

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І.ФРАНКА**

Історичний факультет

Кафедра соціології

## **Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної магістерської роботи

освітній рівень: магістр

на тему: "Інституціоналізація креативних просторів у сучасній Україні"

Виконала студентка II курсу

Групи ІССМ-21с

Спеціальності 054 "Соціологія"

Балаховцева І.В

Керівник: к.с.н., доц. Калиняк О.Т

Рецензент: д-р соціол. наук, проф. Черниш Н.Й.

Львів - 2021

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
--------------------	----------

<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ КРЕАТИВНИХ ПРОСТОРІВ .....</b>	<b>9</b>
--	----------

1. Осмислення поняття “соціальний інститут” та “інституціоналізація” у міждисциплінарному дискурсі. Специфіка соціологічного бачення.....9
2. Міждисциплінарне розуміння поняття “простір”. Особливості соціологічного тлумачення.....27
3. Соціологічне моделювання інституціоналізації креативних просторів у сучасному соціумі.....43

<b>Висновки до розділу 1.....</b>	<b>57</b>
-----------------------------------	-----------

<b>РОЗДІЛ 2. ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ПРОСТОРІВ В СУЧАСНОМУ СВІТІ.....</b>	<b>60</b>
--	-----------

1. Європейський досвід емпіричного дослідження сучасних креативних просторів.....60
2. “Сильна програма” культурсоціологічного аналізу Дж.Александера до вивчення креативних просторів в сучасній Україні.....70
3. Особливості інституціоналізації креативних просторів у сучасному українському суспільстві (на прикладі м.Львова)  
.....77

<b>Висновки до розділу 2.....</b>	<b>87</b>
-----------------------------------	-----------

<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>89</b>
----------------------	-----------

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

### ДОДАТКИ

**Додаток А.** Програма авторського соціологічного дослідження на тему: “Вивчення спільних та відмінних рис креативних просторів, що працюють на громадських засадах і на комерційній основі”

**Додаток Б.** Щоденник спостереження

**Додаток В.** Паспортичка респондента

**Додаток Г.** Дозвіл на використання матеріалів інтерв'ю

**Додаток Д.** Гайд напівструктурованого інтерв'ю для працівників

**Додаток Е.** Гайд напівструктурованого інтерв'ю для відвідувачів

**Додаток Є.** Транскрипт інтерв'ю, проведеного з п.Марією

**Додаток Ж.** Транскрипт інтерв'ю, проведеного з п.Світланою

**Додаток З.** Фото Business Hub (зовнішній вигляд)

**Додаток И.** Фото Business Hub (внутрішня структура)

**Додаток І.** Фото Urban- бібліотека (зовнішній вигляд)

**Додаток Й.** Фото Urban- бібліотека (внутрішня структура)

## ВСТУП

**Практична актуальність.** Характерною ознакою сучасного суспільства є перманентні трансформації, що проявляються у кожній сфері суспільного життя. Змінюються уявлення про світ та природу речей, що породжує нові модернізаційні зміни та новації. Суттєві зміни, зокрема, відбулися на ринку професій та у самій структурі зайнятості.

За результатами дослідження “Future of work 2030: як підготуватися до змін в Україні” проведеного у 2021 році упродовж кількох наступних років частина професій зникне з ринку праці, низка з них трансформуються, однак з'явиться велика кількість нових. Це передусім пов'язано з активним впровадженням штучного інтелекту та масовою автоматизацією в усіх сферах. Однак з огляду на це, не всі сфери зможуть замінити людську працю у повній мірі. Найперше це стосується тих сфер, які складно автоматизувати, а також тих, в основі яких творчість та креативність, а саме креативних індустрій.

Активний розвиток креативних індустрій в Україні розпочався відносно нещодавно, а якщо говорити про визнання цього сектору на законодавчому рівні, то відповідний закон прийнято лише у 2017 році. Відповідно до ЗУ “Про культуру” креативними індустріями визнано ті сфери економічної діяльності, які націленні на створення нових робочих місць та прибутку, ґрунтуючись на креативному та творчому потенціалі [3]. Саме збільшення працівників у сфері креативних індустрій та ІТ-сфери спричинили появу нової моделі організації робочих місць - креативних просторів.

Креативні простори формують багатофункціональну модель офісу, що включає різний спектр послуг з метою реалізації креативних проєктів та побудови нових колаборацій. Більшість креативних просторів включають послуги коворкінга, оренди офісів та івент-залів, виставкові площі, зали для відпочинку та розваг. В останні роки поява таких креативних просторів особливо актуальна з огляду на велику кількість “вільних” професій та віддаленої роботи на що, зокрема, вплинула пандемія COVID-19. Це все, вочевидь призведе до зміни формату роботи: пріоритет комфорту та

індивідуального графіку, баланс між офісною та віддаленою роботою, інклюзивність, попит на опенспейси та коворкінги.

В Україні креативні простори здебільшого зосереджені у великих містах, де є найбільше можливостей для розвитку. Так, до прикладу, у Львові реалізовано більше 15 проектів креативних просторів різного тематичного фокусу: бізнес та IT-сфера – Business Hub, Futura Hub, Communa; культура – KIVSH; мистецтво та література – Urban-бібліотека, Перша Львівська Медіатека; освіта та навчання: Центр Шептицького; молодіжні простори – Lviv Open Lab, Молодвіж Центр. Львів.

Зважаючи на нові тенденції у сферах суспільного життя, креативні простори є актуальними, оскільки чинять позитивний вплив на суспільство, створюють можливості для розвитку творчого потенціалу та нових проектів.

**Теоретична актуальність.** Поняття “інститут” та “простір” є концептуально дотичними до багатьох сфер суспільного життя. Відповідно ці поняття розглядають крізь призму різних дискурсів: економічного, соціального, політичного, географічного тощо.

У міждисциплінарному дискурсі поняття “соціальний інститут” вивчали такі дослідники як правознавець Н.М. Пархоменко, економісти О. В. Іншаков, Д. П. Фролов, Т.Веблен, соціолог В. Піча. Аналізуючи поняття соціального інституту різними науками, ми можемо простежити схожість цих визначень, проте із певними особливостями залежно від того, на яких аспектах акцентують автори. Спільним для різних сфер є визначення інституту як певного набору норм та правил, які регулюють суспільні відносини у тій чи іншій сфері.

У соціології термін “соціальний інститут” є широким поняттям, що окреслює різні за змістом соціальні явища. Уперше термін соціальний інститут зустрічається у працях англійського соціолога Г. Спенсера. У соціології поняття соціальний інститут також вивчали: представники класичної соціології Е. Дюркгейм, М. Вебер; представники англо-американської школи Дж. Хертзлер, Ч. Кулі, У. Гамільтон; представники структурного

функціоналізму, зокрема, Т. Парсонс, Н. Смелзер; представники неоінституціонального напрямку в економіці, зокрема, Д. Норт. Процес інституціоналізації досліджували такі вчені як Є. Головаха, Н. Паніна, П. Бергер, Т. Лукман, С. Гантінгтон, Є. Сірій, О. Бень, які визначають його як складний процес, що має чіткі компоненти.

У міждисциплінарному дискурсі термін “простір” вивчали такі дослідники: філософ І. Кант, який розглядав простір як апіорну форму зовнішнього відчуття через яку людина формує свої уявлення; економісти О. Топчієв, О. Ішаков, Д. Фролов, які аналізували простір з точки зору економічних взаємовідносин; географи Е. Алаєв, К. Німець, які розуміли простір як взаємозв'язок між об'єктами.

Термін “простір” у соціології є предметом вивчення окремого напрямку - соціології простору та соціології міста. Дослідженням соціального простору в соціології займалися такі соціологи: Г. Зіммель, П. Сорокін, Т. Парсонс, А. Лефевр, Р. Парк, Е. Берджес, П. Бурдьє. Першим, хто почав аналізувати простір в соціології був представник німецької соціології Г. Зіммель. Він визначав простір з чотирьох позицій: суспільства, взаємозв'язку, переміщення та співіснування соціальних груп.

Американський соціолог П. Сорокін визначає простір у контексті мобільності, де всі індивіди переміщуються у соціальному просторі, а також трактує його як суспільні відносини, де індивіди займають чітко визначене місце. Важливого значення категорія простору займає у дослідженнях Чиказької школи соціології міста. Так, представники цієї школи займалися вивченням саме міського простору, як певної території, де співіснують різні соціальні групи, а також акцентували увагу на практичному дослідженні простору.

Незважаючи на актуальність теми, теоретичних напрацювань вивчення креативних просторів є небагато. Це передусім праці зарубіжних вчених, які мають більшою мірою емпіричний характер та націленні продемонструвати найкращі приклади заснування таких просторів у світі, їхню структуру,

функції та потреби. Серед них варто виділити: “Europe’s Creative Hubs – Who they are, what they do”, “Connect for Creativity”, “Global Coworking Survey”. Українських досліджень цієї проблематики обмаль, вони в основному ґрунтуються на матеріалах зарубіжних вчених та мають описовий характер.

Отже, існує велика кількість теоретичних напрацювань, що окремо вивчають інститути, простір та креативність, проте комплексної роботи яка б стосувалася вивчення креативних просторів наразі немає. Це зі свого боку обумовлює теоретичну актуальність нашої роботи.

**Мета магістерської роботи:** визначити особливості інституціоналізації креативних просторів в сучасній Україні.

**Завдання магістерської роботи:**

1. Виявити і описати теоретико-методологічні засади дослідження інституціоналізації та простору в соціогуманітарних науках та в соціології.

2. Визначити дефініції головних понять магістерської роботи: “інституціоналізація”, “інститут”, “простір” та з’ясувати специфіку їхнього застосування у соціогуманітарному дискурсі.

3. Розробити соціологічну модель інституціоналізації креативного простору в сучасному суспільстві.

4. Вивчити досвід порівняльних досліджень креативних просторів.

5. Вивчити особливості функціонування креативних просторів у м.Львові шляхом дослідження спільних і відмінних рис креативних просторів, що працюють на комерційній основі та на громадських засадах.

**Об’єкт дослідження:**

**За критерієм носія проблеми:** креативні простори

**За критерієм загальної проблеми:** креативний простір як сучасний соціальний інститут

**Предмет дослідження:** інституціоналізація креативних просторів в сучасній Україні ( на прикладі м.Львова)

**Теоретико – методологічні засади:** Теоретико-методологічною основою дослідження є поєднання двох несуперечливих концепцій. В основі першої синтез ідей представників інституційного підходу *П. Бергера*, *Т. Лукмана* та *Є. Сірого*, відповідно до якої ми аналізуємо креативний простір як соціальний інститут за визначеними критеріями: наявність організаційної інфраструктури, наявність норм/правил та механізм соціального контролю, формування рольової системи, легалізація/легітимність. Друга концепція включає теоретичні положення “просторової тріади” неомарксиста *А. Лефевра*, що аналізує простір на основі трьох складових: репрезентація простору, просторові практики та простір репрезентацій. Також у роботі використані теоретичні положення культурсоціології Дж. Александера та його “сильна програма” культурсоціологічного аналізу, з метою оцінити вплив креативних просторів на суспільств та культуру.

У роботі використано різні види методів, як загальнонаукові, так і спеціальні соціологічні. Серед загальнонаукових методів: аналіз, синтез, індукцію, дедукцію, компаративний аналіз. Водночас для проведення емпіричного дослідження використано методи напівструктурованого інтерв'ю та спостереження, за допомогою яких дослідили та порівняли два креативні простори м.Львова, що працюють на громадських засадах та на комерційній основі

#### **Практичне значення одержаних результатів.**

Одержані результати можуть бути використані у подальших дослідженнях креативних просторів, в діяльності креативних просторів з метою покращення своєї роботи; в діяльності державних та недержавних організацій з ціллю напрацювання практичних рекомендацій розвитку цього сектору та реалізації нових проектів.

**Структура роботи:** магістерська дипломна робота на тему: “Інституціоналізація креативних просторів в сучасній Україні” складається зі



вступу, двох розділів, 6 підрозділів, висновків, списку джерел та наукової літератури, який налічує 94 позицій та додатків. Кількість сторінок основного тексту становить 92.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ПРОСТОРІВ

## 1.1 Осмислення поняття “соціальний інститут” та “інституціоналізація” у міждисциплінарному дискурсі. Специфіка соціологічного бачення

Сучасне суспільство являє собою складну систему соціальних акторів, які в процесі матеріальної та духовної діяльності формують міцні взаємовідносини. Трансформаційні процеси у суспільстві спричиняють постійні зміни, руйнуються старі та формуються нові структури, мета яких підтримка сталості суспільного життя. Результатом цього є поява нових суспільних елементів – соціальних інститутів.

За визначенням “інститут” широке міждисциплінарне поняття. Слово “institutum” у перекладі з латинської означає заснування, запровадження, звичай. Сам термін “інститут” прийшов із юриспруденції для позначення сукупності норм, що націлені регулювати правові відносини. У **юридичній літературі** термін “правовий інститут” або “інститут права” є найбільш вживаним, однак дотепер не здобув однозначного визначення. Дослідженням поняття “правовий інститут” та його класифікацій займалися такі радянські правознавці як Н. Пархоменко, С. Алексєєв, М. Аржанов. За визначенням української дослідниці Н. Пархоменко, інститут права – це сукупність самостійних, але залежних правових норм, що регулюють певну сторону однорідних суспільних відносин [36, с.80]. Схожим є визначення С. Алексєєва, який також наголошує, що для координування суспільних відносин правові інститути мають набір юридичних засобів, що допомагають здійснювати вплив на суспільство [36, с.81].

В **економічному дискурсі** поняття “інститут” визначає комплекс формальних та неформальних норм і правил, що націлені регулювати поведінку людей у просторі економічних відносин [52,с.90]. На думку українських дослідників економічної соціології С. Матвєєва та Л. Лясоти поняття “економічна організація” та “економічний інститут” не є

рівнозначними. Економічні організації виступають самостійними елементами, діяльність яких регулюється інституціональними правилами, та які мають певний свободи у своїй поведінці. Натомість економічні інститути є ширшим поняттям, це гнучкі структури, що постійно трансформуються внаслідок змін [52]. В економічній науці поняття “інститут” пов'язане із нормами та правилами діяльності суб'єктів. Російський економіст В. Полтерович вважає синонімічними поняття “інститут”, “норма”, “правила поведінки” [67, с.143].

На думку російських економістів О. Іншакова та Д. Фролова, інститути – це “правила гри”, набір офіційних та неофіційних норм, вироблених звичок та усталених стереотипів поведінки [67, с.143]. Британський економіст Дж. Ходжсон трактує інститути як багатовікові системи правил, що закріпилися в структурі соціальних відносин, а тому і визначають її. Інститути не лише створюють правила, але й передбачають певні обмеження, які з іншого боку можуть відкривати нові можливості [67, с.143].

Значний внесок у дослідження теми соціальних інститутів зробив американський економіст та представник інституційного напрямку в політекономії **Т. Веблен**. Соціальні інститути – це особлива мережа соціальних зв'язків, що є одночасно результатом та механізмом природного відбору. Соціальні інститути – це “система життя суспільства”, їхня зміна призводить до відбору індивідів, які є більш пристосованими до нових суспільних змін [32, с.222]. Як зауважує Т. Веблен, інститути – це наслідки минулого, що проявляються у формі звичаїв та традиції, на основі яких суспільство існує, змінюється та адаптується до нових умов теперішнього часу [63, с.25]. Розвинене суспільство має чітко налагоджену структуру в основі якого соціально-економічні інститути. Ці інститути розподіляють ролі та функції, а також регулюють все суспільне життя. Саме наявність таких інститутів дозволяє суспільству задовольнити власні інтереси та підтримувати взаємозв'язок між усіма суспільними групами [32, с.223].

У **політичній науці** поняття інститут досліджували німецький політолог К. Байме, американський філософ та історик Д. Норт, а серед

українських дослідників - А. Романюк, Б. Кухта, В. Піча. На думку американського дослідника Д. Норта, мета політичних інститутів – задовольняти інтереси тих, хто займає вищі ланки в суспільстві та може впливати на прийняття нових рішень та правил [33, с.12]. А. Романюк зосереджується на дослідженні ролі політичних інститутів в управлінні політичними процесами. Саме політичні інститути слугують механізмом регулювання взаємовідносин у суспільстві та визначають політичну діяльність [33, с.11].

У трактуванні українського політолога Б. Кухти, політичний інститут виступає своєрідним засобом правової діяльності та механізмом організації політичних відносин для сталого та довготривалого функціонування політичної сфери суспільства. Для В. Піча політичні інститути це передусім фізичні організації та установи, які систематизують політичні відносини у суспільстві за допомогою визначеного набору інструментів. Політолог П. Шляхтун визначає політичні інститути як суспільно визнані явища та процеси у політичному житті суспільства, які діють безпосередньо через владні установи – державу та її структурні частини [33, с.12].

Значний внесок в обґрунтування теми політичних інститутів зробив американський політолог **С. Гантінгтон (S. Huntington)**. Він визначає інститути як певну взаємну згоду та досягнення спільної користі. Виникнення політичних інститутів є результатом суперечок між різними суспільними групами та необхідністю створення механізмів вирішення цих конфліктів. С. Гантінгтон стверджує, що забезпечення єдності у розвинених суспільствах залежить від наявності політичних інститутів. Складні диференційовані суспільства, де співіснує кілька суспільних сил не можуть існувати самотійно та потребують підтримки політичних інститутів. Саме розвиненість та міцність політичних інститутів визначають рівень єдності суспільства [26, с.29].

Варто зазначити, що політичні інститути для багатьох є найважливішими інститутами суспільства, що забезпечують регулювання усіх

відносин у державі. Наявність політичних інститутів – результат розвитку суспільства та розвиненості держави.

Аналізуючи поняття соціального інституту різними науками, ми можемо простежити схожість цих визначень, проте із певними особливостями залежно від того, на яких аспектах акцентують автори. Якщо одні дослідники визначають інститути як систему норм та правил, то для інших, це насамперед фізичні організації та установи. Найбільш детально поняття інститут розглядається в економічній та політичній науці. Серед економістів найбільш повне визначення поняттю інститут дав Т. Веблен. Він характеризує інститути як соціальні взаємозв'язки, що історично склалися, постійно адаптуються до нових умов, а також мають визначені ролі та функції у суспільстві. У політичному дискурсі найбільше уваги вивченню інститутів присвятив С. Гантінгтон. Його ключова теза про те, що саме політичні інститути є результатом розвитку та стабільності в суспільстві. До того ж політичні інститути це не лише система правил, а й реальні механізми прийняття політичних рішень із визначеним інструментарієм. Спільним для розглянутих наук є визначення інституту як певного набору норм та правил, які регулюють суспільні відносини у тій чи іншій сфері.

У сучасній соціології є різноманітні дефініції поняття “соціальний інститут”:

- певна організація із чітко окресленими функціями;
- стійкі форми організації суспільного життя;
- соціальна практика із визначеними функціями та системою контролю;
- норми та правила, звичаї та традиції які регулюють відносини у суспільстві [60, с.168].

У порівнянні з іншими дисциплінами, у **соціології** термін “інститут” має ширше значення та не обмежується лише сукупністю норм та правил, що дозволяє окреслити цим поняттям досить різні за змістом соціальні явища. На

основі цього польський соціолог В. Маликовський виділяє п'ять підходів до трактування поняття соціальний інститут:

- **біхевіористський підхід**, який визначає інститут як узвичаєний, організований спосіб дій, що регулярно відтворюється у щоденному житті;
- **аксіологічно-нормативний**, який визначає інститути, як зразки, що зосереджені навколо визнаних суспільних цінностей та норм;
- **функціональний підхід** характеризує інститут як соціальну роль, необхідну для існування суспільства. Він є синтезом двох попередніх підходів, але також акцентує на необхідності виконання визначених соціальних функцій;
- **організаційний підхід** трактує інститут як формальну організацію;
- **правовий підхід** розуміє інститут як суспільне утворення, що регулюється державою та забезпечене усіма нормативними засобами [51,с.43-44].

У соціології термін “соціальний інститут” набув найбільшого поширення із розвитком інституціонального аналізу суспільних явищ. Основи інституційного напрямку у соціології заклали О. Конт та Г. Спенсер.

