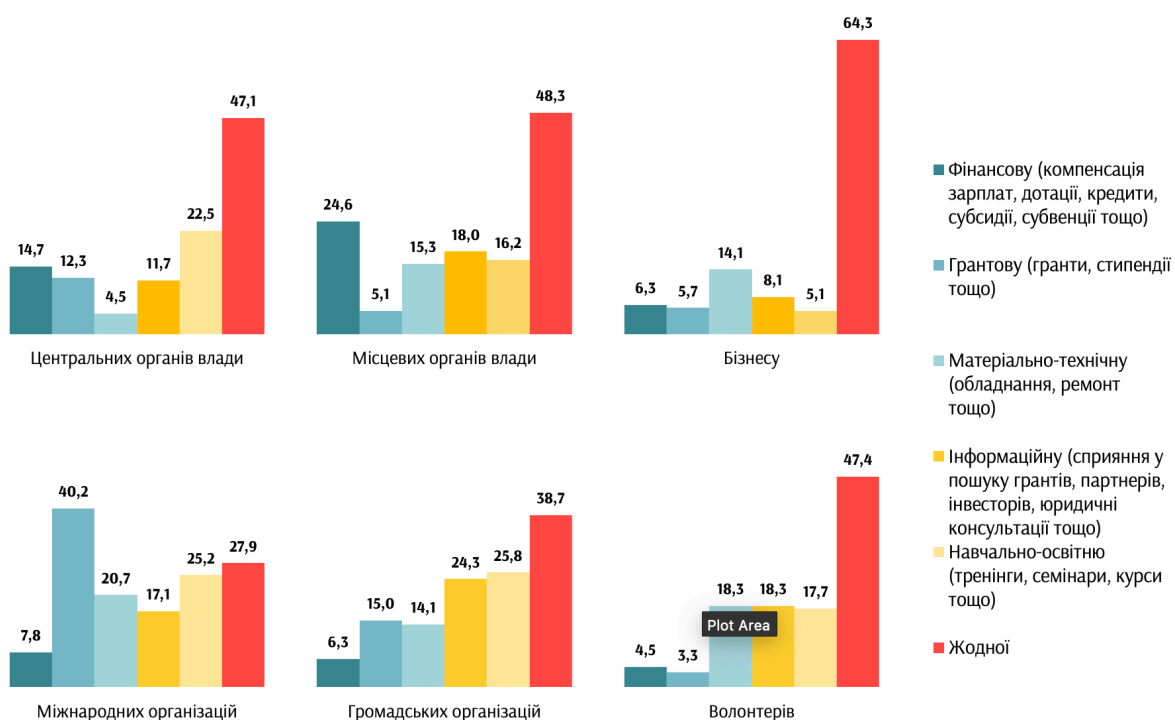
Діаграма 25 – Чи бере ваша організація участь у нижчеперелічених культурних заходах, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)



Діаграма 26 – Частка адаптованих організацій в залежності від участі у культурних заходах, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

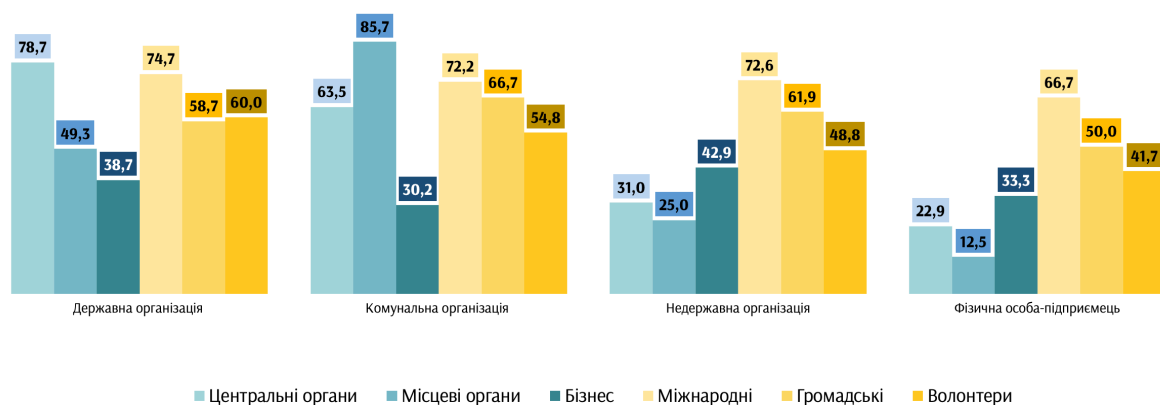
ОЦІНКА ДОПОМОГИ ТА ЗАПИТ НА ДЕРЖАВНУ ПІДТРИМКУ