Уперше термін “соціальний інститут” зустрічається у працях представника еволюційного напрямку **Г. Спенсера (H. Spencer)**. Визначення соціального інституту Г. Спенсера є схожим до сучасних трактувань, він розуміє під цим поняттям набір певних норм і цінностей, позицій та ролей, що формують структуру поведінки конкретної сфери суспільного життя [81, с.181].

Погляди Г. Спенсера формувалися під впливом природничих наук, тому він трактує суспільство як частину природи, що створене самостійно без допомоги людей чи Бога [78, с.45]. У процесі розвитку суспільства змінювались його частини, тобто розширювалась структура суспільства та

його функції. Кожна частина суспільства індивідуальна з притаманними їй відмінностями та визначеною роллю, однак окремо взяті частини є взаємозалежними одна від одної. До того ж розподіл праці у примітивних суспільствах є менш вираженим на відміну від розвинених індустріальних суспільств, які є більш диференційовані та мають чіткий розподіл ролей між суб'єктами. Такий розподіл праці формує спільноту яка функціонує за аналогією людського організму [32, с.286].

Можна простежити дві спільні ознаки які дозволяють порівняти суспільство із організмом. По-перше, усі живі організми ростуть упродовж життя, так і суспільство проходить свій життєвий цикл від утворення та росту до самого розпаду. По-друге, ріст та розвиток суспільства призводить до збільшення кількості його складових та поглиблення диференціації. Як наслідок, це призводить до збільшення відмінностей між різними групами та підвищення їхньої індивідуальності [32, с.286].

Суспільство, за Г. Спенсером це соціальний організм який складається із трьох складових: регулятивної, вироблення засобів життя та розподільчої [45, с.144]. Процес диференціації та ускладнення структури суспільства сприяв розширенню соціальних груп та спільнот, збільшенню владно-управлінських елементів та урізноманітненню ролей. Так, власне, і виникла потреба у створенні соціальних інститутів, основна функція яких регулювання суспільних відносин. На думку Г. Спенсера поява соціальних інститутів є закономірним процесом еволюції, наслідком зростання чисельності населення та боротьби за існування між суспільствами [65, с.14].

На нашу думку, у поглядах Г. Спенсера досить добре простежуються риси сучасних інститутів. Автор вдало порівнює суспільство з організмом, аналізуючи його як систему із чітко визначеними функціями та ролями. Залежно від того наскільки суспільство є розвиненим, його структура ускладнюється. Це призводить до збільшення кількості частин та розширення їхніх функцій, що неодмінно потребує появи інститутів, які здатні регулювати суспільні відносини.

Французький соціолог **Е. Дюркгейм (E. Durkheim)** вважав, що суспільство виникає як наслідок взаємодії індивідів, та у процесі свого розвитку стає вищим стосовно індивіда. Суспільство існує незалежно від людей та є джерелом усіх цінностей. У поглядах Дюркгейма постійно простежується дихотомія індивідуальне - соціальне. З одного боку він наголошує, що саме єдність забезпечує існування суспільства, а втрата згуртованості призводить до соціальної аномії. З іншого боку, від того наскільки щасливою та самореалізованою є кожна особистість залежить процвітання суспільства. З цієї суперечливої позиції випливає висновок про взаємозалежність суспільства та індивіда. Тому суспільство більшою мірою діє спільно з індивідами, а не панує над ними [65, с.41].

На думку Е. Дюркгейма, поділ праці є основним чинником, що формує та забезпечує суспільну єдність, а також є ключовою ознакою розвинутого суспільства. Поділ праці забезпечує індивідуальність особистості, проте акцентує на взаємозв'язку кожного суб'єкта суспільних відносин. Залежність один від одного та зв'язок із суспільством формує соціальну солідарність [34].

Е. Дюркгейм виділяє дві форми солідарності - механічну та органічну. Для архаїчних суспільств визначальною є перевага колективної свідомості над індивідуальною. У таких суспільствах переважає механічна солідарність, для якої характерним є схожість індивідів та відсутність поділу праці. У розвинених суспільствах індивіди у своїх діях є автономними, наявний розподіл функцій та взаємозв'язок кожної людини, тобто панує органічна солідарність. Таке суспільство має чітко окреслений розподіл функцій та диференціацію структури. Для органічної солідарності також характерною є потреба у кооперації, яка дозволяє індивідам підтримувати власну індивідуальність та взаємозв'язок між членами спільноти. На думку Е. Дюркгейма, механічна солідарність не існує самостійно та із поділом праці переходить в органічну, що сприяє розвитку суспільства та підтримує його сталість [61, с.201-207].



Можна простежити схожість поглядів Е. Дюркгейма та Г. Спенсера. По-перше, розвиток суспільства вони пов'язують зі збільшенням кількості населення та боротьбою за існування. По-друге, поділ праці поглиблює диференціацію в суспільстві та створює умови де кожен індивід є рівноправною частиною суспільства.

Е. Дюркгейм застосував поняття інститути по відношенню до соціальних фактів, які існують незалежно від індивідів проте чинять на них вплив. Від народження індивід потрапляє у готове середовище із визначеними нормами та правилами, тобто ustalеними соціальними фактами які існують поза індивідами та до яких він змушений адаптуватись [56, с.171].

Е. Дюркгейм виділяє такі соціальні інститути як держава, сім'я, мистецтво, релігія, мораль. Серед основних характеристик соціальних інститутів Е. Дюркгейм виділяє:

- інститути мають надіндивідуальний характер;
- індивіди сприймають інститути як об'єктивну реальність, котра існує незалежно від суб'єктивних бажань;
- інститути мають владу та здійснюють контроль над індивідами;
- інститути мають моральний авторитет по відношенню до індивідів та можуть засуджувати їхні дії;
- інститутам властива історичність – вони є історичними фактами, мають свою історію [60,с.171].

Таким чином, розглядаючи суспільство, Е. Дюркгейм у першу чергу говорить про його надіндивідуальний характер та рівень розвитку. Так само як і Г. Спенсер, він зазначає, що розвиненість суспільства визначає наявність поділу праці, а також тип солідарності який у ньому переважає. Якщо в архаїчних суспільствах панує колективне над індивідуальним, це визначає існування механічної солідарності. Тоді як розвинені суспільства мають органічну солідарність, ставлять в основу розвиток індивідуальної свободи та чіткий розподіл функцій між усіма членами. І хоча Е. Дюркгейм ставить у

центрі суспільства людину, він наголошує на тому, що сам індивід не обирає в якому суспільстві існує, адже воно існує поза його бажаннями. Дослідник проводить аналогію між суспільством та інститутами. Так як суспільство є об'єктивною реальністю зі встановленими нормами та правилами, за таким же принципом існують й інститути. Вони виникають із потреб людей, існують незалежно від індивідів, проте покликані здійснювати на них вплив [49, с.8-9].

Термін "соціальний інститут" можна простежити і у **марксизмі**. Крізь призму інституційного аналізу представники марксизму розглядали такі соціальні інститути як держава, громадянське суспільство, сім'я. Карл Маркс стверджував, що "суспільні інститути є продуктами історичного розвитку". У праці "До критики гегелівської філософії права" він наголошує, що суспільні інститути не є абстрактними поняттями, а виступають "соціальними формами існування людей" [28, с.14].

Тож, незважаючи на те, що марксизм довгий час не визнавав інституційний напрям як такий, він акцентує на тому, що основним та найважливішим інститутом суспільного розвитку є держава. У марксизмі інститути у першу чергу є фізичними установами та організаціями, а в основі їхньої діяльності передусім є виробничі відносини.

Цікаве тлумачення соціальних інститутів подає **М. Вебер (M. Weber)**. Під поняттям інститути він розуміє певні форми суспільних об'єднань, в яких індивіди є учасниками суспільних дій та виконують загальноприйняті настанови та суспільно важливі функції. Такі суспільні дії обов'язкові для усіх членів суспільних відносин, поведінка яких визначається системою контролю та апаратом примусу. М. Вебер виділяє два типи суспільних об'єднань: цільова спілка та інститут. Основна різниця між цими об'єднаннями у характері взаємовідносин. У цільовій спілці відносини базуються на раціональній домовленості та відповідають інтересам більшості індивідів, тоді як члени інституту зобов'язані підпорядковуватись прийнятим нормам та правилам, незалежно від того чи вони їх підтримують [43, с.38]. На думку М. Вебера, не кожна спільнота, членами якої ми є від народження, може називатись

соціальним інститутом. Важливою умовою, яка забезпечує існування інститутів є їхня легітимність [57, с.130-134].

На відміну від Е. Дюркгейма, Г. Спенсера та К. Маркса для яких пріоритетним у розвитку суспільства є саме суспільство, яке має надіндивідуальний характер та формує рольові моделі поведінки, М. Вебер ставив індивіда вище суспільства. Він стверджував, що визначальним у розвитку суспільства є не норми та закони, а цінності які розділяють усі індивіди.

Автор розглядає різні суспільні об'єднання, однак підкреслює чіткі відмінності інститутів. Під соціальними інститутами М. Вебер розумів множину відмінних між собою індивідів, що об'єднані спільною діяльністю та які формують суспільну взаємодію. Однак, для того щоб ці суспільні відносини формували соціальний інститут вони мають виконувати важливі соціальні функції, дотримуватись норм та передбачених санкцій. Якщо до різних угруповань та спілок індивіди вступають за власним бажанням, то членами інститутів вони стають до певної міри примусово, без права вибору. Прикладом цього може бути інститут держави та церкви, членами яких ми є від народження.

Найактивніше вивченням соціальних інститутів займалися представники **англо-американської соціології** у 20-50-ті роки ХХ століття, це зокрема, Дж. Хертзлер (J. Hertzler), Ф. Чепин (F. Chapin), Л. Баллард (C. Ballard), Дж. Фейблман (J. Feibleman).

Американський соціолог **Ч. Кулі (C. Cooley)** визначає соціальні інститути як спеціалізовану частину соціальної структури та стійкі форми суспільного мислення. Інститути більшою мірою виступають захисним механізмом життя суспільства, для яких важливим елементом є внутрішня свобода та індивідуальність кожного. Індивіди, на думку Ч. Кулі є причиною та наслідком інститутів. Вони є відображенням законів держави, звичаїв та традицій народу, що формують індивідів з дитинства. З іншого боку людські

вчинки та підвищення індивідуальності є рушієм суспільних змін та потреби в інститутах [46].

Представник американської інституційної економіки **В. Гамільтон (W. Hamilton)** вважає інститути найкращою характеристикою групи соціальних звичок. На його думку, інститути транлюють поширений спосіб мислення та дій людей, що відображається у їхніх звичках та традиціях. Вони створюють певні рамки та диктують правила поведінки. Інститути досить чутливі до змін та взаємопов'язані з культурою. Спосіб життя та цінності суспільства змінюються і разом з ними інститути трансформуються, поступаються один одному та адаптуються до нових умов [89, с.233-244].

За визначенням **Дж. Хертзлера (J. Hertzler)**, соціальні інститути – це несвідомо створена форма суспільних відносин для задоволення індивідуальних та колективних потреб, а також, система правил поведінки індивіда в суспільстві. **К. Панунзіо (C. Panunzio)** визначає інститути як систему ідей, цінностей, організацій які виникли внаслідок людської діяльності та направленні на її регулювання. У структурі соціальних інститутів він виділив чотири підсистеми: символічних та утилітарних інструментів; договірних, сімейних та примусових асоціацій; звичаїв та правил життя; ідей, вірувань та ідеалів [60, с.172].

Як ми бачимо, в американській соціології можна виділити два ключових тези трактують соціальних інститутів. По-перше, вони виникають як наслідок постійної взаємодії індивідів, тобто систематичної інтеракції. По-друге, ця взаємодія ґрунтується на культурних та соціально визнаних зразках поведінки, звичаях та традиціях, які існують автономно, незалежно від індивідів.

Тож, представники американської соціології акцентують на тому, що інститути є результатом існування індивідів, адже саме їхні потреби сприяли необхідності появи інститутів. А з іншого боку, інститути також є рушієм змін та трансформацій у суспільстві. Окрім того, що інститути націленні регулювати суспільні відносини, вони також відображають звички людей, і на

основі цього будують норми та правила які стають традиційними для того чи іншого суспільства.

У 60-70 роках ХХ століття соціальний інститут стає предметом вивчення **структурно-функціонального аналізу**, зокрема американського соціолога **Т. Парсонса (T. Parsons)**. За його визначенням, соціальні інститути забезпечують стійкий розвиток та функціонування суспільства, шляхом координації суспільних дій. Згідно теорії Т. Парсонса, інститути стабілізують соціально-культурну систему та виконують такі функції: адаптація до нових правил та норм, забезпечення мирних взаємовідносин між індивідами, формування ролевих зразків для підтримки та контролю [80, с.5]. Він стверджує, що соціальні інститути є “елементами культурної підсистеми та функція соціальної підсистеми” [53, с.123].

Інший представник функціонального напрямку **Н. Смелзер (N. Smelser)** визначає інститути як соціальні утворення, що використовують суспільні ресурси для задоволення соціальних потреб. Основна функція, яку виконують інститути – забезпечення стабільності в суспільстві шляхом формування більш передбачуваних зразків соціальних ролей. Н. Смелзер зазначає, що інститути рідко є незмінними, адже під впливом зовнішніх змін вони можуть видозмінюватись або ж зовсім розпастися [69, с.91].

Варто зазначити, що структурний функціоналізм – підґрунтя для аналізу багатьох явищ, насамперед і соціальних інститутів. Однією із ключових ознак інститутів є наявність власної структури та функцій. Таким чином, структурний функціоналізм визначає суспільство як систему, головними складовими якої є соціальна взаємодія та соціальні інститути. Інститути – ланки суспільної системи, що виконують ключові функції: здійснюють регулювання та підтримують сталість суспільства. Представники цього напрямку робили акцент на цінностях та нормах, що формують інститут та не ставили на перший план індивіда.

В середині 1960-х років новий вклад у вивчення соціальних інститутів зробив неоінституціональний напрям в економіці. Американський економіст

**Д. Норт (D. North)** характеризує соціальні інститути як “правила гри” або певні обмеження, що регулюють взаємовідносини між людьми. Ця організація суспільних відносин спрямована на зменшення невизначеності та формування передбачуваної поведінки індивідів. Тобто формує зразки відповідно до яких індивіди знають як діяти у певній ситуації[55, с.19].

На думку Д. Норта, інститути є як формальними, що регулюються законами та нормативними правилами суспільства, так і неформальними, що ґрунтуються на загальноприйнятих правилах, звичаях та традиціях. Формальні та неформальні правила виступають засобом стримування поведінки індивідів, які формують інституціональні обмеження, що визначають стійкість інститутів до змін. Автор також наголошує на тому, що формальні правила є менш стійкі до змін, адже їх можна швидко змінити, натомість щоб змінити неформальні правила, до прикладу звичаї, потрібен тривалий час [55, с.92].

На думку дослідника, інститути виступають важливим елементом суспільного порядку та визначають успішність країни. Саме наявність інститутів, які є базовими елементами структури, створює порядок, формує високий рівень впевненості суспільства та визначає рівень його добробуту [55, с.7].

Таким чином, неоінституціональний підхід розглядає інститути як основні координуючі елементи у суспільстві. Саме інститути задають правила та вектори дій, тоді як організації втілюють ці установки в своїй діяльності. Представники неоінституціонального напрямку наголошували на тому, що інститутами можуть виступати не лише законно визнані взаємовідносини, а й неформальні правила. Вони підкреслювали вирішальну роль інститутів у формуванні структури суспільства та наголошували на тому, що вони не є статичними, а змінюються відповідно до нових умов. Концепція Д. Норта має практичне значення для тих країн, які лише розвиваються, адже демонструє чіткі відмінності та переваги між країнами в яких інститути мають великий вплив на суспільство.

Цікавий погляд на соціальні інститути пропонує теорія соціальної структурації, що сформувалася в кінці ХХ століття. Згідно теорії структурації **Е. Гіденса (A. Giddens)**, соціальні інститути є безсуб'єктивними, володіють певними ресурсами, диктують норми та правила використання інституційних ресурсів. Він зазначав, що інститути не є чимось зовнішнім стосовно індивідів, а виступають більшою мірою відображенням їхньої поведінки. Основною функцією, яку виконують соціальні інститути є забезпечення стійкості та стабільності всередині суспільства [27].

Соціальні інститути можуть виступати як певна фізична організація або ж як символічна система норм та правил. Незалежно від того, яку форму приймає той чи інститут їхня структура буде мати схожий набір елементів. Структуру соціального інституту вивчали такі вчені як Дж. Фейблман, Я. Щепанський, С. Фролов та І. Рущенко, які наголошували на системному характері соціальних інститутів. Їхні класифікації мають багато спільних поглядів, тому на основі цього можна виділити такі структурні елементи соціального інституту:

- наявність мети
- спільні установки ( норми та правила прийняті в суспільстві)  
та засоби досягнення мети
- знаряддя праці та ресурси
- групи людей, що мають спільні інтереси та займаються спорідненою діяльністю
- соціальні санкції [60, с.176].

Поява соціального інституту є результатом **інституціоналізації**. Як зазначають **Є. Головаха** та **Н. Паніна** інституціоналізація ґрунтується на трьох складових: поява та прийняття нових соціальних норм; створення організаційної структури яка здійснює контроль над дотриманням цих правил, а також формування сприйняття цих норм та правил зі сторони суспільства [29, с.6]. Отже, процес інституціоналізації можна розглядати з однієї сторони як появу нових соціальних інститутів суспільства, а з іншого боку як перехід

до організованої та передбаченої поведінки індивідів яка регулюється ustalеними нормами та правилами та орієнтована на задоволення суспільних проблем.

Питання інституціоналізації вивчала велика кількість дослідників як зарубіжних так і вітчизняних. Серед них американські соціологи Пітер Бергер, Пол ДіМаджіо, німецький дослідник Томас Лукман, та українські соціологи Н. Паніна, Є. Головаха, Є. Сірий, С. Макєєв.

Витоки інституціоналізму ґрунтовно досліджено в теорії соціального конструювання реальності **П. Бергера (P. Berger)** та **Т. Лукмана (T. Luckmann)**. В основі їхньої теорії теза про те, що суспільство є результатом людської діяльності та взаємодії, кінцевим продуктом якої є соціальні інститути. Початковим етапом інституціоналізації є **габітуалізація** будь-якої людської діяльності. Габітус є результатом повторення дій, які згодом стають звичкою та виникають у майбутньому за таким же принципом. Також у результаті габітуалізації зменшується різноманітність вибору, що полегшує прийняття рішень індивідами. Отже, габітуалізація є важливою складовою інституціоналізації суспільного життя, адже вона формує зразки поведінки та підтримує сталість суспільства [20, с.27].

Інституціоналізація здійснюється там де наявна **типізація** суспільної діяльності. Ця типізація реалізується у формі інститутів, які формують загальні правила та норми, характерні для кожного типу інституту. Важливою умовою існування інститутів, на думку П. Бергера та Т. Лумана є **історичність** та **контроль**. Будь-який соціальний інститут є предметом історії та не виникає раптово. Саме історичність допомагає зрозуміти як розвивався інститут та на якому етапі перебуває зараз. В свою чергу, історичність дозволяє виділити ще один важливий етап інституціоналізації – набуття **об'єктивності**. Індивіди не можуть заборонити інститути, адже вони існують незалежно від індивіда. Це робить інститути об'єктивною реальністю, що дозволяє їм здійснювати контроль та існувати упродовж декількох поколінь. Третім етапом



інституціоналізації є процес легітимації, який передбачає визнання соціального інституту, його значущості та користі для суспільства [20, с.30].

За визначенням **С. Гантінгтона**, інституціоналізація – це набуття організаціями стабільності та суспільної цінності. Сам рівень інституціоналізації можна охарактеризувати за такими критеріями:

- адаптивність – інститути які мають низький рівень адаптивності до нових умов є менш інституціоналізованими. Інститути набувають адаптивність з часом, тому її рівень можна виміряти тривалістю існування інституту, через кількість поколінь та функції які вона виконує;
- складність – рівень інституціоналізації організації є вищим чим складнішою є її структура;
- автономність – рівень незалежності інституту;
- злагодженість – що більше інститут об'єднаний та згуртований, то більш інституціоналізований [26, с.39].