На думку респондентів, дещо зросла допомога їхнім організаціям від більшості надавачів допомоги у порівнянні з третьою хвилею дослідження, проведеної (грудень 2023) – від бізнесу на 8%, від міжнародних організацій на 20%, від громадських організацій на 12%, від волонтерів на 11%. Натомість показник отримання допомоги від місцевих органів влади знизився на 13%. Водночас фінансову допомогу культурні діячі продовжують отримувати здебільшого саме від місцевих (24,6%) та центральних органів влади (14,7%). Лідерство у наданні грантової підтримки зберігають міжнародні організації (40,2%). Крім того, міжнародні організації частіше почали надавати матеріально-технічну допомогу, хоча у попередні хвилі дослідження лідером за цією позицією були місцеві органи влади. Інформаційну та навчально-освітню допомогу культурні діячі найчастіше отримують від громадських організацій (Діаграма 28). Загалом 92,8% опитаних зазначили, що їхні організації отримували принаймні один з видів допомоги хоча б від одного з надавачів допомоги.



Діаграма 28 – Яку допомогу ваша організація отримувала/отримує, починаючи з 24 лютого 2022 року, від: %, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Результати нинішньої хвилі дослідження показують, що державні організації найчастіше отримують допомогу від центральних органів влади, комунальні – від місцевих органів влади. Водночас головними надавачами допомоги недержавним організаціям та ФОПам здебільшого є міжнародні та громадські організації. Отримання міжнародної допомоги також відзначає і досить значна частина державних та комунальних організацій. Імовірно, державний сектор користується додатковими можливостями забезпечення свого функціонування та розвитку (Діаграма 29).



Діаграма 29 – Отримання хоча б одного виду допомоги у розрізі організаційно-правової форми, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Незмінним залишається перелік заходів підтримки, яких першочергово потребують організації культурної сфери від держави. Найбільший запит залишається на гранти як на культурно-мистецькі проекти, так і розвиток діяльності – 66,7% та 62,8% відповідно. Ці показники дещо зросли у порівнянні з попередньою хвилею дослідження. Також нині організації потребують більшої компенсації зарплат, промоції за кордоном та спеціального податкового режиму. Натомість потреба в освітніх програмах, тренінгах, консультаціях дещо знизилася (Діаграма 30). Серед тих, хто обрав варіант «Інше», лідируючу позицію зайняла можливість бронювання працівників.

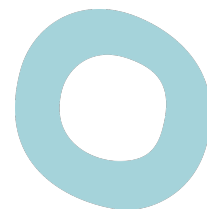


Діаграма 30 – Яких заходів підтримки від держави зараз найбільше потребує ваша організація?, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

Представники аудіовізуального мистецтва та культурних і креативних індустрій повідомляють про найбільшу потребу в грантах на розвиток інституційної діяльності. Вони ж поруч з представниками аудіального, перформативного та сценічного мистецтва потребують і грантів на культурно-мистецькі проєкти. Крім того, потреба у грантах (як на розвиток діяльності, так і на культурно-мистецькі проєкти) найбільш виражена серед працівників недержавних організацій та ФОПів. Водночас відбудови та ремонту більше потребують спеціалісти секторів культурної спадщини, перформативного та сценічного мистецтва, а також працівники державних і комунальних організацій. Високий запит на компенсацію зарплат мають представники аудіального і перформативного та сценічного мистецтва, а також державні організації. Недержавні організації та ФОПи більше ніж державні та комунальні потребують промоції за кордоном, програм підвищення попиту на креативний продукт та спеціального податкового режиму (Діаграма 31).

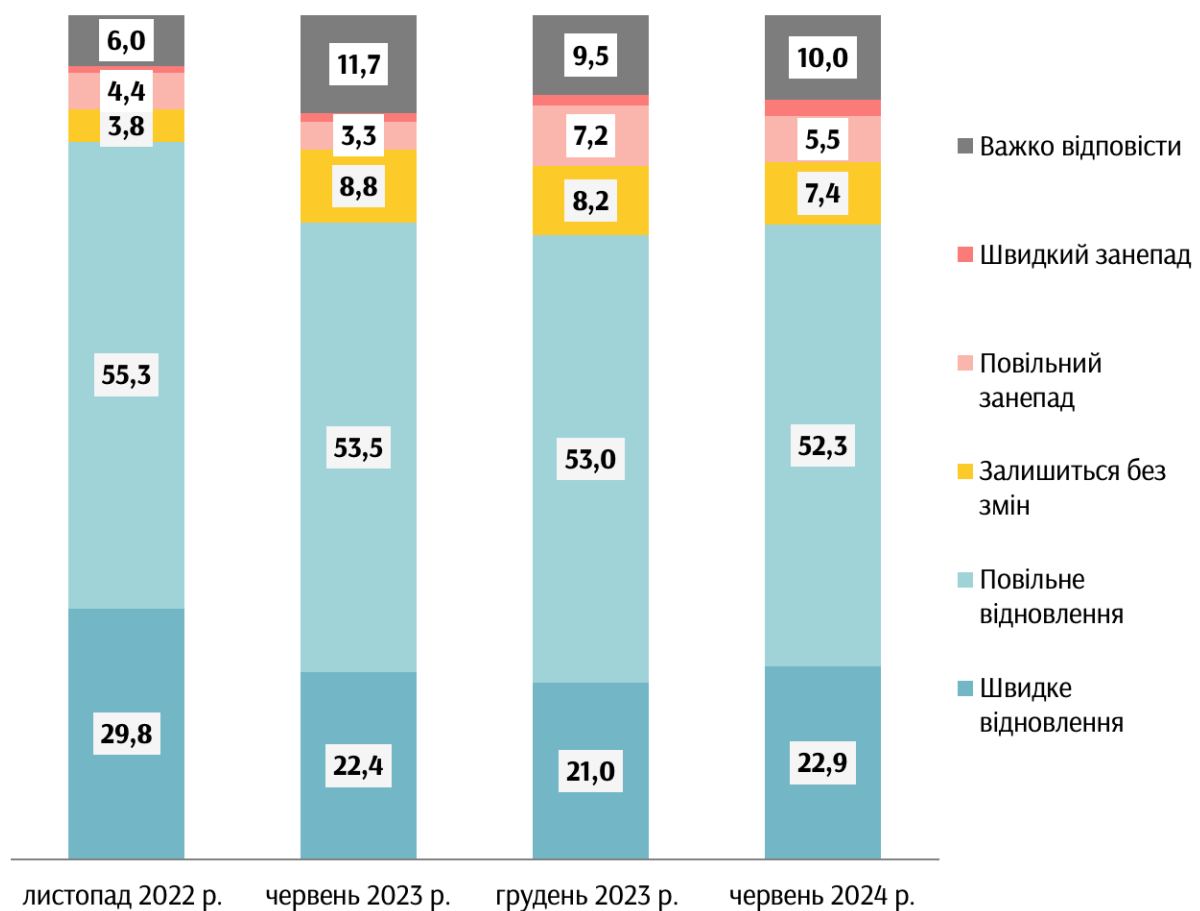
| | Візуальне мистецтво | Аудіальне мистецтво | Аудіовізуальне мистецтво | Література та видавничі справи | Перформативне та сценічне мистецтво | Культурна спадщина | Культурні та креативні індустрії | Державна організація | Комунальна організація | Недержавна організація | Фізична особа-підприємець |
|---|---------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------------|----------------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|---------------------------|
| Компенсація зарплат | 14,3 | 47,4 | 23,1 | 35,3 | 50,0 | 33,9 | 34,2 | 50,7 | 40,5 | 21,4 | 16,7 |
| Гранти на розвиток діяльності | 50,0 | 52,6 | 75,0 | 60,8 | 59,1 | 60,9 | 68,4 | 50,7 | 57,1 | 73,8 | 77,1 |
| Гранти на культурно-мистецькі проекти | 50,0 | 73,7 | 84,6 | 60,8 | 72,7 | 58,3 | 71,1 | 58,7 | 61,9 | 76,2 | 75,0 |