На нашу думку, запропоновані **С. Гантінгтоном** критерії найкраще дозволяють оцінити рівень розвитку інституту. На основі аналізу цих складових ми можемо зрозуміти чи запропонований інститут є новим та лише починає формуватись, або ж перебуває на етапі трансформацій та потребує удосконалення.

Український вчений **Є. Сірий** визначає інституціоналізацію як складний та тривалий процес, що складається із певних етапів:

- поява потреби
- формування цілей
- поява соціальних норм та правил
- поява процедур пов'язаних із нормами та правил
- інституціоналізація норм та правил
- встановлення організаційних структур та визначення санкцій для забезпечення норм та правил
- визначення функцій, ролей та статусів [68].

За визначенням **О. Бенъ** в інституціоналізацію варто розділити на два етапи :

- первинна інституціоналізація, тобто безпосереднє створення соціального інституту до його легалізації;
- вторинна інституціоналізація – розвиток та вдосконалення діяльності інституту [19, с.186].

Крім того для будь-якого соціального інституту неминучим є процес **деінституціоналізації**, тобто руйнування інституту, зміна правил або ж неприйняття зі сторони суспільства.

Отже, формування соціального інституту відбувається у процесі інституціоналізації, що включає чіткі компоненти та низку характеристик. Відповідність цим характеристикам дозволяє називати той чи інший феномен соціальним інститутом, а також визначає рівень їхньої інституціоналізації. Існування соціальних інститутів є важливою умовою життєдіяльності всіх демократичних та розвинених країн. Саме соціальні інститути підтримують стійкість суспільства, визначають норми та правила поведінки. Окрім, цього соціальні інститути дають можливість індивідам відстоювати власну позицію, підтримувати індивідуальність та здійснювати вплив на суспільство. Саме тому вивчення теми соціальних інститутів та інституціоналізації є важливим з точки зору аналізу соціальних взаємозв'язків та їхнього впливу на всі сфери суспільного життя.

Класифікувати соціальні інститути можна по-різному: залежно від сфери, потреб, завдань та функцій які вони виконують. Першим спробу класифікувати соціальні інститути зробив Г. Спенсер. В основі його класифікації характер їхніх функцій, за яким він виділяє: домашні, обрядові, політичні, церковні, професійні, промислові інститути [60, с.179].

Розглянемо більш детально підходи до класифікації соціальних інститутів. Виділяють два підходи до класифікації соціальних інститутів предметний та формалізований. За предметного підходу соціальні інститути поділяються на: економічні, політичні, духовно-культурні, інститути у сфері

сім'ї. Такий підхід до класифікації є найбільш поширеним та практичним, його використовували Чарльз Міллз та Ян Щепанський (також виділяє соціальні інститути). Основна перевага такої класифікації у тому, що вона окреслює як сферу застосування так і функції, що виконують інститути [45, с.148].

Формалізований підхід визначає соціальні інститути за способом регулювання поведінки людей: формальні та неформальні. В основі формальних інститутів чіткі принципи та контроль, вони регулюються законами та правовими нормами. До таких інститутів належить держава, школа. Натомість неформальні інститути існують без чітких норм та правил, вони засновані на вільній взаємодії індивідів та регулюються громадською думкою, звичаями та традиціями. Прикладом таких інститутів є благодійні, культурні та соціальні фонди [45, с.148].

Цікавими є класифікації зарубіжних вчених інституційного аналізу. Лютер Бернанд класифікує соціальні інститути як зрілі та незрілі, Броніслав Маліновський – універсальні та партикулятивні, Ллойд Баллард – регулятивні і санкціоновані, Френсіс Чепін – специфічні чи нуклеативні та основні чи дифузно-символічні, Г. Барнс – первинні, вторинні, третинні [45, с.149].

Отже, у першому підрозділі магістерської роботи ми дали визначення термінам “соціальний інститут” та “інституціоналізація”. Це поняття має міждисциплінарний характер та широко використовується в юридичній, економічній та політичній сфері. Для юридичної науки характерним є визначення інституту строго як норм та правил, що регулюють суспільні відносини, натомість в економічному та політичному дискурсі поняття інститут має ширше значення. Інститути є гнучкими структурами, які здатні змінюватись під впливом зовнішніх чинників, це установи та організації через які здійснюється безпосередній контроль за дотриманням правил, та які здатні впливати на прийняття рішень у суспільстві. У соціології термін інститут має широке застосування та може розглядатись у межах різних підходів: еволюційного, структурно-функціонального, теорії соціальної структурації. Соціальні інститути є складовою будь-якої сфери суспільного життя,

відповідно є різноманітна кількість їхніх класифікацій залежно від сфери, потреб, функції, способу регулювання поведінки людей. Найбільш поширеною та практичною є класифікація інститутів за сферами, відповідно до якої ми виділяємо економічні, політичні, сімейні, релігійні інститути.

Процесом формування будь-якого соціального інституту є інституціоналізація, котра має свої компоненти та характеристики. У межах магістерської роботи буде вивчено специфіку інституціоналізації креативного простору як нового соціального інституту, зокрема, для сучасного українського суспільства.

## **1.2 Міждисциплінарне розуміння поняття “простір”. Особливості соціологічного тлумачення**

Простір – одна із основоположних категорій існування людського життя. Незалежно від наших бажань ми формуємо цей простір та є його ключовими акторами. Дослідження проблематики соціального простору становить актуальну та необхідну тему для аналізу соціальної реальності та прогнозування нових суспільних змін.

Поняття простір використовується з часів давньогрецької філософії. У наукових працях першим його став використовувати Аристотель у своїй ієрархічній системі категорій, що включала найбільш фундаментальні елементи філософії. Це заклало основи для розвитку філософських концепцій простору та часу. Перша концепція **субстанціональна**, яка визначала простір та час першоосновами світу, що є самостійними елементами. Друга, **реляційна**, розглядала час та простір не як самостійні елементи, а як систему відносин в якій об'єкти не можуть існувати окремо [44, с.2].

Зміни в уявленнях про простір почалися в епоху Відродження, коли простір розуміли як абстрактне поняття. Питанням вивчення простору у цей час займалися такі філософи: Г. Галілей, Дж. Бруно, М. Кузанський. Особливу увагу заслуговує концепція простору Г. Галілея, яка характеризувала простір як замкнене порожнє утворення, що вміщує весь світ. Тому він наголошував, що простір є тривимірним, однорідним та може бути порожнім [50, с.37].

Для філософії Нового часу, зокрема у працях Р. Декарта простір – це певна протяжність, а сама структура простору складається з взаємно прилеглих тіл які постійно рухаються. Схожими є погляди німецького філософа Г. Лейбніца, який теж характеризував простір як сукупність взаємопов'язаних об'єктів, до того ж відкидав тезу Г. Галілея про порожній простір. Згідно матеріалізму Д. Дідро простір і час є об'єктивними формами, що разом з рухом молекул утворюють єдину реальність [50, с.37].

Представник німецької класичної філософії І. Кант розглядав простір як апріорну форму зовнішнього відчуття через яку людина формує свої уявлення, а також відкидає можливість об'єктивного існування простору. Протилежну думку наводить Г-В. Гете, який вважає простір об'єктивною характеристикою, що водночас може бути неперервним та дискретним. Німецький філософ Ф. Енгельс висунув тезу про те, що існування простору є не просто об'єктивним, а реальним. За Ф. Енгельсом простір не автономний, та не може існувати незалежно від матерії. Основними властивостями простору на думку філософа – всезагальність, протяжність, координація частин [50, с.37].

Поняття простір притаманне для термінології більшості суспільних, гуманітарних, природничих та технічних наук. У **економічному дискурсі** єдиного трактування поняття економічний простір немає. Вивченням цієї проблематики займалися такі економісти: О. Топчієв, О. Іншаков, Д. Фролов, І. Бистряков, Л. Чернюк.

За визначенням українського економгеографа О. Топчієва, економічний простір представляє сукупність економічних об'єктів. Економісти Фр. Перу та В. Пефтієв розуміють економічний простір як систему взаємовідносин. Більш детальноше визначення подає В. Чемкарева, яка визначає економічний простір як сукупність індивідів, що виступають носіями потреб та інтересів, які вони можуть реалізувати вступивши в економічні взаємовідносини [56, с.75].

Якщо попередні дослідники робили акцент на взаємовідносинах, то О. Іншаков та Д. Фролов під економічним простором розуміють передусім

простір де ведеться господарство, для якого характерним є вартість та користь, ціна та цінність [37, с.175].

Дослідники І. Бистряков та Л. Чернюк виділяють такі основні характеристики економічного простору:

- економічний простір є географічним простором;
- спільність економічного та правового простору, що передбачає єдину законодавчо-правову систему, фінансування;
- циклічність розвитку;
- диференціація економічної діяльності [56, с.77].

Різноманітність трактувань економічного простору дозволяє сформулювати декілька підходів до визначення цього поняття:

- **територіальний** – визначає простір у першу чергу як територію;
- **системний** – розглядає простір як економічні відносини, що засновані на розподілі ресурсів;
- **процесний** – характеризує простір передусім як взаємодію між економічними акторами, спрямовану на спільну діяльність [30, с.62].

Таким чином, економічний простір - це обмежена територіальними рамками діяльність економічних суб'єктів, націлена на задоволення економічних інтересів.

У **географічному дискурсі** простір виступає одним із основних понять. За визначенням українського географа Е. Алаєва, географічний простір – це відношення між географічними об'єктами, що сформувалися на одній території та розвиваються у часі. Основою існування географічного простору є наявність території, а його основними властивостями: структурність, системність та континуальність [62, с.30].

На думку українського географа К. Немець, географічний простір схожий на фізичний, однак його основною відмінністю є наявність взаємозв'язку між об'єктами та явищами. Тому, географічний простір – це

комплекс географічних об'єктів та взаємозв'язок між ними. Досить вдале визначення подає економгеограф О. Топчієв, який характеризує географічний простір як множину впорядкованих географічних об'єктів, що взаємодіють та мають спільне розташування [62, с.30].

Поняття простору зустрічається і у **правовому дискурсі**. Зокрема, поняття правовий простір аналізували такі українські та російські дослідники: М. Гнатовський, В. Вовк, В. Малахов.

За визначенням В. Вовк, правовий простір – це історично складена сфера політичного, економічного та культурного розвитку народу. На думку дослідниці правовий простір являє собою систему владного впливу, що здійснює держава на суспільні відносини. Ця система є чітко територіально визначена да діє у певний історичний час [41, с.27].

Таким чином, найбільш ґрунтовно поняття простір розглянуто у філософії та географії, адже виступає однією із їхніх ключових категорій. Порівнявши трактування простору різними науками, ми можемо побачити певні спільні та відмінні аспекти. Спільним є визначення простору як постійної взаємодії та руху об'єктів між собою. Якщо говорити про відмінності то кожна наука акцентує увагу на своїх специфічних моментах. У філософії простір – це абстрактне поняття, для географії це перш за все територія, а в економічній науці зосереджується увага на господарських відносинах, вигоді та цінностях.

Різноманітність дефініцій поняття простір обумовили відсутність єдиного визначення у соціогуманітарному дискурсі. Сучасний тлумачний словник подає кілька визначень поняття простір:

- об'єктивна форма існування матерії, що характеризується протяжністю та обсягом;
- відсутність будь-яких обмежень та перешкод;
- вільна велика територія [25, с.1170].

На нашу думку, найбільш вдалим є визначення яке подає соціологічний енциклопедичний словник під редакцією Г. Осипова, що визначає соціальний

простір як поле для соціальної діяльності, що складається з груп індивідів та їх взаємодії [58, с.273]. Схоже визначення подано у словнику соціологічних термінів та понять за редакцією Є.Біленького та М. Козловця. Соціальний простір трактується як місце соціальної діяльності індивідів з їхнім взаємним розташуванням, а також уявлення індивіда про місце у суспільстві [71, с.320].

Термін “простір” у соціології є предметом вивчення окремого напрямку – соціології простору та соціології міста. Безпосередньо дослідженням соціального простору в соціології займалися такі соціологи: Г. Зіммель, П. Сорокін, Т. Парсонс, А. Лефевр, Р. Парк, Е. Берджес, П. Бурдьє.

У російській соціології простір вивчали О. Філіппов, який акцентує увагу на теоретичних витоках поняття соціального простору. Г. Зборовський досліджував концепції соціального простору, його структуру, основні властивості та функції. В. Вагін досліджував структуру та планування міста, роль суспільства у творенні міста. А. Желніна вивчала місце публічного простору у структурі міста. Серед українських дослідників міську проблематику досліджували О. Міхеєва, яка вивчала міські території, особливості зонування та просторову структуру міст, схеми аналізу міського простору. Л. Малес досліджувала структурування міського простору. О. Злобіна та М. Соболевська вивчали соціальний простір як суб'єктивну символічну реальність [35].

За визначенням російського соціолога О. Філіппова, соціальний простір можна розглядати у трьох напрямках:

1. Порядок соціальних позицій, наприклад, статусів, які існують таким чином, що обрання однієї позиції виключає обрання іншої. Так само як у фізичному просторі, речі одного стану не можуть займати одне місце в один час.
2. Характеристика будь-якого простору (територія, зона), оскільки його складові (межі, об'єкти) мають соціальне походження.
3. Фізичний простір, оскільки на нього проектується принцип розподілу на співвідношення соціальних позицій [76, с.262].



Першість у дослідженнях соціального простору належить **Г. Зіммелю (G. Simmel)** та **П. Сорокіну**. Однак, варто зазначити, що інтерес до вивчення простору в соціології бере початок із кантівських уявлень про простір. Його теорія про простір та час не є до кінця зрозумілою, але має на меті довести, що простір є апріорною формою. Німецький філософ **І. Кант (I. Kant)** виділяє низку властивостей простору:

- простір являється апріорним так як лежить в основі всього зовнішнього сприйняття. Ми не можемо довести, що простір не повинен існувати;
- існує лише один загальний простір для всіх;
- простір є безкінечною величиною, що включає в себе всі частини простору [22, с.25].

Як ми бачимо, у визначенні І. Канта простір є суто філософською категорією та апріорним поняттям, адже сприйняття світу людиною відбувається через простір. Разом з тим він відкидає фізичні властивості простору, його емпіричний характер та реальність, тим самим говорить про простір як чисте поняття.

Представник німецької класичної соціології **Г. Зіммель** один із перших, хто почав ґрунтовно досліджувати соціологію простору. Незважаючи на те, що Г. Зіммель не сформував чіткої концепції поняття простору, він створив умови для подальшого вивчення цієї проблематики. Як зауважував соціолог, суспільство складається із діяльності людей, тілесних істот, які по різному розташовані у просторі. Г. Зіммель трактує простір з чотирьох позицій:

- простір групи чи суспільства
- простір взаємодії та взаємовпливу
- простір не лише розміщення тіл, але й їхнього переміщення
- простір співіснування соціальних груп [77].

Погляди Зіммеля більшою мірою формувалися під впливом трактування простору І. Кантом. Він розуміє простір як спосіб здійснення усіх подій у світі так само як і час. Однак, простір не є вирішальним фактором та не має влади

над людьми. Будь-який взаємозв'язок людей безумовно отримує просторову форму, однак вміст, що наповнює цю форму залежить від інших факторів, а не від простору [77]. У трактуванні Г. Зіммеля простір є соціальним, оскільки освоєний людиною. Із цього слідує, що він має межі які визначаються поширенням впливу, зв'язками та діяльністю людини. Тому основна функція людської діяльності - наповнення простору соціальним значенням.

У своєму есе “Соціологія простору” Г. Зіммель наводить п'ять властивостей простору:

- Ексклюзивність або унікальність (соціальний простір змінюється залежно від унікальності груп, які в ньому перебувають).
- Соціальне розділення та розмежування (соціальні межі підсилюють соціальний порядок та взаємодію).
- Соціальна інтеракція (соціальна взаємодія забезпечує соціальний порядок).
- Близькість та дистанція у просторі (характеризує рівень взаємодії індивідів та визначає особистий простір).
- Рух у просторі [86, с.2].

Зазначені вище властивості, на нашу думку найкраще описують соціальний простір. Адже, саме наявність індивідів, їхня взаємодія та рух формують простір та надають йому значення.

Тож, можемо підсумувати, що в основі трактування простору Г. Зіммелем лежать соціальні групи та взаємодія між ними. Простір існує як фізичний, так і абстрактний факт, що конструює суспільне життя. Сам по собі простір є порожнім, тому існування у ньому індивідів та суспільних груп, їхня взаємодія та діяльність, слугують наповненням простору.

Американський соціолог **П. Сорокін** розглядає соціальний простір у контексті вивчення соціальної мобільності, де усі індивіди переміщуються в соціальному просторі. Він визначає соціальний простір як суспільні відносини, що діють у системі координат, де індивід займає чітко визначене місце. Така система у свою чергу не дозволяє індивідам займати вище

положення у суспільстві та запобігає нерівності. Люди які входять до спільних соціальних груп та виконують такі ж функції, мають однакове соціальне положення. Звідси слідує залежність, чим більше спільного у соціальному становищі різних груп населення, тим ближче їхнє розташування у соціальному просторі. Та навпаки, збільшення відмінностей призводить до зростання соціальної дистанції між ними [73, с.232].

П. Сорокін виділяє низку особливостей соціального простору:

- соціальний простір відрізняється від геометричного різноманіттям соціальних груп, оскільки існує безліч варіантів групування людей за соціальними ознаками;
- соціальний простір це всесвіт, що складається з народонаселення землі;
- соціальні координати простору формуються внаслідок існування соціальних груп;
- соціальний простір складається із соціальних зв'язків, які між собою формують соціальні групи [73, с.233].

Зазначимо, що репрезентація соціального простору П. Сорокіним не віднайшла цілісної концепції. Він характеризує простір через призму процесів які у ньому відбуваються, а саме, акцентує увагу на соціальній мобільності. Сама ж мобільність у контексті розгляду простору визначає те, що індивіди які співіснують поруч у географічному просторі, займають різні позиції у соціальному. Тож, в основі тлумачення простору П. Сорокіним лежить мобільність, як рух та взаємодія індивідів, а також стратифікація, тобто положення індивідів у цьому просторі.

В межах структурно-функціонального напряму про простір писав американський соціолог **Т. Парсонс ( T. Parsons)**. Він визначає, що будь-який живий організм, незалежно від часу розміщений у фізичному просторі і змінити це можна лише шляхом фізичного переміщення. У праці “The Social System” (“Соціальна система”) для означення простору він вводить поняття територіальності, як основи всіх повсякденних дій. Співвідношення усіх

позицій у просторі, власне становлять територіальне розміщення. Тож, в основі розуміння простору Т. Парсонса лежить саме фізичний простір, який він тлумачить як базис, де відбуваються усі суспільні дії [77].

В рамках структурного аналізу категорія соціального простору найбільш опрацьована французьким соціологом **П. Бурдьє (P. Bourdieu)**. Він визначає соціальний світ у формі багатомірного простору, який побудований на принципах диференціації та розподілу [23, с.15]. Соціальний простір виступає такою ж реальною категорією, як і географічний простір, адже переміщення в ньому так само потребує зусиль та часу.

Багатомірність згідно з П. Бурдьє визначається тим, що усі виміри простору ми можемо розглянути окремо, через множинність характеристик якими вони наділені. Соціальні групи та індивіди займають визначені позиції в просторі, тим самим не можуть займати протилежні позиції, як і знаходитись одночасно у різних точках географічного простору.

За П. Бурдьє соціальний простір є абстрактним з системою підпросторів та полів, структура яких визначається нерівним розподілом різного виду капіталу [23, с.53]. Поле – це частина структури соціального простору, де визначальна роль належить саме культурному та економічному полю. П. Бурдьє також наголошує на визначальній ролі системи капіталів, що створює умови в яких соціальні актори впливають на соціальні практики. З цього слідує, що соціальний простір формується визначеними типами влади та капіталу, що в ньому циркулюють [79, с.106].