| Доступні кредити | 0,0 | 10,5 | 7,7 | 3,9 | 2,3 | 0,9 | 7,9 | 0,0 | 1,6 | 7,1 | 10,4 |
| Освітні програми, тренінги, консультації | 7,1 | 31,6 | 25,0 | 11,8 | 18,2 | 18,3 | 18,4 | 21,3 | 18,3 | 16,7 | 18,8 |
| Промоція діяльності організації за кордоном | 42,9 | 52,6 | 38,5 | 15,7 | 22,7 | 20,0 | 21,1 | 24,0 | 11,9 | 33,3 | 50,0 |
| Спеціальний податковий режим | 14,3 | 21,1 | 17,3 | 13,7 | 11,4 | 7,8 | 15,8 | 5,3 | 2,4 | 23,8 | 31,3 |
| Відбудова, ремонт будівель, приміщень | 14,3 | 21,1 | 17,3 | 35,3 | 45,5 | 56,5 | 31,6 | 56,0 | 57,1 | 15,5 | 6,3 |
| Програми підвищення попиту на креативний продукт (по типу еПідтримки, цільових сертифікатів або ваучерів) | 14,3 | 10,5 | 19,2 | 19,6 | 11,4 | 9,6 | 28,9 | 5,3 | 11,1 | 22,6 | 29,2 |
| Важко відповісти | 0,0 | 5,3 | 0,0 | 3,9 | 0,0 | 2,6 | 0,0 | 2,7 | 2,4 | 1,2 | 0,0 |