На відміну від Т. Парсонса, який говорить про фізичний простір, П. Бурдьє визначає простір як абстрактне поняття, однак підкреслює, що соціальний та фізичний простір неможливо розглядати у “чистому вигляді”. Його концепція простору це більшою мірою синтез соціальних, фізичних та географічних характеристик, які мають багато відмінностей, але взаємодіють як одне ціле. Він репрезентує простір з точки зору соціальних груп, які до нього включені, а також їхніх взаємовідносин. Тим самим повторює погляди

П. Сорокіна про те, що існування суспільного простору можливе за умови, що кожен індивід займає чітко визначену соціальну позицію.

Розглянувши простір у рамках структурного аналізу, ми можемо виокремити ті ключові елементи, які дозволяють говорити про простір як структуру. Це зокрема, наявність індивідів, що є основними елементами простору та які розміщені у ньому відповідно до своїх позицій, а також розподіл функцій між усіма членами цього простору.

Особливого значення поняття соціальний простір набуває у дослідженнях міської проблематики. Зокрема, чільне місце у цьому напрямку займає Чиказька школа соціології. На відміну від напрацювань класичного періоду, дослідження Чиказької школи мали емпіричний характер та спрямовані на вирішення конкретних проблем. Поняття простір стає центральним у дослідженнях міського середовища.

Перші дослідження Чиказької школи пов'язані із діяльністю американського соціолога **Р. Парка (R. Park)** та його працею “Місто: пропозиції щодо вивчення людської поведінки у міському оточенні”, в якій проаналізовано основні концепції розвитку міста. Основним досягненням Р. Парка є розробка соціально-екологічної концепції, що розглядає місто як біологічний організм, в якому крім соціального існує біотичний рівень, що визначає розвиток суспільства [42, с.269].

Соціальний простір Р. Парк розглядав в контексті суспільних відносин міста. Він трактує суспільство як організм, подібний до рослин, що складається з частин які між собою взаємодіють. Місто, на його думку, виступає “центром інтелектуального життя”, де кожен індивід займає визначені позиції та виконує певні функції. Можливість займати ті чи інші соціальні позиції визначається просторовою мобільністю, яка забезпечує індивідам здатність отримати досвід, а це в свою чергу є основою суспільних взаємовідносин. Тому міста є результатом діяльності індивідів та формують системи суспільних відносин і практик, що діють на певній території.

Функціонуючи в соціальному просторі міста визначають вектор соціокультурних орієнтацій [59, с.17].

Послідовник Р. Парка, соціолог **Е. Берджесс (E. Burgess)** продовжив тему організації міського простору та запровадив зональну теорію або теорію структурування міського простору. Він розглядає міське суспільство як різноманітність соціальних груп, які живуть на певній території. Саму територію міста, як вважає Е. Берджесс, можна розділити на конкретні зони залежно від складу населення та економічних характеристик. Його модель включає п'ять зон: адміністративна або ділова частина, перехідна зона до промислових районів, житлові квартали, житлова зона вищих та середніх соціальних верств, зона передмість. Відповідно, у центрі міського простору проживає багатша частина населення, тоді як у приміській зоні переважає менш заможне населення та робітники, що приїжджають на роботу до міста [72, с.107].

Після Р. Парка та Е.Берджесса дослідженням міського простору займався ще один представник Чиказької школи **Л. Вірт (L. Wirth)**. Його науковий інтерес складало вивчення особливостей міського життя: орієнтація в міському просторі, умови проживання, заселення територій. У подальшому вивчення структури міського простору займались **Г. Гойт (H. Hoyt)** – секторальна схема структурування міста, **Ч. Гарріс (C. Harris)** та **Е. Ульман (E. Ullmann)** – багатоядерна модель [72, с.109].

Таким чином, представники Чиказької школи зробили перші серйозні кроки до практичного вивчення соціального простору. Вони визначали соціальний аспект простору саме в існуванні індивідів та їхній взаємодії, а також досліджували набагато ширше поняття як міський простір. Як ми бачимо, міський простір не є абстрактним поняттям, це певна територія, яку можна дослідити за допомогою низки емпіричних показників. Зокрема, зонування простору, структура, склад населення, заселеність, умови життя. Тож, міський простір – складне та багатоманітне явище, що включає у себе,

економічний, географічний та будь-який інший простір, однак із визначальною роллю саме соціальної складової.

Серйозні зрушення у дослідженні поняття простору відбулися у кінці 80-тих років ХХ століття. Причиною цього став так званий “просторовий переворот” (“spatial turn”) у соціології, термін запроваджений **Е. Соджою (E. Soja)**. З цього часу простір почав розглядатися як соціальне явище [93, с.11].

Цікавою є концепція простору представника неомарксистського напрямку **А. Лефевра (H. Lefevre)**, який переосмислює класичні теорії та подає нове розуміння соціального простору. Свою концепцію А.Лефевр починає із того, що соціальний простір це результат складного та багатоманітного процесу. Відповідно простір має власну історію появи, де точкою відліку є сама природа. Історію простору важко описати загальноприйнятими хронологіями, однак вона невідривно пов'язана з історією часу, а відправною точкою у цьому слугують не стільки географічні описи, як вивчення природних ритмів. Тому, від початку існували просторово-часові та природні ритми, які трансформувалися під дією соціальних практик [48].

Історія простору бере початок там де закінчується переважання антропологічного та розпочинається систематичне виробництво простору, як промислового продукту. Це період, коли виробництво соціальних відносин переважає над природою та часом. Тому тут варто виділити два ключових етапи у виробництві простору: початковий – коли природа переважала над соціальним простором, та кінцевий етап – коли природа локалізувалась та відділилась. Природний простір не можна уявити в якості першооснови, що визначає суспільний розвиток. У процесі соціального виробництва на фізичний та природний простір накладаються шари, кожен наступний шар приносить певні трансформації. Тому природа постає як матеріал для виробництва простору [48].

Основу концепції А. Лефевра складає “просторова тріада” :

1. Репрезентація простору – сприйняття простору людьми, що мають відношення до його створення. Це усвідомлений простір, що представлений у теоретичних напрацюваннях та вербальних знаках, простір вчених та архітекторів. Репрезентація простору дає можливість керувати повсякденним життям мешканців міста.

2. Простір репрезентацій – це безпосередньо простір місцевих мешканців, тобто обжитий простір (“lived space”)

3. Просторові практики – процес виробництва матеріальної форми соціального простору та його структурних практик. Ці практики забезпечують безперервність соціальних взаємозв'язків і тим самим пов'язують між собою репрезентації простору та простір репрезентацій [18, с.220].

Тож, можна узагальнити, що А. Лефевр свідомо відкидає концепцію вихідного та абсолютного простору. Для нього простір не просто порожня форма, що чекає свого наповнення, це історично складений соціальний продукт, що виникає із природи та суспільних відносин [50, с.45]. Індивіди та суспільство живуть у просторі як у певній реальності, яку вони самі створили, ця реальність може змінюватись, тим самим змінюючи суспільство.

Окрім концепції виробництва простору, А. Лефевру належить концепція права на місто. Вона передбачає можливість місцевих жителів впливати на формування міського простору та вільно користуватись міськими благами [50, с.45]. Аналізуючи міський простір, А. Лефевр виділяє дві його головні складові:

- Матеріальна – територіально-географічна реальність
- Соціальна – відносини між населенням, що виникають внаслідок їхньої діяльності [16, с.3].

Наявність цих двох складових дозволяє говорити про міський простір як такий. Разом з тим, на думку А. Лефевра неможливо виділити яка складова виникла першочергово та є важливішою, тому вони є однаковою мірою важливі.



Ідеї А. Лефевра знайшли продовження у напрацюваннях ще одного дослідника урбаніста, англійського географа **Д. Харві (D. Harvey)**. У своїх працях значну увагу він приділяє саме капіталістичній основі формування міського середовища. Простір, за Д. Харві, це не просто контейнер чи поле для соціальних взаємовідносин, це активний учасник інтеракцій. Для простору характерним є не лише відстань, а й наявність форми, що впливає на взаємодію між елементами. Окрім того, самі елементи впливають на простір та можуть визначати його особливості [70].

За прикладом А. Лефевра дослідник пропонує власну схему просторових практик. Перша – матеріальні просторові практики, а саме фізичні та матеріальні блага які функціонують у просторі. Вони забезпечують виробництво простору, його інфраструктуру та територіальну організацію. Другою практикою є репрезентація простору – охоплює всі уявлення та знання про соціальний, психологічний чи фізичний виміри простору, що дозволяє краще зрозуміти матеріальні практики. Третій – простір репрезентацій, тобто уявлення про простір соціальними групами, їхнє сприйняття (схвалення чи заперечення, задоволеність та управління простором). Кожна із просторових практик Д. Харві має низку додаткових характеристик, таких як: доступність та дистанційність (роль відстані у формуванні соціальних взаємовідносин), використання простору та привласнення (індивідуальний чи колективний рівень простору, його територіальна організація), домінування та контроль (вплив індивідів, соціальних груп та владних структур на організацію простору, наявність правил та санкцій), виробництво простору (створення нової інфраструктури та використання нових територій) [90, с.218].

Отже, концепції простору, представленні А. Лефевром та Д. Харві акцентують на дослідженні міського простору. Їхня основна ідея у тому, що простір продукт виробництва, де ключова роль належить соціальному чиннику, тобто соціальним взаємовідносинам. Саме тоді коли виникає взаємодія між індивідами ми можемо говорити про існування соціального простору.

На нашу думку, дослідники цього періоду внесли нове розуміння міського простору. Окрім територіальних особливостей та соціальних зв'язків, важливим у дослідженні простору є його сприйняття індивідами та наявність практик. Соціальний простір – це результат існування просторових практик, які забезпечують існування міського простору та включають матеріальні блага і територіальну організацію, репрезентацію простору та його сприйняття мешканцями.

Проблема управління соціальним простором представлена у концепції інформаційного суспільства іспанського соціолога **М. Кастельса (M. Castells)** [40, с.6]. Дослідник трактує простір як відображення суспільства, як складну соціальну структуру, що включає три компоненти: простір, час і технології. Так як постійні трансформації призводять до суспільних змін, відповідно можна говорити про нові просторові форми і процеси. За М. Кастельсом, простір можна визначити як взаємодію матеріальних продуктів або індивідів, які включені у соціальні відносини та визначають його форму і функції [40].

Суспільство побудоване навколо ключових потоків, а саме капіталу, інформації, технологій, взаємодії, звуків та символів. Під потоками, дослідник розуміє ціленаправлений обмін та взаємодію між соціальними акторами у різних сферах суспільної організації. Потоки є одним із основних елементів структури суспільства, тому можна виділити нову просторову форму – простір потоків. Цей простір націлений на підтримку процесів та функцій, що діють в інформаційному суспільстві та складається із трьох шарів. Перший шар становить матеріальну опору простору, формують його територіальну основу та створюють інфраструктуру. Другий шар складається із вузлів та комунікаційних центрів, які представляють собою соціальну, культурну, фізичну складову простору та забезпечують взаємодію. Третій шар складає верхівку простору потоків, що складається з менеджерів, які виконують управлінські функції [40].

Отже, М. Кастельс розглядав простір з точки зору його управління. На противагу попереднім дослідникам, концепція простору М. Кастельса

ґрунтується не лише на взаємовідносинах індивідів, а на їхній взаємодії із матеріальними благами. На основі цього ми можемо говорити про існування різних просторів, до прикладу, те як соціум сприймає, розуміє та використовує інформацію формує інформаційний простір. Дослідник відзначав ключову роль потоків, а саме ресурсних, які забезпечують існування простору, соціальних практик, котрі формують структуру суспільства, а також комунікацій, що забезпечують взаємозв'язок усіх складових.

У контексті вивчення міського середовища важливою складовою міського життя є поняття публічний простір міста. У західній соціологічній традиції прийнято використовувати термін “public place”, тоді як у вітчизняній соціології використовують декілька визначень – “публічний простір”, “громадський простір, “суспільний простір”. У сучасній європейській соціології “public place” визначають з різних сторін: відкритий простір для відпочинку та здоров'я, простір для обговорень та дебатів, простір як доступні місця для соціуму. Незалежно від обраного терміну, вони мають спільний контекст – акцентують на соціальному аспекті у місті. Тому основним завданням суспільного простору є неформальне спілкування громадськості та забезпечення комунікації різних соціальних груп [35, с.62].

Перші спроби трактувати поняття публічний простір належать американській дослідниці **Г. Арендт (H. Arendt)**. Вона говорить про публічність з двох сторін: як всезагальна відкритість та протиставлення приватності [50, с.88]. Для публічного простору є характерним соціальна взаємодія, яка з одного боку виникає з простору, а з іншого забезпечує його існування та трансформації. Крім цього важливою складовою формування публічного простору є доступність, відкритість та контроль [31, с.31-38].

Таким чином, публічний простір є важливою складовою життєдіяльності міста. Як фізичний вимір він направлений наповнювати місто осередками комунікації індивідів (магазини, торгові та розважальні центри, кафе), як соціальний вимір – забезпечує взаємодію між індивідами та

соціальними групами, інтегрує місцеве населення та формує культурний розвиток міста.

Отже, у другому підрозділі магістерської роботи ми розглянули термін “простір” та його варіації – “соціальний простір”, “міський простір”, “публічний простір міста”. Варто зазначити, що першочергово простір є філософською категорією та має абстрактне значення. Однак, з розвитком суспільних уявлень про світ ми можемо зустріти це поняття у різних сферах життя, що визначає його міждисциплінарний характер. Окрім, філософського трактування, цей термін широко використовується у географії як територія або ж місце проживання, а також в економіці для означення господарських взаємовідносин. Тобто змінюється специфіка цього терміну. Якщо до того простір був абстрактним, то тепер ми говоримо про фізичне поняття, що дає змогу більш чітко окреслити предмет вивчення. Спільним для тлумачення поняття простір у різних науках є територіальна визначеність та соціальні взаємовідносини.

У соціології цей термін досить широко використовується для означення соціальних взаємозв'язків між індивідами та становить предмет вивчення багатьох дослідників. Останнім часом особливої популярності набувають дослідження міського середовища, тому активно розвивається урбаністична соціологія. Вивчення міського простору дозволяє з'ясувати актуальні проблеми міста та його просторової організації, а також напрацювати практичні кейси для вирішення. Особливу увагу звертаємо на публічний простір, так як це поняття концептуально включає креативний простір, інституціоналізацію котрого буде розглянуто далі.

### **1.3 Соціологічне моделювання інституціоналізації креативних просторів у сучасному соціумі**

У перекладі з латинської термін *“креативність”* означає – створення. Це поняття визначає можливість створювати нові творчі ідеї та рішення відмінні від традиційних уявлень. Термін “креативність” уперше застосував американський психолог Д. Сімпсон як здатність людини відмовитись від

стереотипних способів мислення. Креативність є підґрунтям розвитку креативних індустрій, та з позицій економіки означає поєднання матеріальних ресурсів, інтелекту та інновацій, внаслідок чого створюється новий економічний продукт [66, с.7].

Креативний простір – це фізичний простір для представників творчих та культурних професій, що пропонує ефективні способи для підтримки їхнього зростання, взаємодії, співпраці та розвитку [84, с.7].

Таким чином, креативний простір можна визначити як:

- Окремий елемент або групу суб'єктів, що співпрацюють між собою
- Фізичний або віртуальний простір, який забезпечує взаємодію на місцевому та глобальному рівні
- Динамічну, а не статичну структуру, що постійно адаптується до нових потреб [92, с.106-118].

Теоретико-методологічною основою нашого дослідження є інституціональний підхід до аналізу креативних просторів. Основоположні принципи цього підходу розглянуті в концепціях дослідників *П. Бергера, Т. Лукмана, С. Гантінгтона та Сірого Є. В.* Концепція інституціоналізації П. Бергера та Т. Лукмана розроблена на основі соціального конструктивізму. Відповідно до цього модель інституціоналізації включає чотири етапи: типізація, габітуалізація, об'єктивність та легітимація.

*Таблиця 1.3.1*

**Екстраполяція теоретичних положень П. Бергера та Т. Лукмана стосовно інституціоналізації на процес формування креативного простору**

<b>Ключові положення інституціоналізації</b>	<b>Робочі положення</b>
--	-------------------------

<p><b>Потреба викликає певну діяльність яка поступово габітуалізується</b></p>	<p>Креативні простори сьогодні є <b>нормою</b>. Вони є затребуваними як зі сторони роботодавців, які потребують додаткових місць для своїх працівників, так і зі сторони резидентів, які не мають змоги орендувати офіси та не потребують постійного місця роботи.</p>
<p><b>Діяльність яка набуває взаємного характеру починає ставати типовою</b></p>	<p>У процесі діяльності креативних просторів ті чи інші дії стають типовими для певного інституту. У результаті типізації ці дії перетворюються на норми та звичаї, що зафіксовані у статутах інституту.</p>
<p><b>Об'єктивність</b></p>	<p>Креативний простір виник внаслідок людської діяльності та продовжуватиме існувати зі зміною поколінь. У процесі історичного розвитку креативні простори сформували власну структуру та зберігають стійкість. Тому вони володіють власною реальністю, яка є по відношенню до індивіда чимось зовнішнім та об'єктивним.</p>
<p><b>Легітимація</b></p>	<p>Будь-який інституціоналізаційний процес потребує легітимації, тобто пояснення сенсу та узаконення у сфері</p>

	масової свідомості. Креативні простори вже існують упродовж тривалого періоду, і відповідно мають власну традицію. Їхня кількість з кожним роком збільшується, а це говорить про те, що вони є визнаними та затребуваними зі сторони суспільства.
--	---

*Джерело: авторська розробка*

В основі іншої концепції є ідеї представника структурного функціоналізму *С. Гантінгтона*, який виділяє чотири критерії рівня інституціоналізації певного соціального інституту: адаптивність, складність, автономність, злагодженість.

*Таблиця 1.3.2*

**Екстраполяція теоретичних положень С. Гантінгтона стосовно інституціоналізації на процес формування креативного простору**

<b>Адаптивність (інститути які мають низький рівень адаптивності до нових умов є менш інституціоналізованими)</b>	Креативні інститути є динамічними та гнучкими структурами, які під впливом зовнішніх факторів здатні трансформуватись відповідно до потреб. До прикладу, креативний простір може бути онлайн-платформою, тому навіть в сучасних умовах пандемії можуть працювати.
<b>Складність (рівень інституціоналізації є вищим, чим складнішою є її структура)</b>	Креативні простори є багатофункціональними майданчиками,

	які здатні поєднувати у собі різні функції.  Креативний простір – простір для спільної роботи → Креативні простори із широким спектром функцій та послуг
<b>Автономність (незалежність)</b>	Креативні інститути є незалежними установами, які діють у межах прийнятих статутів та правил.
<b>Злагоженість (згуртованість інституту)</b>	Креативні простори – це місце колективної роботи, ключова функція яких забезпечити комфортний простір для взаємодії та комунікації між індивідами.

*Джерело: авторська розробка*

Український соціолог **Є. Сірий** визначає інституціоналізацію як складний процес, що потребує великих затрат часу. Існування кожного окремого інституту визначається певним набором компонентів: наявністю мети, чітких функцій, соціальних позицій, ролей, норм та санкцій. Відповідно до формування цих компонентів і здійснюється процес інституціоналізації будь-якого інституту.

*Таблиця 1.3.3*

**Адаптація етапів інституціоналізації за Є. Сірим до вивчення креативних просторів**

<b>Потреба (початковий та ключовий етап інституціоналізації)</b>	<b>Поява креативних просторів обумовлена:</b>  - збільшенням кількості
--	--



	<p>“вільних професій”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- потреба у збільшенні кількості робочих місць</li> <li>- потреба у вільних просторах для організацій навчань, лекцій, тренінгів</li> </ul>
<b>Формування цілей</b>	<p>Креативний простір – це багатофункціональний майданчик для нетворкінгу представників спільних професій (більшою мірою у сфері креативних індустрій), що сприяє підвищенню продуктивності та формування нових ідей та проєктів.</p>
<b>Поява соціальних норм та правил</b>	<p>Креативні простори мають чітко визначенні норми своєї діяльності, що закріпленні у статутах та офіційних і неофіційних правилах, прийнятних для усіх членів простору.</p>
<b>Встановлення організаційних структур та визначення санкцій для забезпечення норм та правил</b>	<p>Модель креативного простору може відрізнятися залежно від конкретних особливостей. Однак, його основу складають такі <b>ключові актори</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- керівник</li> <li>- операційний менеджер</li> <li>- комунікаційний менеджер</li> <li>- адміністратор простору</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проектні менеджери</li> <li>- резиденти</li> </ul> <p>Креативні простори також різняться залежно від своєї форми, галузевого фокусу та призначення, тому мають різноманітну кількість класифікацій.</p> <p><b>Санкції передбачають:</b> публічне схвалення з боку різних офіційних органів та установ, покарання за недотримання та порушення прав</p>
<p><b>Визначення функцій</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- простір для культурної взаємодії</li> <li>- нетворкінг</li> <li>- забезпечують робочі місця та простори для проведення подій</li> <li>- підтримка місцевої креативної економіки</li> <li>- підвищення взаємодії між бізнесами</li> </ul>

*Джерело: авторська розробка*

Отже, на основі аналізу концепцій різних дослідників ми можемо побудувати загальну картину того, які складові та характеристики включає у себе інституціоналізація будь-якого інституту. Описані вище схеми дозволяють виділити низку базових ознак, за якими ми можемо довести, що той чи інший феномен є соціальним інститутом.

У процесі розвідок теоретичної основи магістерської роботи було прийнято рішення поєднати дві несуперечливі концепції. Перша концепція

включає синтез ідей представників інституційного підходу *П. Бергера*, *Т. Лукмана* та *Є. Сірого*, відповідно до якої ми аналізуємо креативний простір як соціальний інститут за визначеними критеріями: наявність організаційної інфраструктури, наявність норм/правил та механізм соціального контролю, формування рольової системи, легалізація/легітимність.

Таблиця 1.3.4

### Креативний простір як соціальний інститут

Ознака	
<p><b>Наявність організаційної інфраструктури</b></p>	<p>Структура креативного простору:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- керівник</li> <li>- операційний менеджер</li> <li>- комунікаційний менеджер</li> <li>- адміністратор простору</li> <li>- проектні менеджери</li> <li>- резиденти</li> </ul> <p>Класифікація креативних просторів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- локальні форми (артоб'єкти, творчі майстерні, креативно-інформаційні платформи)</li> <li>- мезоформи (креативні хаби, квартали, коворкінги та центри)</li> <li>- макроформи (креативні регіони, кластери, креативні міста, глобальні технологічні платформи)</li> </ul>

	<p>Креативні простори можуть приймати нескінченну кількість варіацій, в залежності від:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- галузевого фокусу (ІТ, інженерія, медіа, фінанси)</li> <li>- типу приміщення (для проведення заходів, майстерня)</li> <li>- виду послуг, що надаються (сервіс із надання приміщення інвестор у компанії резиденти)</li> <li>- типу спільноти (відкрита спільнота чи закритий клуб) [43, с.21].</li> </ul>
<p><b>Наявність норм / правил та здатність до соціального контролю</b></p>	<p>Креативні простори мають чітко визначенні норми своєї діяльності, що закріпленні у статутах та офіційних і неофіційних правилах, прийнятних для усіх членів простору.</p> <p>Первинний рівень - потреба знайти середнє між офісною роботою та фрілансом</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Створення креативного простору</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Вторинний рівень – встановлення норм та санкцій необхідних для існування</p>

	креативного простору
<b>Формування рольової системи</b>	Кожен креативний простір має рольову систему яка проявляється як на глобальному рівні, коли ми говоримо про роль яку виконує креативний простір для міста чи суспільства, так і про розподіл ролей у середині самого простору.
<b>Легітимність</b>	<p>За даними УКФ за 2018-2019 рр. подано 105 проектів у сфері культурних та креативних індустрій, з них 17 проектів по створенню хабів.</p> <p>У Львові налічується близько 10 креативних просторів, що надають послуги представникам сфери бізнесу та ІТ технологій.</p> <p>Упродовж 2019-2020 рр. засновано кілька муніципальних просторів, зокрема, Молодвіж Центр. Львів, Lviv Open Lab.</p> <p>Усе це говорить про зростаючий попит на креативні простори та розширення аудиторії зацікавлених у такому форматі роботи.</p>
<b>Легальність</b>	Тут варто говорити про узаконення креативних просторів у сучасному українському суспільстві.

Наразі ми не маємо офіційних документів які б регулювали сферу діяльності креативних просторів. Причиною цього є те, що сфера креативних індустрій є відносно новою для нашої країни. У 2018 році внесено зміни до ЗУ “Про культуру” до якого включили визначення “креативні індустрії”.

Серед державних установ та документів які тією чи іншою мірою регулюють діяльність креативних просторів, варто віднести:

- Сектор розвитку креативних індустрій при Міністерстві культури України

- ЗУ “Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні”

- Український культурний фонд (створений у 2017 році)

- Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів,

	пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)
--	--

*Джерело: авторська розробка*

Оскільки дипломна робота включає також просторовий аспект, це потребувало вибору ще однієї концепції. Тож другою концепцією теоретичної основи було обрано ідеї неомарксиста **А. Лефевра**. Вчений переосмислює класичні теорії та подає нове трактування соціального простору. Основу концепції А. Лефевра складає просторова тріада: репрезентація простору, простір репрезентацій та просторові практики.

*Таблиця 1.3.5*

**Адаптація “просторової тріади” А. Лефевра до вивчення креативних просторів**

<b>Репрезентація простору</b>	Передбачає те, як самі відвідувачі та резиденти оцінюють простір
<b>Простір репрезентацій</b>	Опис зовнішнього вигляду та внутрішньої структури простору
<b>Просторові практики</b>	Включає безпосередню діяльність, функції, ролі та послуги простору

*Джерело: авторська розробка.*

Отже, розроблена нами соціологічна модель креативного простору (Рисунок 1.3.1) є комплексною схемою, яка демонструє всю багатоаспектність функціонування креативних просторів. У ній ми розглядаємо креативний простір першочергово як соціальний інститут, з притаманними йому

ознаками, а також крізь призму просторових репрезентацій та практик, які цей простір формує.

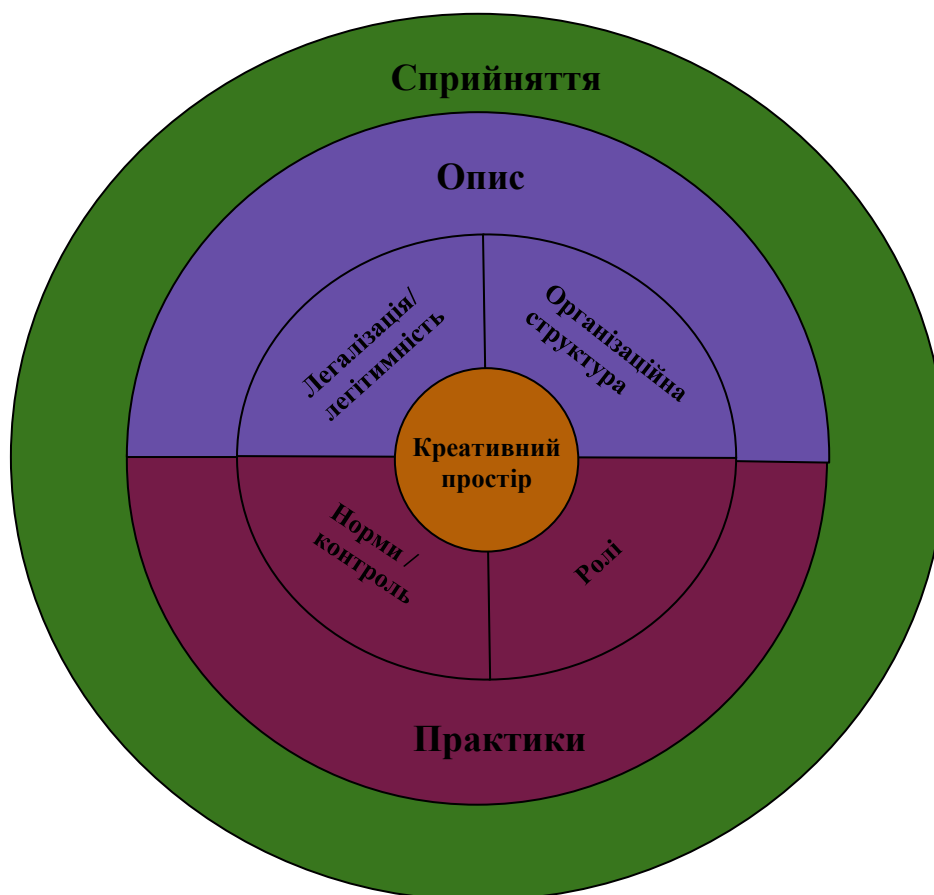


Рисунок 1.3.1. **Модель інституціоналізації креативного простору**

*Джерело: авторська розробка.*

Для вивчення тематики креативних просторів буде розроблена авторська методика, яка передбачатиме порівняння діяльності двох креативних просторів, що працюють на комерційній основі та на громадських засадах. Для цього ми використали поєднання різних методів відповідно до створеної моделі:

- репрезентація простору /сприйняття – глибинні інтерв'ю з працівниками та відвідувачами;
- простір репрезентацій /опис (організаційна структура простору, легалізація та легітимність) – спостереження та візуальні методи для опису структури простору, глибинні інтерв'ю з працівниками та відвідувачами;



- просторові практики (рольова система, норми, послуги) – глибинні інтерв'ю з працівниками та відвідувачами.

У межах магістерської роботи ми також зробили спробу застосувати принципи “сильної програми” культурсоціології, основні положення якої заклад Дж. Александер у праці “Сенси соціального життя культурсоціологія”. На основі “сильної програми” ми можемо оцінити який культурний вплив креативні простори здійснюють на суспільство. Запропонований алгоритм аналізу дозволяє оцінити діяльність креативних просторів із різної точки зору, не зосереджуючись виключно на позитивному аспекті. Креативні простори сьогодні широко популяризуються, а отже мають позитивний ефект, і хоча негативних впливів цей інститут не здійснює, є певні неоднозначні позиції у сприйнятті цього інституту.

Отже, у межах цього розділу магістерської роботи основна увага зосереджується на осмисленні креативного простору. Для цього ми розробили модель інституціоналізації креативних просторів, яка поєднує два підходи:

1. Інституційний підхід П. Бергера, Т. Лукмана та Є. Сірого, відповідно до якого креативний простір має включати: організаційну інфраструктуру, норми/механізми соціального контролю, рольову систему, легалізацію/легітимність.
2. “Просторова тріада” А.Лефевра, згідно з якою креативний простір формує простір репрезентацій, просторові практики та репрезентацію простору.

Поєднання цих двох концепцій дозволяє комплексно дослідити кожен аспект інституціоналізації креативного простору. Розроблена модель стане основою авторського дослідження, у межах якого ми проаналізуємо два приклади креативних просторів, що працюють на комерційній основі та на громадських засадах.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

Отже, у розділі I магістерської роботи ми зробили аналіз таких основних понять як “соціальний інститут”, “інституціоналізація” та “простір”. Для цих термінів є характерною міждисциплінарність у межах таких наук як: філософія, економіка, юриспруденція, політологія та географія.

У межах кожного з дискурсів представлено своє бачення інституту, проте в основі усіх трактувань є норми та правила, що регулюють суспільні відносини у тій чи іншій сфері. У соціології цей термін розглядається набагато ширше та почав використовуватись із поширенням інституційного напрямку, представниками якого є О. Конт та Г. Спенсер. Порівнюючи трактування інших дослідників класичного періоду, найбільш вдалим на нашу думку є визначення інституту, запропоноване Г. Спенсером. Інститути – це набір норм та правил, позицій та ролей, що формують структуру поведінки конкретної сфери суспільного життя. Також у першому розділі проаналізовано структуру соціального інституту та основні компоненти процесу інституціоналізації.

Щодо інституціоналізації яка безпосередньо передбачає появу нових соціальних інститутів, низка дослідників акцентують увагу на різних компонентах. Так, П. Бергер, Т. Лукман виділяють такі складові інституціоналізації: габітуалізація, типізація, історичність, контроль, об'єктивність та легальність. С. Гантінгтон розуміє інституціоналізацію передусім як набуття стабільності, тому виділяє наступні критерії: адаптивність, складність, автономність, злагодженість. Загалом процес інституціоналізації будь-якого інституту розпочинається із формування потреби і мети, та залежно від того як він справляється із зовнішніми умовами, може закінчитись його трансформацією або розпадом.

Друга частина роботи стосувалася розкриття поняття “простір”. Термін “простір” першочергово з'явився у філософії, однак ми можемо застосовувати його у контексті різних наук, як економічний, географічний, фізичний, інформаційний та будь-який інший простір. У соціології це поняття досить широко застосовується для означення соціальних взаємовідносин у

суспільстві, що відбуваються у певний час та на певній території. У межах соціології це поняття особливо широко досліджується у соціології міста та соціології простору. Поняття простір широко опрацьоване у межах Чиказької школи соціології. Представники цього напрямку не лише займалися теоретичними напрацюваннями, а зробили спроби практичного дослідження простору міста.

Зі збільшенням кількості населення та розвитком міст, дослідження міського середовища є особливо необхідними. Аналіз міського простору дає змогу нам отримати дані про особливості структури, зонування міста, склад населення, умови життя. Варто зауважити, що важливою складовою міського середовища є публічний або громадський простір. Цей термін запозичений із західної соціології та означає відкриті та доступні місця для людей, з метою культурного відпочинку. Сьогодні громадські місця є частиною кожного міста, це зазвичай, парки та сквери, площі або ж громадські будівлі, такі як розважальні центри, публічні бібліотеки, креативні простори.

Також ми здійснили соціологічне моделювання інституціоналізації креативних просторів. Теоретико-методологічною базою стали дві концепції: інституційний підхід П. Бергера, Т. Лукмана та Є. Сірого, на основі якого ми аналізуємо креативний простір як соціальний інститут за такими критеріями: організаційна інфраструктура, норми/механізми соціального контролю, рольова система, легалізація/легітимність. Друга концепція ґрунтується на “просторовій тріаді” неомарксиста А. Лефевра, яка аналізує простір із позицій трьох складових: простір репрезентацій, репрезентація простору та просторові практики.

Окрім інституційного підходу, ми зробили спробу проаналізувати креативні простори на основі “сильної програми” культурсоціології, запропонованої Дж. Александером. Це дозволить нам у подальшому розробити авторську програму соціологічного дослідження. За допомогою спостереження та глибинних інтерв'ю ми проаналізуємо два приклади креативних просторів, що працюють на комерційній основі та на громадських

засадах для виявлення особливостей діяльності креативних просторів у м.Львові.

## РОЗДІЛ 2. ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ПРОСТОРІВ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

### 2.1. Європейський досвід емпіричного дослідження сучасних креативних просторів

У сучасному суспільстві емпіричні дослідження креативних просторів є дуже актуальними, адже дозволяють оцінити тенденції та потреби цього сектору. Поява креативних просторів стала закономірним процесом зміни у структурі професій, що потребувало нових трансформацій у традиційній офісній роботі.

Дослідженням креативних просторів у Європі найбільш широко займається *Британська Рада* – міжнародна організація, що представляє Сполучене Королівство в галузі освіти і культури. Британська Рада займається вивченням креативних просторів із 2012 року та має велику кількість напрацювань.

Одне із найбільш детальних європейських досліджень реалізоване у 2015 році за підтримки Європейської креативної бізнес мережі, Британської Ради та креативної агенції ADDICT. Дослідження передбачало проведення 12 глибинних інтерв'ю, 100 опитаних хабів та аналіз діяльності 200 хабів. Мета дослідження – з'ясувати особливості діяльності європейських креативних просторів [85, с.2].

Дослідження включає аналіз таких аспектів:

1. Типологія просторів
2. Мета діяльності
3. Необхідність фінансування/ управлінської підтримки
4. Майбутній розвиток

Результати дослідження демонструють, що 71% креативних хабів зосереджено у країнах з високим креативним потенціалом (серед тих, хто має високу частку робочих місць у креативних індустріях).

У межах цього дослідження ми можемо виокремити чотири типи креативних хабів:

- **студія** – невеликий фізичний простір, що підтримує менше 20 бізнесів
- **центр** – великий фізичний простір, що підтримує більше 20 бізнесів
- **кластер** – великі мережі фізичних просторів, що об'єднують понад 40 бізнесів
- **мережа** – велике об'єднання бізнесів, що можуть бути представлені як у фізичній, так і віртуальній формі [85, с.6].

Діяльність усіх креативних хабів зосередження на задоволенні трьох ключових складових:

1. Підтримка взаємодії між бізнесами, тобто допомога фрілансерам та самозайнятим працівникам стати більш соціально активними та продуктивними
2. Підтримка місцевої креативної економіки
3. Підтримка місцевої громади [85, с.7].

Моделі діяльності креативних хабів є дуже різними. Найбільшу групу становлять неприбуткові організації – 42%, організації із частковим урядовим фінансуванням – 27%, а також хаби як бізнес з метою отримання прибутку – 24%. Разом із тим, основними джерелами прибутків серед представлених хабів є власні кошти (в основному характерно для невеликих студій та центрів), а також державні фонди, які зазвичай надають програми підтримки для великих кластерів та мереж [85, с.8].

Це дослідження є важливим та суспільно-корисним з огляду на те, що дозволяє сформуванню загального уявлення про діяльність креативних хабів за основними критеріями, а також актуальні проблеми з якими вони зіштовхуються. Попри те, що переважна більшість хабів оптимістично оцінює плани на майбутнє, основними проблемами для них залишається фінансова та управлінська підтримка.

Другим дослідженням є проєкт *Connect for Creativity*. Це 18-ти місячний проєкт, що реалізується Британською Радою у співпраці з турецькою

організацією ATÖLYE. Проект є частиною програми міжкультурного діалогу інституту Ю. Умре, фінансується Європейським Союзом та Турецькою Республікою. Основна мета проекту – формування мережі креативних просторів у Європі, поглиблення творчої співпраці та побудова відкритого згуртованого громадянського суспільства [82, с.13].

Дослідження зосереджене на аналізі креативних хабів серед чотирьох країн в яких креативні індустрії стали важливою складовою місцевої економіки: Велика Британія, Сербія, Греція та Туреччина.

*Таблиця 2.1.1*

**Порівняльний аналіз креативних просторів на прикладі Великої Британії, Сербії, Греції та Туреччини**

	<b>Велика Британія</b>	<b>Сербія</b>	<b>Греція</b>	<b>Туреччина</b>
<b>Тип організації</b>	Усі типи	Переважно центри, кластери та мережі	Переважно центри, студії, мережі та альтернативні моделі	Альтернативні центри, мережі, студії, кластери та онлайн платформи
<b>Модель простору</b>	Різноманітні форми	Переважно приватні прибуткові та неприбуткові організації	Переважно приватні прибуткові та неприбуткові організації	Різноманітні форми

<b>Тематичний фокус</b>	Усі сфери	Фокус на культурний та креативний сектор	Фокус на креативний та культурний сектор, включаючи: рекламу, технології, мистецтво, музика та театр	Усі сфери
<b>Джерела фінансування</b>	50/50 приватне та державне фінансування	50/50 приватне та державне фінансування	Приватне фінансування та дохід від діяльності	Приватне фінансування та дохід від діяльності
<b>Чисельність персоналу</b>	до 50 працівників	до 15 працівників	до 20 працівників	до 15 працівників
<b>Кількість резидентів</b>	від малих до великих груп (до 1000 осіб)	від 50 осіб	до 100 осіб	від малих до великих груп (до 1000 осіб)

Джерело: [82, с.22]

На основі цього дослідження ми можемо зробити висновок, що більшість креативних хабів мають однакову структуру, відмінності ж залежать від розвиненості самих країн. Більшість креативних хабів приватні бізнеси, які



існують за рахунок власних інвестицій та прибутку, а за своїм типом є великими центрами або студіями. Ключовий висновок цього дослідження – креативні простори створюють міжкультурний діалог. Це проявляється як на мікрорівні, усередині спільноти простору, де зібрані люди із різних сфер, або ж між різними хабами; на мезорівні, де відбувається взаємодія між сусідніми містами; а також на макрорівні, коли ми говоримо про комунікацію поза кордонами. Перевагою цього дослідження є те, що ми можемо порівняти коворкінг-індустрію на прикладі різних країн, враховуючи особливості, рівень розвитку економіки та культурної сфери у кожній з них [82, с.64].