Діаграма 31 – Потреба у заходах підтримки від держави у розрізі сектору/ організаційно-правової форми, % (серед респондентів, які продовжують працювати у сфері культури і креативних індустрій, N=333)

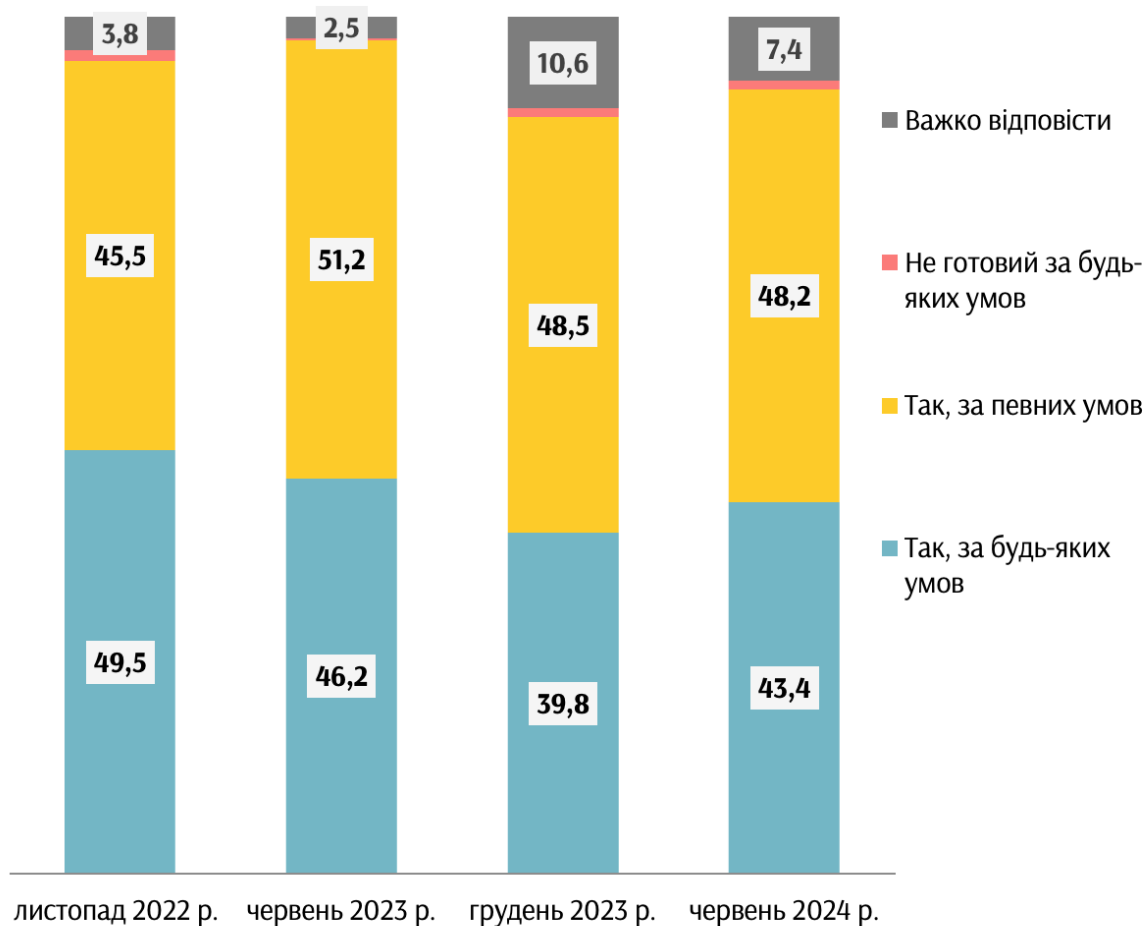


ПОВОЄННЕ ВІДНОВЛЕННЯ КУЛЬТУРИ

Оцінка розвитку сфери культури та креативних індустрій залишається на тому ж позитивному рівні, що і в попередні хвилі дослідження – 75,2% організацій очікують відновлення (Діаграма 32). Стабільно високою залишається і частка готових долучитися до проєктів з відбудови культури. Цей показник дещо зріс, порівнюючи з попередньою хвилею дослідження і нині становить 91,6% (Діаграма 33).



Діаграма 32 – Яким, на Вашу думку, буде розвиток сфери культури та креативних індустрій після війни?, %, N=419

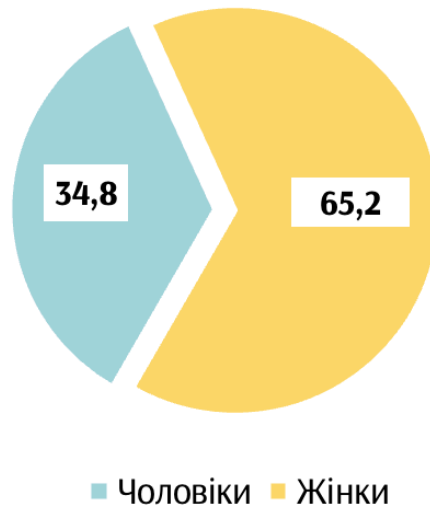


Діаграма 33 – Чи Ви готові долучитися до реалізації проєктів з відбудови культурної сфери України?, %, N=419

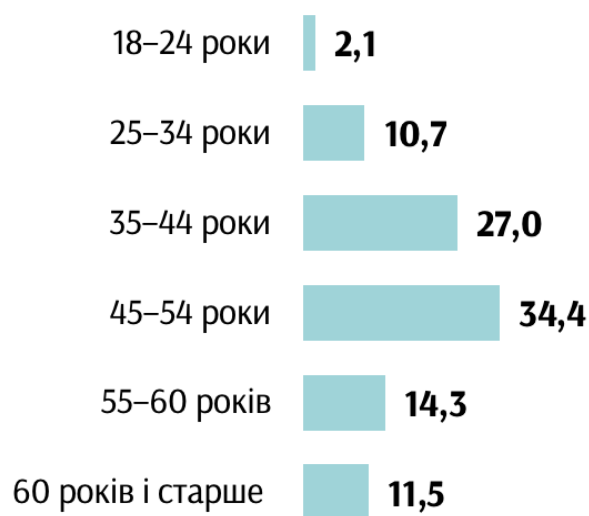


ПРОФІЛЬ УЧАСНИКІВ ДОСЛІДЖЕННЯ

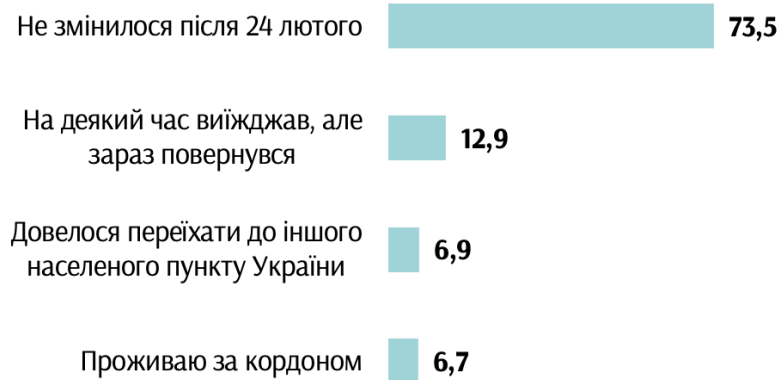
В опитуванні активнішу участь брали жінки (65,2%). Найбільше відповідей надійшло від працівників секторів культурної спадщини та аудіовізуального мистецтва (Діаграми 34-39).