Варто також окремо зупинитись на дослідженнях, які аналізують креативні простори на прикладах окремих країн. Це, зокрема, дослідження проведені Британською Радою у Великій Британії та Індонезії.

Дослідження *“Картографування креативних просторів у Великій Британії”*, проводилось у 2020 році серед 316 хабів та включає такі тематичні блоки:

- територіальне розміщення
- профіль (кількість років на ринку, структура, джерела доходів, персонал)
- місія, модель, діяльність
- вплив
- майбутній розвиток [91].

Загалом, лише третина опитаних хабів існують менше п'яти років, тоді як 67% працюють на ринку більше шести років. Це відображає затребуваність креативних хабів на ринку та налагоджений механізм діяльності. За своєю структурою більшість хабів у Великій Британії це компанії, що представляють інтереси громади (Community interest company), а також товариства з обмеженою відповідальністю. Варто зазначити, що жоден із хабів немає єдиного джерела доходів та має змішані бізнес-моделі. Найпоширенішими джерелами доходів є гранти, орендна плата, а також оплата за послуги та

членство. Окрім того джерелом фінансування для частини хабів є спонсорство та краудфандинг [91, с.13].

Відповідно до типології розробленої Британською радою, переважну більшість креативних просторів Великої Британії становлять великі мережі, центри та студії, тоді як трохи більше 10 % складають онлайн платформи [91, с.16].

Окрім досліджень які аналізують креативні простори, реалізовано чимало досліджень присвячених віддаленій роботі та діяльності коворкінгів. Серед таких досліджень варто, у першу чергу виділити *Global Coworking Survey*, що проводяться щорічно німецькою онлайн платформою Deskmag. Опитування аналізують діяльність коворкінгів за різними показниками, як у світовому так і регіональному розрізі [88].

Варто зупинитись на основних результатах опитування, проведеного у 2019 році. Із кожним роком середня кількість резидентів у кожному коворкінгу збільшується. У 2019 році це число складало 185 осіб, що вдвічі більше порівняно з 2016 роком (76 осіб) [88, с.5]. Така тенденція свідчить про підвищення інтересу до цього сектору та зростання потреби у робочих місцях. У віковому поділі, переважна більшість коворкінгів в середньому існують 13-36 місяців, лише 18% коворкінгів існують більше 5 років. Щодо поточної бізнес ситуації серед коворкінгів, переважна більшість оцінює її позитивно, зокрема 46% відповіли задовільно, а 43% – добре [88, с.16]. Серед викликів які відбулися у сфері коворкінгів у 2019 році виділимо: залучення нових резидентів, фінансові труднощі, неможливість забезпечити достатню кількість робочих місць, адміністративні питання [88, с.23].

Тож, *Global Coworking Survey* є щорічним моніторингом діяльності коворкінгів, що дозволяє простежити зміни, актуальні проблеми та потреби, а також тенденції розвитку цієї індустрії. На нашу думку, перевагами цього дослідження є велике територіальне охоплення, що дозволяє порівнювати не лише міста, але й великі регіони.

Друге дослідження коворкінгів “*2020 future of work*”, проведене онлайн-платформою Coworking Insights, що займається збором даних у сфері гнучких офісів. Це дослідження є особливо актуальним, адже аналізує як змінилась діяльність коворкінгів під час пандемії COVID-19 [94].

Загалом понад 70% опитаних зазначили, що відчули скорочення кількості резидентів від початку пандемії. У запитанні “Які наслідки зазнав ваш простір унаслідок пандемії COVID-19?” відповіді респондентів розподілилися таким чином:

- зменшення кількості постійних резидентів – 36.4%;
- скасування оренди мітінг-румів та конференц-залів – 67.6%;
- скасування подій – 71%;
- закриття простору – 21.6% [94, с.11].

Усі ці наслідки змусили коворкінги адаптуватись до нових умов та запровадити певні нововведення у своїй роботі. Зокрема, лімітована кількість робочих місць в одному приміщенні, зменшення кількості відвідувачів та частіша дезінфекція простору.

Тож, у межах цього дослідження ми можемо бачити наскільки чутливим до змін є ринок коворкінгів. Хоча у порівнянні з іншими це дослідження є досить вузьким та менш інформативним, проте ми можемо простежити які зміни в цій індустрії відбулись за останній рік.

Для України сектор креативних індустрій та, зокрема, креативних просторів є новим та почав розвиватися із 2000-х років. Відповідно емпіричних досліджень, які б досліджували ринок креативних просторів в Україні є вкрай мало та реалізуються у межах європейських проектів.

Варто більш детально зупинитися на дослідженні програми *Digital Lab* “*Як працюють креативні хаби в Україні під час пандемії Covid-19?*”. Це дослідження проводилось у рамках програми ЄС House of Europe у 2021 році за сприяння ГО “Інша Освіта” та British Council Ukraine [83].

*Таблиця 2.1.2*

### **Мапування креативних хабів в Україні 2021**

<b>Охоплення</b>	~150 організацій / 43 заповнили опитування
<b>Географія</b>	18 - великі міста  16 - середні міста  9 - малі міста
<b>Вік</b>	27 - 0/3 роки  7 - 3/5 років  5 - 10+ років
<b>Тип</b>	15 - центр  10 - студія  6+ - альтернатива
<b>Форма власності</b>	15 - ГО  14 - бізнес  10 - державна/комунальна інституція
<b>Кількість резидентів</b>	21 - 1/10  11 - 10/25  8 - 50+

*Джерело: [83, с.15]*

Основними джерелами фінансування креативних хабів в Україні є у першу чергу гранти – 51.2%, продаж послуг – 48.8% та краудфандинг – 30.2%. Велику частину доходів також становлять приватні інвестиції, державне фінансування та меценатство [83, с.16].

Серед послуг, які надають креативні хаби основний фокус становлять тренінги та семінари, виставкові послуги, простір для виступів, оренда простору, коворкінг. Основними споживачами послуг креативних хабів є сектор візуального, аудіовізуального мистецтва – 88.4%, а також нові медіа та ІТ – 46.5% [83, с. 18].

Креативні хаби мають велике значення для сучасного суспільства, зокрема, понад 80% респондентів вважають, що такі простори здійснюють освітній та культурний вплив. Окрім того, значна частина опитаних відзначають соціальний (якість життя та добробут) та економічний вплив (розвиток бізнесу та створення робочих місць) [83, с.19].

Результати цього дослідження демонструють, що в Україні існує не багато креативних просторів, велика частка з яких лише починає свою роботу та немає великого досвіду. Більшість таких просторів розміщена у великих містах, у зв'язку з більшим попитом та інвестиційними можливостями.

На сьогодні це єдине комплексне дослідження креативних просторів в Україні. На нашу думку, воно є досить інформативним та охоплює усі важливі аспекти аналізу цієї тематики, що дозволяє сформуванню цілісної картини діяльності цього сектору в Україні.

На жаль, реалізованих досліджень які присвячені коворкінгам в Україні ще немає. Окремо коворкінги в Україні проаналізовані у тематичному огляді 2019 року *“Ринок гнучких офісів Києва. Як гнучкі офіси пропонують швидку адаптивність та ефективний підхід до оренди”* проведене консалтинговою компанією у сфері нерухомості CBRE [64]. У межах дослідження проаналізовано як змінюється попит на гнучкі офіси, який потенціал цього сегменту та який вплив мала пандемія COVID-19. Як демонструють результати, попит на гнучкі офіси щороку зростає. Найбільшими споживачами

послуг є сектор ІТ та креативних індустрій, серед представників віком від 25 до 44 років [64, с.3]. Такий формат роботи є затребуваним в основному серед невеликих компаній та стартап-проектів, що не потребують багато місця для роботи та можуть зекономити на оренді. У зв'язку з поширенням пандемії COVID-19 більшість коворкінгів посилили заходи безпеки своїх резидентів. Зокрема, 75% великих центрів були змушені зачинити всі розважальні та лаундж-зони, 13 % були зачинені до кінця карантину та ще 13% працювали лише для постійних резидентів. Незважаючи на це, більшість коворкінгів позитивно дивляться у майбутнє та вважають, що наслідки карантину будуть короткостроковими [64, с.6].

Із червня 2021 року в Україні стартує перше **Всеукраїнське дослідження ринку коворкінгів** за підтримки Асоціації коворкінгів України. Дослідження має на меті більш детально вивчити потреби та тенденції коворкінг-індустрії в Україні.

Серед тих досліджень, які опосередковано торкаються теми креативних просторів варто виділити дослідження 2021 року **“Future of work 2030. Як підготуватись до змін в Україні”**. Дослідження реалізоване Центром “Розвиток корпоративної соціальної відповідальності” (Career Hub, експертна платформа) в межах програми “Мріємо та діємо”. Метою дослідження є виявлення трендів на ринку праці до 2030 року [87].

Безпосередньо нашої тематики стосується п'ятий блок дослідження “Робоче місце майбутнього”. Виділимо ключові тези цього блоку:

- очікується тенденція до створення офісів, що поєднують фізичну та цифрову співпрацю
- змінюється формат роботи, де віддалена робота стає нормою
- найпопулярнішим варіантом офісу стануть коворкінги та опенспейси
- зміниться формат традиційних офісів, що існуватиме у форматі “гарячого стола” [87, с.57].

Узагальнивши дослідження ми можемо із різних сторін проаналізувати які зміни чекають на Україну в майбутньому. Зокрема, оцінити світові тенденції, ключові навички майбутнього, ринок праці, індустрії майбутнього та в контексті цих складових окреслити як виглядатиме сам формат та простір для роботи.

Отже, проаналізувавши закордонні та українські дослідження креативних просторів, можемо зауважити, що ця тематика лише починає вивчатися та немає великої кількості напрацювань. Українські дослідження мають здебільшого поодинокий характер, тому не завжди ґрунтовно описують цей сектор. Здебільшого предметом дослідження є кількість та вік креативних просторів, їхній тип та модель діяльності, однак не завжди описано їхній тематичний фокус, внутрішня структура та вплив, який вони здійснюють на суспільство. Існує велика кількість досліджень, зокрема, зарубіжних які вивчають коворкінги та гнучкі офіси, однак емпіричних досліджень які б комплексно описували креативні простори обмаль.

## **2.2 “Сильна програма” культурсоціологічного аналізу Дж. Александера до вивчення креативних просторів у сучасній Україні**

Культура тривалий час відігравала другорядну роль у розвитку суспільства і була залежною від економічної та соціальної сфери. Структурні зміни відбулися лише у ХХІ столітті, коли культура стала складовою всіх сфер суспільного життя та рушієм якісних змін. Це дало підстави формування нового напрямку соціологічних напрацювань – культурсоціології, яка сьогодні вважається загальною соціологічною теорією. Основоположником культурсоціології є американський соціолог Дж.Александр, автор праці “Сенси соціального життя. Культурсоціологія”. Зміст “сильної” програми культурсоціології полягає у тому, щоб розглядати культуру як незалежну змінну, яка здатна пояснити соціальні явища [17]. Таким чином, ми зробили спробу використати дослідницьку схему в нашій роботі, щоб оцінити який культурний вплив креативні простори здійснюють на суспільство.

На основі “сильної програми” культурсоціологічного аналізу розглянемо появу креативних просторів як певну соціальну подію з відповідним кодом, сенсом, наративом та соціальними наслідками. Явище появи креативних просторів у сучасній Україні розглянемо на основі двох кодів – “позитив” та “неоднозначність”.

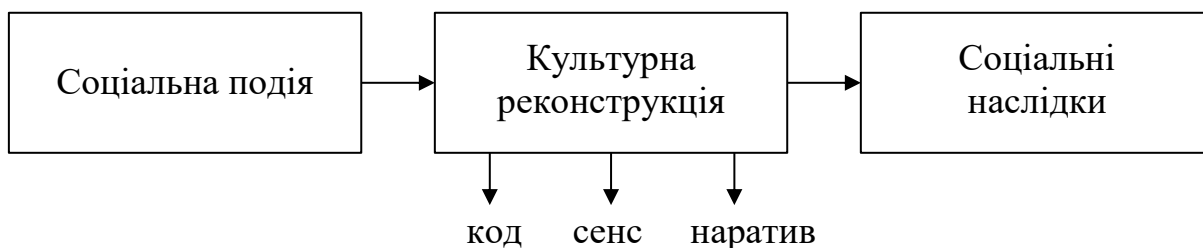


Рисунок 2.2.1. Алгоритм культурсоціологічного аналізу

Джерело: [21]

**Культурна реконструкція:**

КОД	
ПОЗИТИВ	НЕОДНОЗНАЧНІСТЬ
<b>СЕНСУВАННЯ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Трансформація старих приміщень</li> <li>- Доступність для тих, хто розпочинає бізнес та немає змоги орендувати офіс</li> <li>- Розвиток малого бізнесу та привабливість для підприємців</li> <li>- Залучення інвестицій та покращення іміджу міста</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Орієнтація лише на обласні центри та мегаполіси</li> <li>- Відсутність державного регулювання та міської програми з розвитку</li> <li>- Творчий сектор є великим тягарем для економіки, бо споживає більше ресурсів, ніж продукує нові</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- Зручність для самозайнятих осіб, які не потребують для роботи офісу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Відсутність дієвого інституційного механізму для координації</li> <li>- Орієнтація на обмежене коло користувачів, зокрема, ІТ сектор</li> </ul>
---	--

*Джерело: авторська розробка*

## **Наратив**

### **1. Історичний бекграунд**

Креативні простори - це багатофункціональна модель офісу, що включає різний спектр послуг з метою реалізації креативних проєктів та побудови нових колаборацій. Найбільш поширеним типом креативних просторів у світі є коворкінги. Перший коворкінг засновано у 2005 році у США за ініціативи американського програміста Бреда Ньюберга. Причиною появи коворкінгів було прагнення поєднати офісну та віддалену роботу [38, С.140].

В Україні такі креативні простори з'явилися відносно нещодавно, але з кожним роком їхня кількість збільшується. В основному креативні простори зосереджені у великих містах, чим покращують імідж міста та слугують каталізатором економічного, культурного та інноваційного прогресу.

### **2. Культурний фон**

Сьогодні культура має велике значення для розвитку інформаційного суспільства. Зростає попит на цифрові технології, які є каталізаторами соціальних та економічних новацій, а це в свою чергу створює можливості для розвитку креативної економіки в Україні.

Зі зростанням попиту на культуру постає необхідність у креативній інфраструктурі, яка змогла би задовольнити потреби креативного сектору. Креативні простори створюють нове середовище для представників креативних професій та сприяють розвитку інноваційних технологій. Незважаючи на те, що зараз креативні простори існують більшою мірою у

великих містах, все більше малих громад зацікавлені у залученні інвестицій для створення нових культурних осередків.

**Щільний опис**

ПОЗИТИВ	НЕОДНОЗНАЧНІСТЬ
<b>ПРО ЯКІ ПОДІЇ ЙДЕТЬСЯ</b>	
<p>Креативні простори як форми просторової організації культурних та креативних індустрій започаткували нову практику організації робочого процесу. Оцінити позитивний вплив креативних просторів можна проаналізувавши яку користь цей феномен має з позиції кожного учасника процесу:</p> <p><b>Надавачі послуг:</b> формують нові творчі спільноти; створюють комфортні та вигідні умови для тих, хто розпочинає свій бізнес; допомагають зробити реновацію старих будівель у корисних цілях.</p> <p><b>Користувачі послуг:</b> власники малих компаній мають змогу економити на придбанні облаштування для офісу, адже креативні простори пропонують</p>	<p>У більшості європейських країн креативні індустрії займають вагомую частину економіки країни, а самі креативні простори мають налагоджений механізм функціонування та контролю. Оскільки для України це новий досвід, можна говорити про певну неоднозначність та низький рівень довіри до креативного сектору, бо основна увага приділяється традиційним галузям господарювання.</p> <p><b>Законодавчий рівень:</b> Поняття "креативні індустрії" законодавчо визначене лише у 2018 році у Законі "Про культуру". Закон не містить визначення "креативний простір", відповідно механізмів регулювання цього феномену на законодавчому рівні немає.</p>

повний пакет послуг для роботи; зручність для самозайнятих працівників, які не потребують офісу; можливість працювати у колі людей зі спільними інтересами; чимало креативних просторів включають не лише оренду робочих місць, а й наявність додаткових послуг для комфортної роботи та відпочинку: кафе та ресторани, зони відпочинку, магазини, можливість відвідувати курси та тренінги.

**Інвестори/грантодавці:** створюють нові можливості для розвитку креативного сектору, створюють робочі місця для малого та середнього бізнесу, трансформують старі будівлі та мають комерційну вигоду.

**Місто:** підвищення туристичної привабливості та іміджу міста, що дозволяє залучити кошти для розвитку креативного сектору; формування творчого потенціалу, що підвищує конкурентоспроможність міста, реновація старих неліквідних підприємств.

**Місцева влада:** на жаль, місцевих програм, які сприяли би розвитку креативних просторів немає; не всі міста мають налагоджену комунікацію між органами місцевого самоврядування та представниками малого бізнесу; відсутність місцевих програм, що надавали б пільги/кредитування для малого бізнесу; місцева влада не завжди дає дозвіл на використання непридатних приміщень з метою трансформації у креативні простори.

Ще одним недоліком є відсутність можливостей для розвитку креативних просторів у малих містах, що сприяло би розвитку міст та селищ. Однак, такі проекти потребують більше капіталовкладень та часу для популяризації, тому є не вигідними як для інвесторів, так і для територіальних громад.

<p><b>1.Короткострокові:</b> підвищення уваги до сфери ККІ, збільшення кількості резидентів, покращення та розширення каналів комунікації.</p> <p><b>2.Довгострокові:</b> розширення мереж креативних просторів, залучення нових інвестицій.</p>	<p><b>1.Короткострокові:</b> брак фінансування креативних просторів; зменшення кількості відвідувачів та користувачів послуг.</p> <p><b>2. Довгострокові:</b> креативні простори залишаються орієнтованими виключно на обмежене коло користувачів, зокрема, ІТ сектор; зменшиться кількість нових креативних просторів, які залишаються залежними від інвестицій, особливо іноземних.</p>
--	---

*Джерело: авторська розробка*

### **Соціальні наслідки**

<p><b>Нові моральні стандарти соціальної та політичної поведінки населення</b></p>	<p><b>Механізми регуляторного контролю (держави і НДО)</b></p>
<p>Креативні простори – це, в першу чергу, місця для спілкування та нетворкінгу людей зі спільними інтересами та сферами зайнятості.</p> <p>Їхня основна місія - генерація нематеріальних цінностей, які не вимірюються в грошовому еквіваленті, а націлені на розвиток</p>	<p>Розвиток креативних індустрій підвищує культурний потенціал країни та забезпечує присутність на міжнародному рівні. На жаль, станом на сьогодні внесок креативних індустрій у розвиток країни не оцінено належним чином, і відповідно не напрацьовано дієвої державної програми.</p>

<p>орієнтованого на людину суспільства.</p> <p>Креативні простори створюють нові стандарти роботи на противагу звичайній офісній роботі, що має чіткі правила для працівників та залежність від визначеного графіку роботи. Натомість креативні простори надають можливість кожній людині самостійно визначати свій графік роботи, орієнтуючись на власні потреби. Креативні простори заохочують роботодавців давати більше свободи працівникам та враховувати якість виконаної роботи, а не кількість відпрацьованих годин.</p> <p>Помітним є те, що креативні простори з'являються в основному у великих містах, для яких пріоритетним є розвиток культури та підтримка іміджу міста, а також наявні інвестиційні можливості. Так, кількість креативних просторів є більшою на заході та центрі України, натомість у південних та східних областях, зокрема, у промислових містах креативні простори не</p>	<p>Вагоме значення для розвитку креативних індустрій у нашій економіці відіграють програми Європейського Союзу, що націлені на розбудову креативної економіки через діяльність креативних міст та просторів. В Україні діє низка ЄС програм які забезпечують фінансування креативних проєктів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● “Містки громадської активності”</li> <li>● “Креативна Європа”</li> <li>● “Культура і креативність”</li> <li>● “Програма «ЄС – Східного партнерства»”</li> <li>● “ Association 4”</li> </ul> <p>За останні роки інтерес до креативних індустрій значно зріс. Це простежується у збільшенні кількості проєктів та організацій які займаються залученням та наданням грантів на реалізацію креативних проєктів. Серед таких організацій варто виділити державну установу, створену у 2017 році - Український культурний фонд. Основна мета - сприяння розвитку культури. Діяльність фонду включає фінансування проєктів у сфері</p>
---	--

користуються такою популярністю [75].	креативних та культурних індустрій на конкурсній основі [74].
---------------------------------------	---

*Джерело: авторська розробка.*

Таким чином, за допомогою “сильної програми” культурсоціології ми з’ясували позитивні сторони створення креативних просторів, а також проблемні аспекти цього сектору. Запропонована схема дозволяє оцінити явище креативних просторів не лише з позицій економічної та соціальної сфери, а й через призму культурних чинників. На основі проведеного аналізу виділимо низку ключових висновків:

- креативні простори створюють комфортні умови праці, задовольняють потреби фрілансерів та сприяють реновації старих приміщень
- креативні простори потребують державної та місцевої підтримки, розбудови дієвого координаційного механізму та розширення географії
- креативні простори є інкубатором для реалізації креативних та культурних проєктів, підвищують імідж міста.