Діаграма 34 – Стать, %, N=419



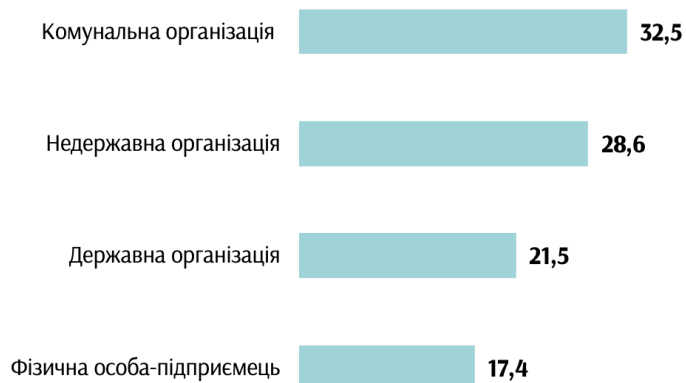
Діаграма 35 – Вік, %, N=419



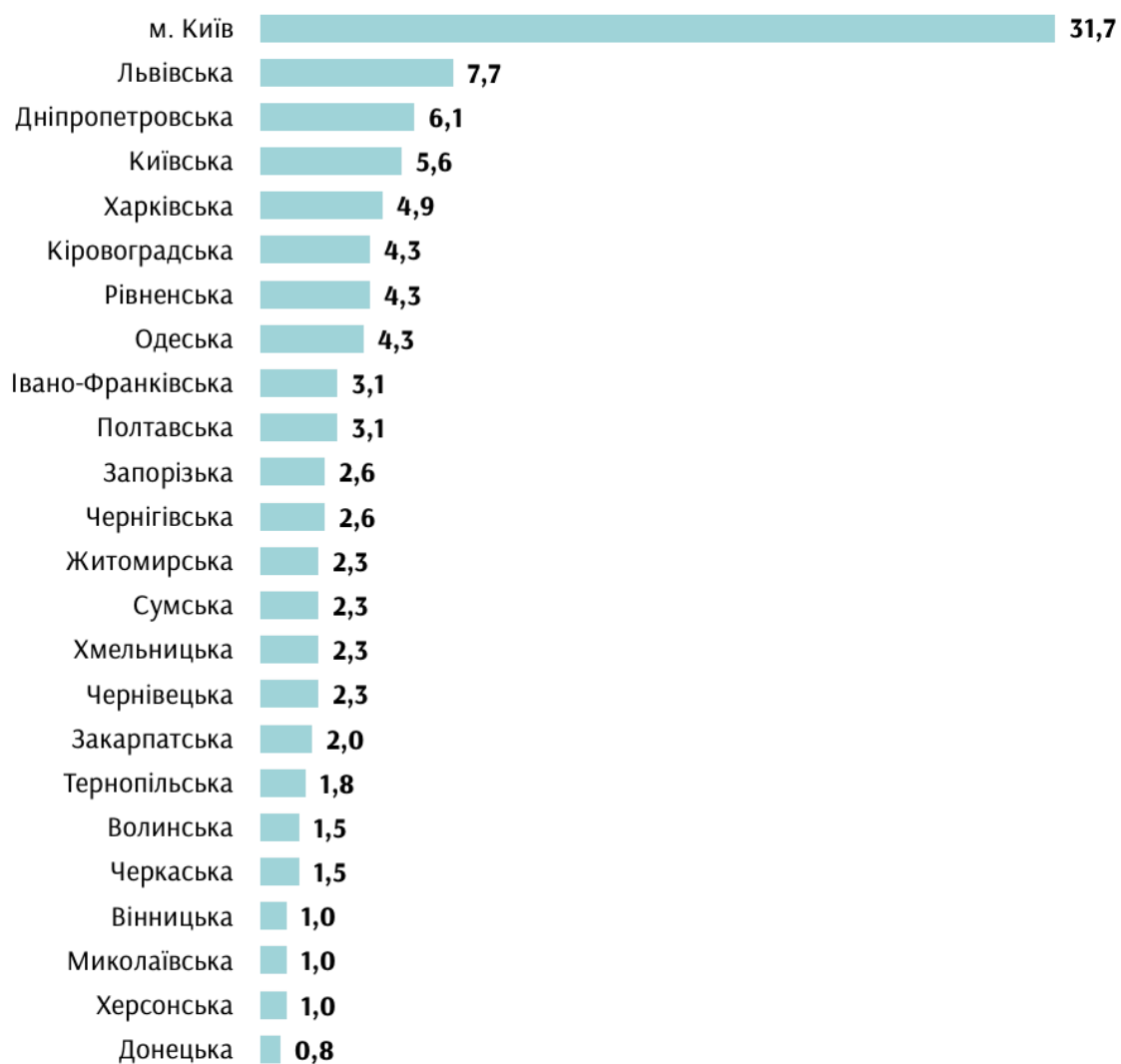
Діаграма 36 – Місце проживання, %, N=419



Діаграма 37 – Сектор креативних індустрій, %, N=419



Діаграма 38 – Організаційно-правова форма, %, N=419



Діаграма 39 – Географія респондентів, %, N=391

ВИСНОВКИ

- Четверта хвиля дослідження засвідчила тенденцію, що респонденти оцінюють нинішній стан справ у сфері культури переважно як поганий або задовільний. Варто зауважити, що починаючи з грудня 2023 року дещо знизилася частка тих, хто вважає стан культури поганим. Ключові проблеми розвитку культурної сфери також залишаються незмінними – відсутність стабільної державної фінансової підтримки, низький рівень оплати праці персоналу у сфері культури і дефіцит кваліфікованих кадрів.

- Зберігається невисока оцінка рівня підтримки, яку отримує сфера культури під час війни. Як і в попередній хвилі дослідження, найнижча оцінка підтримки від бізнесу та центральних органів влади. Натомість спостерігається підвищення частки респондентів, які помічають допомогу від міжнародних організацій.

- Впродовж усіх хвиль дослідження спостерігається зростання індексу адаптованості культурних організацій до умов війни – якщо в листопаді 2022 року він становив 65 пунктів, то нині 80. Підвищення адаптованості, ймовірно, є наслідком як внутрішньоорганізаційних адаптивних заходів, так і загальної адаптації українського суспільства до умов війни.

- Четверта хвиля дослідження показала, що змінюються чинники, які сприяють адаптації до умов війни. Нині до них відносяться створення нових культурних продуктів і заявки на отримання грантів. Спостерігається своєрідна «сезонність» заходів адаптації. У першому півріччі (червень 2023, червень 2024) організації частіше вдаються до подачі заявок на гранти. Натомість у другій половині року (листопад 2022, грудень 2023) визначальним чинником успішної адаптації є оптимізація витрат, що ймовірно пов'язано з закриттям фінансового року та періодом звітування.

- У цій хвилі дослідження дещо змінилися ключові чинники, що перешкоджають адаптації. Як і в попередній хвилі – це недостатність державного фінансування, проблеми залучення міжнародної фінансової допомоги (грантів, спонсорської допомоги тощо) та зниження попиту на культурні продукти/послуги. Проте відтік кваліфікованих кадрів замінила невизначеність загальної ситуації в Україні.

- Дещо покращилася ситуація щодо наявності чи розробки кризового плану. Нині 35,1% мають розроблений кризовий план. Ще 23,1% нині розробляють такий план. Решта або не мають плану, або не знають про його існування. Результати дослідження показують, що наявність кризового плану не є визначальним заходом адаптації до умов війни, хоча розробленість такого плану підвищує адаптованість організацій.

- Зберігається тенденція, що організації, які беруть більш активну участь у культурних заходах, загалом мають вищий рівень адаптованості. Участь у всеукраїнських, регіональних та місцевих заходах підвищує рівень адаптованості.

- Понад 90% організацій культурної сфери отримували/отримують допомогу, починаючи з 24 лютого 2022 року. Найчастіше ця допомога надходить від міжнародних організацій у формі різних грантів, найрідше – від бізнесу.

- Стабільно високим є запит на державну грантову допомогу. Йдеться як про гранти на розвиток діяльності, так і про гранти на культурно-мистецькі проекти. Зберігається закономірність, що недержавний сектор культурної сфери більше потребує грантів для культурно-мистецьких проєктів, а державний – допомоги з відновлення інфраструктури та компенсації заробітної плати. Незмінно в усіх хвилях дослідження більшість респондентів вказує, що має бути створена окрема програма для відновлення найбільш зруйнованих регіонів внаслідок бойових дій.

- Зберігається висока позитивна оцінка перспектив післявоєнної відбудови сфери культури та креативних індустрій України. Також трохи підвищився рівень готовності долучатися до післявоєнної відбудови, порівнюючи з попередньою хвилею дослідження.

Підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що рівень адаптованості сфери культури до умов війни постійно зростає.

Простежуються сезонні заходи адаптації. Так, наприкінці року організації здебільшого збалансовують діяльність за рахунок економії коштів. Натомість на початку року головними заходами адаптації є подача на різні гранти, що чітко пов'язано з особливостями розподілу грантових коштів упродовж року.

Загалом у культурній сфері України ознак кризи не спостерігається. Водночас варто звернути увагу на сектори візуального, аудіовізуального мистецтва, культурні та креативні індустрії, в яких спостерігається гірший стан справ з-поміж інших. Це саме стосується і недержавних організацій та ФОПів, які загалом гірше адаптувалися до умов війни та у випадку погіршення ситуації частіше схильні припиняти діяльність у сфері культури. Тому важливою нині є підтримка творців суспільно важливого культурного продукту з недержавного сектору, а також допомога конкретним секторам, які знаходяться у найбільш вразливій ситуації.

УКФ