### **2.3 Особливості інституціоналізації креативних просторів у сучасному українському суспільстві (на прикладі м.Львова)**

У межах емпіричної частини магістерської роботи було проведено соціологічне дослідження, метою якого було вивчення спільних та відмінних рис креативних просторів, що працюють на громадських засадах і на комерційній основі. Місто Львів було обрано як показовий приклад функціонування креативних просторів у сучасному українському суспільстві. Порівняно з іншими регіонами України, мережа львівських креативних просторів є досить розвиненою та розгалуженою. Вважаємо, що приклад Львова буде доречним для розуміння того, як функціонують креативні простори у сучасному українському великому місті.

Специфіка нашого дослідження полягала в тому, що ми хотіли проаналізувати два креативні простори Львова: Business Hub, що працює на комерційній основі та Urban-бібліотека – на громадських засадах, та відповідно до цього визначити спільні та відмінні риси їхньої діяльності. Тому для реалізації визначеної стратегії ми обрали якісну методологію із використанням глибинних напівструктурованих інтерв'ю та спостережень. Гайд напівструктурованих інтерв'ю сконструйовано на основі концепції інституціоналізації П. Бергера, Т. Лукмана і Є. Сірого, відповідно до обраних тематичних блоків, що мають на меті окреслити ключові аспекти інституціоналізації креативного простору в сучасному соціумі.

Основу вибірки складають дві групи респондентів: працівники та відвідувачі/резиденти. Це обумовлено тим, що ми прагнули дослідити експертну думку щодо структури та практик, а також сприйняття та обізнаність у діяльності креативних просторів зі сторони основних споживачів послуг.

Відповідно до моделі інституціоналізації креативного простору (Рисунок 1.3.1) аналіз зібраних матеріалів буде здійснюватись за наступними параметрами:

- наявність організаційної інфраструктури
- наявність норм/ правил та механізм соціального контролю
- формування рольової системи
- легалізація/легітимність

Просторовий аспект роботи буде досліджено на основі “просторової тріади”:

- простір репрезентацій (опис зовнішнього вигляду та внутрішня структура)
- просторові практики (норми/ механізми контролю, рольова система, послуги)
- репрезентація простору (сприйняття)

Спочатку розглянемо як респонденти розуміють сам термін креативний простір, а після перейдемо до розгляду конкретних тематичних блоків. У відповідях отриманих від експертів ми отримали одностайне визначення креативного простору як місця для комфортної праці та реалізації своїх творчих ідей. Найчастіше для пояснення цього терміну вживалися слова “доступність”, “комфорт”, “спілкування”, “креативність” [1-12]. Серед понять, які найбільш повно окреслюють зміст “креативного простору” вживалися такі як: “місце для вибудовування ком'юніті”, “майданчик для втілення власних ідей”, “правильне позиціонування та цінність простору” [1-12].

**Наявність організаційної інфраструктури.** Очікувано, що структура обох просторів має чимало відмінностей. Варто зазначити, що всі експерти, як працівники так і відвідувачі, більшою мірою обізнанні у тому яку структуру має простір. Urban-бібліотека, що розташована на вул. Устияновича, 4, у приміщенні житлового будинку, має невелику площу і відповідно менш розгалужену структуру. Urban-бібліотека включає велику читацьку залу, яка виконує роль як коворкінг-зони так і зони для проведення подій; Urban-кімната та кімната фондосховища, де можна провести невеликі події або ж користуватися ними як коворкінгом, а також кухня. Структура Business Hub є більш урізноманітнена. Це передусім пов'язано із більшою територією та широким спектром послуг. Приміщення Business Hub налічує 4 поверхи: на першому поверсі розташовано дві зали для проведення подій, другий та третій поверх відведений для офісних приміщень, на четвертому поверсі розташований коворкінг та кухня, також є літній майданчик де можна проводити події та кав'ярня. Проаналізувавши ці два приклади, можемо схематично окреслити ключові елементи структури креативного простору.



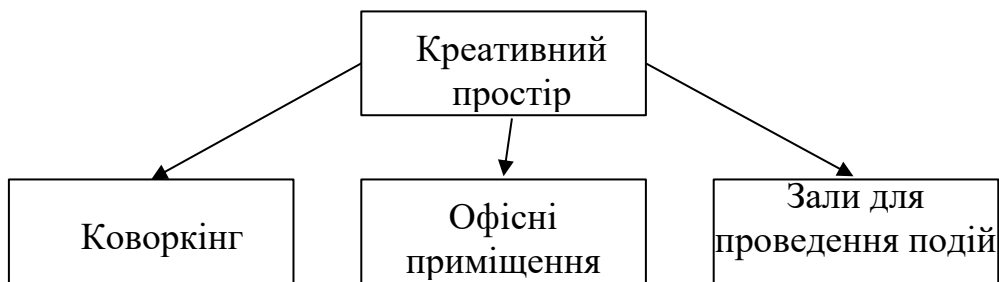


Рисунок 2.3.1. Основні елементи структури креативного простору

*Джерело: авторська розробка*

Таким чином, справдилася Гіпотеза 1 про те, що структура креативних просторів, що діють на комерційній основі та на громадських засадах є різною. Попри це є низка спільних елементів, серед яких коворкінг, офісні приміщення, зали для проведення подій. На нашу думку, це обумовлено більшою фінансовою та територіальною спроможністю креативних просторів, які працюють на комерційній основі, що дозволяє їм забезпечити більше можливостей для своїх резидентів. Натомість, Urban-бібліотека, яка надає свої послуги безкоштовно має менше можливостей для розвитку.

Щодо організаційної структури вона є досить схожою. Оскільки Urban-бібліотека працює на базі міської бібліотеки, в її структурі є три бібліотекарі, адже на законодавчому рівні не передбачено інших посад. Однак неофіційний розподіл обов'язків виглядає наступним чином: завідувачка “*яка відповідає за документацію, нових читачів і ось ці всі складні речі бібліотеки*”[4], тобто виконує операційні функції; відповідальний за обслуговування читачів, тобто адміністративні функції; відповідальний за ведення соцмереж, координацію подій, комунікацію. У структурі Business Hub є операційна менеджерка, SMM-менеджер, три адміністратори, бухгалтер. Тож, можемо підсумувати, що організаційна модель для обох просторів є спільною, видима відмінність полягає у наявності бухгалтерського супроводу простору, що працює на комерційній основі.

Кількість відвідувачів/резидентів для кожного креативного простору є різною. Це передусім пояснюється територіальними можливостями простору та його послугами. Враховуючи карантинні обмеження обидва простори

мають меншу кількість відвідувачів порівняно з докарантинним часом. У Business Hub кількість постійних резидентів – 50-70 (70%) завантаженості [10], в Urban-бібліотеці – 40-50 осіб [4].

Спектр послуг обох креативних просторів є різним, що найперше пов'язано із різним театричним фокусом. Business Hub – *“центр тяжіння для підприємців у Львові”* [12], орієнтований на надання підтримки бізнесу на різних стадіях свого розвитку. Відповідно, Business Hub пропонує різноманітний спектр послуг: оренда офісів, місць у коворкінгу, залів для подій; послуги з розвитку бізнесу: бухгалтерський супровід, консалтинг, стратегічні сесії. Тематичним фокусом для Urban-бібліотеки є урбанізм, мистецтво, література, щодо послуг – робочі місця у коворкінгу, проведення подій та абонементи на книги, виставкова зала.

Отже, варто зауважити важливість тематичного фокусу, адже простір, що націлений виключно на оренду не є креативним і має інший функціонал. Кожен креативний простір має певну тематику та свої цінності, тому дуже важливо аби резиденти та відвідувачі поділяли цінності та мали схожі сфери зацікавлень для побудови нових ком'юніті. Тож, як ми бачимо спектр послуг просторів різний. У випадку із комерційним простором цей спектр є ширшим, однак для обох прикладів він цілком відповідає тематичному фокусу.

Таким чином, підтвердилась Гіпотеза 2, що спектр послуг, які надають креативні простори, котрі діють на комерційній основі та на громадських засадах буде різнитись. Однак, варто внести певні уточнення. Ми припускали, що спектр послуг креативного простору, який працює на комерційній основі, буде ширшим, ніж для креативного простору, що працює на громадських засадах. Проте, на нашу думку, це не залежить від фінансової основи, а більшою мірою пов'язано із тематикою та задумом самих реалізаторів проекту.

**Наявність норм/ правил та механізм соціального контролю.** Обидва креативні простори не мають статуту у звичному розумінні цього слова. У випадку із Urban-бібліотекою є статут централізованої бібліотечної системи відповідно до якого побудована діяльність будь-якої бібліотеки. Ми можемо

виокремити декілька спільних правил у діяльності цих двох просторів: дотримуватись чистоти та тиші, повага до інших, бережливе поводження з майном простору. У випадку із Business Hub система правил виглядає дещо складніше. Діяльність працівників регулюється у межах трудового договору, а резидентів у межах договору про надання послуг. Кожен резидент зобов'язаний вчасно робити оплату за послуги, нести матеріальну відповідальність за майно простору, користуватися послугами відповідно до встановлених умов. Наступний аспект стосується обмежень та механізмів контролю, тут варто зазначити, що у зв'язку із карантинними обмеженнями для обох просторів є характерним обмеження кількості відвідувачів, обмеження у проведенні подій (50% завантаженості), а також наявність масок та сертифікатів вакцинації. Також у приміщенні цих просторів заборонено перебувати під дією алкоголю та наркотичних речовин. Щодо механізмів контролю, то Urban-бібліотека здійснює контроль за видачею книг (термін на 2 тижні) і за організацією заходів, які мають відповідати тематиці простору [7]. Для Business Hub це контроль щодо вчасної оплати послуг, заборона передавати доступ до простору особам які не є резидентами простору [10].

**Формування рольової системи.** Для аналізу цього блоку запитань розділимо його на складові: як працівники та резиденти/відвідувачі оцінюють свою роль у діяльності простору; яку роль здійснює простір для міста та суспільства загалом. Розподіл ролей між працівниками виглядає наступним чином:

- менеджер: *“посередник між читачем та тим продуктом який пропонує бібліотека. Я в основному комунікую із читачами через наші соціальні мережі, займаюсь іміджевою історією, шуканням нових партнерів, по факту та частка простору яка є креативною цим займаюсь я”* [4];
- комунікатор: *“робота з людьми, залагодження якихось конфліктів”*[10];

- адміністратор: *“забезпечення комфорту у просторі, зустріч клієнтів, проведення екскурсій, надання повної інформації про наш спектр послуг”*[10];

- координатор: *“від пошуку спікерів до залучення учасників і власне до кінцевого формату проведення подій”*[12].

Рольова система відвідувачів розподілена наступним чином:

- PR-менеджер: *“поширення інформації про простір підтримка та допомога у розвитку”*[6]; *“популяризуємо його діяльність”*[5];

- споживач: *“використання послуг простору”*[6].

Тож, можемо узагальнити рольову модель ключових акторів креативного простору. Роль працівників зосереджена на забезпеченні організаційної, операційної підтримки та адмініструванні простору. Основна роль відвідувачів/резидентів простору це споживання послуг, популяризація та розвиток простору.

Щодо ролі представлених креативних просторів для суспільства експерти висловили такі думки: Urban-бібліотека – *“це дуже класна промоція читання”, “ми є доступними та інклюзивними”*[3]; Business Hub – *“наша місія це бути центром тяжіння для середнього та малого бізнесу”*[10]. Загалом, усі експерти зауважують важливість створення таких креативних просторів для міста, адже це є показником розвитку та підвищує його імідж. Якщо розділити роль креативних просторів для різних сфер: для культурної – проведення виставок, для освітньої – проведення тренінгів, навчальних програм, для соціальної – побудова нових ком'юніті, для економічної – допомога та підтримка для підприємців-початківців.

**Легалізація/легітимність.** Обидва креативні простори є офіційно зареєстрованими. За організаційно-правовою формою господарювання Urban-бібліотека є комунальною установою, Business Hub – товариством з обмеженою відповідальністю. Відповідно, для Urban-бібліотеки основними джерелами фінансування є міський бюджет, Business Hub - самофінансуюча

установа. Обидва креативні простори мають партнерів, здебільшого їхнє партнерство ґрунтується на інформаційній співпраці та проведенні спільних заходів. Серед партнерів Urban-бібліотеки експерти виділяють Інститут міста, Львівський муніципальний центр, Управління культури [4,7,8]; серед партнерів Business Hub – PPV Knowledge Networks, Радіо Скворода [11,10, 15]. Тобто ми можемо говорити про визнання креативних просторів на офіційному рівні, а також їхню легітимність, про що свідчить велика кількість партнерств та відвідувачів.

У межах нашого дослідження ми також використали теоретичні положення “просторової тріади” А. Лефевра, яка включає аналіз простору із позицій трьох складових: простір репрезентацій, просторові практики та репрезентація простору. Відповідно до цього ми проаналізували простір репрезентацій, тобто структуру простору (за обраними критеріями), а також просторові практики простору. Ще одну важливу складову становить дослідження репрезентації простору – сприйняття зі сторони відвідувачів/резидентів.

Загалом, можемо відзначити, що усі експерти добре обізнані у діяльності креативних просторів, можуть описати структуру та спектр послуг, а також розуміють чи це приватна чи громадська установа. Респонденти знають які креативні простори є у Львові та можуть їх назвати, серед відповідей: KIVSH, Urban-бібліотека, Центр Шептицького, Перша Львівська Медіатека, Business Hub. Усі опитані відвідувачі одностайно сприймають креативний простір першочергово як місце для комфортної праці та втілення власних ідей. Варто зазначити, що цільова аудиторія Urban-бібліотеки – це молодь, зокрема студенти, для Business Hub – представники креативних індустрій, ІТ-сфери, підприємці.

Основним сегментом послуг для респондентів є коворкінг та відвідування подій. Респонденти відзначають позитивні наслідки створення креативних просторів та наводять такі аргументи: *“більше людей працюють у креативних індустріях, цим підвищується імідж міста”*[15], *“залучають*

*іноземні інвестиції це також дає прибуток місту*”[15], *“можуть працювати люди які працюють онлайн на іноземні фірми”*[9], *“це збільшує доступність для людей”*[5]. Щодо попиту на креативні простори, респонденти одноставно відзначають зростання їхньої кількості, що пов'язано зі: *“зміна цінностей суспільства і зокрема в професіях”*[15], *“багато віддаленої роботи”*[6].

Таким чином, Гіпотеза 3 про те, що сприйняття креативних просторів, що працюють на комерційній основі та на громадських засадах зі сторони відвідувачів/резидентів буде різним - не підтвердилась. На основі відповідей респондентів ми можемо зробити висновок, що основні споживачі послуг креативних просторів добре обізнані у їхній діяльності незалежно від специфіки самого простору. Із цього слідує те, що респонденти сприймають креативні простори як щось більше ніж просто місце для роботи. Вони розуміють місію, потреби та практики, які забезпечує простір, цікавляться подіями та активно взаємодіють між собою. Разом із тим, респонденти добре розуміють цей сегмент ринку, а це свідчить про його активний розвиток та високий ступінь легітимності.

Отже, дослідивши два приклади креативних просторів у м.Львові ми можемо побачити, що їхня структура більшою мірою є схожою. Незалежно від своєї тематики та структури для всіх креативних просторів обов'язковим є наявність чіткої місії та тематичного фокусу. Структура креативного простору ґрунтується на забезпеченні трьох складових: надання індивідуальних робочих місць (коворкінг), оренда офісів, оренда залів для подій. Спектр послуг креативних просторів прямо залежить від тематичного фокусу, місії та потреб які цей простір намагається забезпечити. Схожим також є розподіл обов'язків усередині структури простору, який виглядає наступним чином:

- менеджер, який відповідає за операційну діяльність та здійснює загальний контроль усієї діяльності;
- культурний/SMM-менеджер, що відповідає за організацію заходів та комунікацію;

- адміністратори які забезпечують порядок та обслуговування відвідувачів.

Якщо зосередитись на відмінностях, то ключовим буде наявність бухгалтерського супроводу простору, що працює на комерційній основі, а також нормативно-правова база діяльності. Так як Urban-бібліотека надає свої послуги безоплатно, норми та правила, запроваджені у просторі мають неофіційний характер, тоді як Business Hub працює зі своїми резидентами відповідно до договору з прописаними правилами та санкціями.

З точки зору сприйняття креативні простори є однозначно конструктивним феноменом, оскільки створюють умови для реалізації нових проектів, формують нові зв'язки і тим самим розвивають місто. Їхня кількість із кожним роком збільшується, що свідчить про попит на ринку та затребуваність зі сторони суспільства.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

Отже, у другій частині частині магістерської роботи проаналізовано європейський досвід емпіричних досліджень креативних просторів. Зокрема, розглянуто такі дослідження “Europe’s Creative Hubs – Who they are, what they do”, “Connect for Creativity”, “Global Coworking Survey”, “Future of work 2030. Як підготуватись до змін в Україні”.

На основі матеріалів цього розділу можемо зробити висновок, що емпіричні дослідження у сфері креативних просторів більшою мірою скеровані на з'ясування:

- закордонного досвіду створення креативних просторів
- типології просторів
- особливостей функціонування та структури
- місії та тематичного фокусу

Водночас порівнявши закордонні та українські дослідження можемо виділити такі основні відмінності:

- українських досліджень, присвячених темі креативних просторів вкрай мало, адже ця сфера є новою для України
- іноземні дослідження мають фундаментальний характер, тоді як українські більшою мірою відображають копіювання європейських напрацювань
- креативні простори становлять окремий об'єкт закордонних досліджень, тоді як в українських дослідженнях ця тема досить часто розглядається в контексті інших проблематик

Для України сектор креативних просторів є ще досить новим, тому нині відчутно бракує інформації про реальний стан справ у цій сфері. На нашу думку відсутність таких напрацювань становить істотну проблему, адже такі дані можна використати для публічного діалогу та стратегічного планування проектів із розвитку креативних просторів в Україні.

Основу нашого дослідження становили два приклади креативних просторів Urban-бібліотека, що працює на громадських засадах та Business



Hub – на комерційній основі. Дослідження ґрунтувалось на авторській моделі інституціоналізації креативних просторів, яка включала поєднання двох концепцій: інституціоналізації П. Бергера, Т. Лукмана, Є. Сірого та “просторовій тріаді” А. Лефевра.

Щодо робочих гіпотез дослідження, то дві гіпотези підтвердились, зокрема, про структуру та спектр послуг креативних просторів. До прикладу, Business Hub має розгалужену структуру та більшу кількість працівників, що обумовлено територіальною та фінансовою спроможністю. Натомість Urban-бібліотека має невелику площу та не потребує великої кількості працівників. Спектр послуг Business Hub крім оренди включає бухгалтерські та консалтингові послуги, Urban-бібліотека націлена лише на коворкінг та проведення заходів. Не підтвердилась одна гіпотеза про різне сприйняття креативних просторів, що працюють на комерційній основі та на громадських засадах зі сторони відвідувачів/резидентів. Однак, у процесі дослідження ми з'ясували, що сприйняття та рівень обізнаності відвідувачів обох просторів є однаково високим, це свідчить про їхню легітимність та популярність.

## ВИСНОВКИ

Отже, магістерська робота присвячена темі інституціоналізації креативних просторів в сучасній Україні. Важливість та актуальність пов'язана з тим, що в останні роки кількість креативних просторів в Україні збільшилась. Це обумовлено низкою чинників: розвиток креативних індустрій, перевага віддаленої роботи, збільшення вільних професій та розширенням IT-ринку.

У межах магістерської роботи ми здійснили трактування таких ключових понять як “соціальний інститут”, “інституціоналізація” та “простір”, визначили основні теоретико-методологічні засади, міждисциплінарний дискурс та особливості тлумачення з позицій соціології. Кожен з них має свою специфіку предмету дослідження та теоретико-методологічний підхід. На основі аналізу джерел та наукової літератури можемо зробити певні узагальнення:

- тема соціальних інститутів та простору є концептуально дотичною до різних галузей: політики, економіки, юриспруденції, географії
- найбільш широко ці поняття розглянуті у соціології, адже вона дозволяє оцінити саме соціальний аспект цих термінів
- обрана тема широко висвітлена у наукових працях різних галузей, як закордонних так і вітчизняних вчених

Термін “креативний простір” почав використовуватись у масовому вжитку досить нещодавно. Ми окреслюємо цим поняттям багатофункціональний простір, що включає всі необхідні інструменти для комфортної праці, а також має на меті створити умови для розвитку креативних задумів та побудови нових ком'юніті. Теоретичних напрацювань, які б повною мірою розкривали обрану тему досить мало. Праці зарубіжних вчених носять дескриптивний характер, а роботи українських авторів розкривають лише вузькі аспекти теми та більшою мірою дублюють закордонні дослідження.

Закордонні та вітчизняні емпіричні дослідження креативних просторів мають різноманітний характер. Більшою мірою європейські дослідження націлені продемонструвати найкращі практики реалізації креативних просторів у різних містах світу. Серед ключових аспектів, які розкривають такі дослідження, варто виділити типологію просторів, структуру, функції, кількість працівників та резидентів, модель діяльності та джерела фінансування. Українські дослідження теми креативних просторів можна умовно розділити: ті, що безпосередньо стосуються креативних просторів, дослідження коворкінгів та дослідження креативних просторів у межах різних проблематик. Варто зазначити, що майже всі українські дослідження креативних просторів реалізуються у межах європейських проектів.

Теоретико-методологічною основою роботи стало поєднання теоретичних положень представників інституціонального підходу П. Бергера, Т. Лукмана, Є. Сірого, а також концепція “просторової тріади” представника неомарксистського напрямку А. Лефевра. Відповідно до цього розроблена авторська модель інституціоналізації креативного простору. За допомогою “сильної” програми культурсоціологічного аналізу в роботі проаналізовано позитивні та негативні сторони існування креативних просторів, а також вплив їхній вплив на культурну сферу.

Емпірична частина роботи базується на авторському дослідженні, спрямованому на вивчення спільних та відмінних рис діяльності креативних просторів, що працюють на комерційній основі (Business Hub) та на громадських засадах (Urban-бібліотека), а також на виявленні особливостей сприйняття зі сторони відвідувачів/резидентів. У межах дослідження ми використали якісну методологію із використанням методів спостереження та напівструктурованого інтерв'ю. Гайд інтерв'ю побудований відповідно до розробленої моделі інституціоналізації креативних просторів, за такими тематичними блоками: наявність організаційної інфраструктури, наявність норм/правил та механізм соціального контролю, формування рольової системи, легалізація/легітимність.

На основі проведення напівструктурованих інтерв'ю було виявлено такі особливості функціонування креативних просторів у м. Львові:

- структура креативних просторів складається із двох основних складових: коворкінг та місце для проведення заходів. Для комерційних просторів характерна наявність оренди офісних приміщень
- організаційна структура включає наявність операційного менеджера, адміністратора та менеджера з комунікацій
- спектр послуг креативних просторів є різним: оренда залів для подій, місця в коворкінгу, оренда офісів, виставкова зала. Відповідно до тематичного фокусу кожен простір пропонує свої спеціалізовані послуги: для бізнесу – консалтинг, у випадку з бібліотекою - абонементи книг
- наявність норм та правил для креативного простору, що працює на громадських засадах має більш загальний рекомендаційний характер. Для комерційного креативного простору усі правила, а також обмеження регулюються згідно договору про надання послуг
- рольова модель для креативних просторів виглядає так: для працівників – регулювання внутрішніх процесів, забезпечення комфортних умов та комунікація між усіма членами, для відвідувачів - споживання послуг, промоція та комунікація
- за формою організаційно-правового господарювання креативні простори можуть бути як комунальною установою так і товариством з обмеженою відповідальністю
- креативні простори мають високий рівень легітимності, що підтверджується великою кількістю відвідувачів, постійним зростанням попиту та широким колом партнерств.

На основі проведеного авторського соціологічного дослідження можна зробити висновок, що креативні простори у Львові є самостійним сегментом, котрий вибудував власну притаманну їм структуру та практики. У Львові є низка креативних просторів, які функціонують як на комерційній основі, так і

на громадських засадах та мають різну місію та тематичну спрямованість. Проте всіх їх об'єднує схожість в окремих елементах структури та спектрі послуг, велика кількість партнерств та суспільна зацікавленість.

Перспективи подальших досліджень ми пов'язуємо з порівняльним аналізом креативних просторів у різних містах України, а також закордонним досвідом, що дозволить більш детально вивчити тематику креативних просторів.

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Особистий архів Business Hub
2. Особистий архів Urban-бібліотеки
3. Про культуру: Закон України від 19.06.2018 №2458-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2018. С.257
4. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Марією. 09.10.2021 р. Власний архів автора.
5. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Вікторією. 11.10.2021 р. Власний архів автора.
6. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Вікторією. 11.10.2021 р. Власний архів автора.
7. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Наталею. 22.10.2021 р. Власний архів автора.
8. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Софією. 22.10.2021 р. Власний архів автора.
9. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Анною. 24.10.2021 р. Власний архів автора.
10. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Світланою. 25.10.2021 р. Власний архів автора.
11. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Міленою. 25.10.2021 р. Власний архів автора.
12. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Максимом. 25.10.2021 р. Власний архів автора.
13. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Олександром. 26.10.2021 р. Власний архів автора.
14. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Мартою. 26.10.2021 р. Власний архів автора.
15. Транскрипт напівструктурованого інтерв'ю, проведеного з п. Анною. 28.10. 2021 р. Власний архів автора.

## СПИСОК НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

16. Абагеро Д.Д. Историко-социологическая ретроспектива изучения вовлеченности индивида в коммуникативное пространство города. *Общество: социология, педагогика, психология*. 2019. №12. С. 1-6.
17. Александер Дж. Смыслы социальной жизни: культурсоциология. Москва: Праксис, 2013. 640 с.
18. Бедаш Ю.А. Концепція простору А. Лефевра. *Вісник ТДПУ*. 2012. №11. С. 219-223.
19. Бень О.Т. Інституціоналізація: теоретична інтерпретація понять. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2012, Вип.6. С.181-190.
20. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знаний. Москва: Медиум, 1995. 323с.
21. Білик А. “Сильна програма” соціологічного дослідження фестивалів в рамках культуральної соціології. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2016, Вип.10 С. 263-275.
22. Бузін В.Н. Соціальний простір в соціологічному дискурсі. *Середньоросійський вісник суспільних наук*. 2010. №4. С.23-34.
23. Бурдые П. Социология социального пространства. Москва : Ин-т эксперим социологии : Алетейя, 2005. 288 с.
24. Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. Київ: Основи, 1998. 534 с.
25. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ, Ірпінь : Перун, 2005. 1736 с.
26. Гантінгтон С. Політичний порядок у мінливих суспільствах. Київ: Наш формат, 2020. 448с.
27. Гидденс Е. Устроение общества. Очерк теории структуризации. Москва: Академический проект, 2005. 502с.
28. Глотов М.Б. Социальный институт: определение, структура, классификация. *Социс*. 2003. № 10. С.13-19.

29. Головаха Е., Панина Н. Постсоветская деинституционализация и становление новых социальных институтов в украинском общества. *Социология: теория, методы, маркетинг*. 2001. №4. С. 5-22
30. Горіна Г.О. Дослідження етимології поняття “економічний простір” як базису категоріального апарату феномену просторової поляризації. *Агросвіт*. 2016. №17. С. 60-65.
31. Грищенко М. Публічний простір міста як об'єкт соціологічного вивчення. *Вісник КНУ імені Т.Шевченка. Соціологія*. 2016. Вип.1. С.31-38.
32. Гуменюк Л.Й. Соціологія. Хрестоматія: навчальний посібник. У 2-х томах. Т.1. Львів:ЛьвДУВС, 2019. 784 с.
33. Демчишак Р. Наукові підходи до розуміння сутності поняття “політичний інститут”. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2015. Вип.27. С. 9-14.
34. Дюркгейм Е. Про поділ суспільної праці. Метод соціології. / пер. з фр. А.Гофман. Москва: Наука, 1991. 575 с.
35. Жулькевська О. Суспільний простір міста як об'єкт соціологічного вивчення та емпіричний референт соціальних змін. *Соціологічні студії*. 2012, №1. С. 61-66.
36. Заморська Л. І. Інститут права як вираження правової нормативності та його властивості. *Правове життя сучасної України : матеріали Міжнар. наук. конф. проф.-викл. та аспірант. складу (м. Одеса, 16-17 травня 2013 р.)*. Одеса : Фенікс, 2013. Т. 1. С. 79-81.
37. Иншаков О.В, Фролов Д.П. Экономическое пространство и пространственная экономика. Размышление над новым экономическим журналом. *Экономическая наука современной России*. 2005, №4. С. 174-180.
38. Карп'як М.О. Формування креативних просторів та їх значення для економічного розвитку регіону в умовах децентралізації влади.



- Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2017. Вип.3. С.139-142.
- 39.Карп'як М.О. Креативні екосистеми у стратегічній перспективі соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2017. Вип.6. С.20-23.
- 40.Кастельс М. Інформаційна епоха: економіка, суспільство, культура. / пер. з англ. О.Шкаратан. Москва: НДУ Вища школа економіки, 2000. 608 с.
- 41.Кравчук В.М. Поняття правового простору: філософсько-правова інтерпретація. *Актуальні проблеми держави і права*. 2014, Вип.74. С.26-31.
- 42.Козлова І.В. Основні підходи до вивчення міста та специфіка соціології у вивченні містотворчих процесів. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2012. Вип.6. С.265-275.
- 43.Корж К.М. Концептуалізація соціального контролю як технологічного засобу стримування соціальних відхилень в соціологічних теоріях кінця ХІХ початку ХХ століття. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2011, №13. С.32-41.
- 44.Котуков О.А. Соціальний простір як об'єкт державного управління *Теорія та практика державного управління*. 2013. Вип.3. С.1-9.
- 45.Кузьменко Т.М. Соціологія: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 320 с.
- 46.Кули Ч.Х. Избранное: Сборник переводов / ред. Д.В. Ефременко. Москва: РАН. ИНИОН, 2019. 234 с.
- 47.Лебедева О.В. Публичное пространство постсоветского города: возможности для развития социальности и “кризис публичности”. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2017. №20. С.85-105.
- 48.Лефевр А. Производство пространства. / пер. с фр. І.Стаф - Москва: Strelka Press, 2015. 432 с.

- 49.Макеєв С. Соціальні інститути: класичні тлумачення й сучасні підходи до вивчення. *Соціологія:теорія,методи,маркетинг*. 2003. №4. С.5-20.
- 50.Маруняк Є.О. Просторові дилеми глобалізації та їх концептуалізація. *Український географічний журнал*. 2012. №4. С.36-42.
- 51.Матусевич В. Соціальний інститут: функція, генезис, структура. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2004. №4. С.43-56.
- 52.Матвеев С.О, Лясота Л.І. Економічна соціологія. Підручник. Суми: Університетська книга, 2006. 184 с.
- 53.Михалева К.Ю, Полякова Н.Л. Концепция социального института в социологической теории. *Вестник московского университета. Серия 18. Социология и политология*. 2012. № 2. С.117-132.
- 54.Міхно Н.К. Право на місто: практики організації сучасного міського простору /Н.К.Міхно // Соціологія права. - 2019, Вип.4. - С. 44-48.
- 55.Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. / пер. с англ.А.Нестеренко. Москва: Фонд экономической книги "Начала", 1997. 190 с.
- 56.Оліферук С.І. Економічний простір:сутність, ознаки та структура. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2012. №6. С. 74-79.
- 57.Олевич М.І. Концепція легітимного соціального порядку Макса Вебера: критичний аналіз. *Молодий вчений*. 2015. №11. С. 130-134.
- 58.Осипов В. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языке. - Москва: THESIS, 1998. 488 с.
- 59.Парк Р. Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок. *Социологическое обозрение*. 2005. Т.6. №1. С.11-18
- 60.Пачковський Ю.Ф. Соціологія: підручник. Львів: ЛНУ імені І.Франка, 2011. 418 с.
- 61.Пержун В. Соціальна солідарність: сутність, консолідаційні можливості для українського суспільства. *Релігія та соціум*. 2013. №3-4. С.201-207.

62. Пугач С. Концептуалізація поняття географічний простір у науковій літературі. *Економіка та соціальна географія*. 2019. Вип.82. С.27-33.
63. Радіонов Ю.Д. Інститути та їх роль у розвитку національної економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. №3. С.24-30.
64. Ринок гнучких офісів Києва. Як гнучкі офіси пропонують швидку адаптивність та ефективний підхід до оренди. URL: <https://cbre-expandia.com/analitika/> (дата звернення 20.10.21)
65. Ручка А.О., Танчер В.В. Курс історії теоретичної соціології. Київ: Наукова думка, 1995. 222с.
66. Свінцицька О.М. Ткачук В.О. Креативна економіка та креативні індустрії. Навчальний посібник. Житомир: ДУ “Житомирська політехніка”. 2020. 217с.
67. Сисоєв О.В. Поняття інститут та інституція: економічний контекст. *Вісник Запорізького національного університету : Економічні думки*. 2014. №3. С.140-149.
68. Сірий Є. Соціологія. Навчальний посібник. Київ: Атіка. 2004. 480с.
69. Смелзер Н. Соціологія. / пер. з англ. В.А.Ядов. Москва: Фенікс, 1994. 841 с.
70. Смирнягин Л.В. Судьба географического пространства в социальных науках. *Известия РАН, серия географическая*. 2016. №4. С.7.19.
71. Соціологія: словник термінів та понять. / ред. Біленський Є.А, Козловець М.А. Київ: Кондор, 2006. 372 с.
72. Соціологія міста: навчальний посібник. / за заг. ред. О. К. Міхеєвої. Донецьк: Ноулідж, 2010. 464 с.
73. Сорокін П.А. Людина. Цивілізація. Суспільство. Москва: Политиздат, 1992. 543 с.
74. Український культурний фонд. URL: <https://ucf.in.ua/> (дата звернення: 10.09.21)

- 75.Фарінья Х. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. Програма ЄС та Східного партнерства “Культура та креативність”. 2017. 59с.
- 76.Филиппов А.Ф. Социология пространства. Санкт-Петербург: Владимир Даль, 2008. 285 с.
- 77.Филиппов А.Ф. Элементарная социология пространства. Москва: Социологический журнал, 1995. С.45-69.
- 78.Черниш Н.Й. Соціологія. Курс лекцій: підручник. Львів: Кальварія, 2003. 543 с.
- 79.Чернявская О.С. Социальное пространство: обзор теоретических интерпретаций. Социология. Психология. Философия. 2008. №5. С. 329-335.
- 80.Ядов В.А. Социальные институты. Человек, общество, управление. 2006, №1. С.4-16.
- 81.Ясна Л.В. Г.Спенсер про еволюцію інституту сім'ї. / Давидовські читання: історичні горизонти теоретичної соціології. Збірник наукових доповідей симпозиуму, 13-14 жовтня 2011 р. / під.ред Девятко І., Орлова Н. Москва: Інститут соціології РАН, 2011. С.181-192.
- 82.Creative hubs - Opportunities and Challenges for Intercultural Dialogue. URL: [https://www.researchgate.net/publication/338390537\\_CREATIVE\\_HUBS\\_Opportunities\\_and\\_Challenges\\_for\\_Intercultural\\_Dialogue](https://www.researchgate.net/publication/338390537_CREATIVE_HUBS_Opportunities_and_Challenges_for_Intercultural_Dialogue) (дата звернення: 12.10.21).
- 83.Digital Lab “ Як працюють креативні хаи в Україні під час пандемії COVID-19?” URL: [https://insha-osvita.org/iak-pra\\_tsiuiut-kreatyvni-khaby-v-ukraini-pid-chas-pandemii-covid-19-doslidzhennia-prohramy-digital-lab/](https://insha-osvita.org/iak-pra_tsiuiut-kreatyvni-khaby-v-ukraini-pid-chas-pandemii-covid-19-doslidzhennia-prohramy-digital-lab/) (дата звернення: 18.10.21).
- 84.Dovey J., A.Pratt. Creative Hubs: Understanding the New Economy. London: British Council, 2016. 96 p.

85. Europe's Creative Hubs - Who they are, what they do. URL: <https://www.ecbnetwork.eu/europes-creative-hubs-mapping/> (звернення: 18.10.21).
86. Fearon, D. (2004). Georg Simmel, The Sociology of Space. *CSISS Classics. UC Santa Barbara: Center for Spatially Integrated Social Science*, 2004. P.1-5.
87. Future of Work 2030: як підготуватися до змін в Україні. URL: <https://careerhub.in.ua/future-of-work-in-ukraine-2030/> (дата звернення: 18.10.21).
88. Global Coworking Survey. URL: <https://www.deskmag.com/en/coworking-statistics-all-results-of-the-global-coworking-survey-research-studies-948> (дата звернення: 19.10.21).
89. Hamilton W. Institution. / Encyclopedia of the social sciences. The business school, University of Hertfordshire, 2005. P. 233-244.
90. Harvey D. The Condition of Postmodernity. Oxford: Blackwell, 1990. 378 p.
91. Mapping the creative Hubs in England. URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/resources/mapping-creative-hubs-england/> (дата звернення: 19.10.21).
92. Sadini C., Vignaty A., Zurlo F. Conceiving a (new) definition of hub for the development of the transnational network for creative companies. / The idea of creative city. The urban policy debate / Cracow 17-18 October 2013. Kocani: European Scientific Institute, 2014. P.106 -118.
93. The Spatial Turn. Interdisciplinary perspectives. / ed. by Barney Warf, Santa Arias. London : Routledge, 2009. 256 p.
94. 2020 Future of Work Report: What the Future Holds for Coworking and Remote Work. URL: <https://coworkinginsights.com/2020-future-of-work-report-what-the-future-holds-for-coworking-remote-work/> (дата звернення: 20.10.21).

**Програма соціологічного дослідження на тему: “ Вивчення спільних та відмінних рис креативних просторів, що працюють на громадських засадах і на комерційній основі”**

**1. Методологічна частина**

***1.1 Проблемна ситуація***

Сьогодні креативна економіка є важливим рушієм зростання кожної країни. В її основі поєднання економічного, соціального та культурного сектору, що формує нову комплексну модель процвітання держави. Поява креативної економіки в Україні є чинником великих змін та переходу від індустріального виробництва у напрямку інновацій та технологічних змін. Креативна економіка формує власну екосистему на нижчих рівнях якої знаходяться: креативні індустрії, креативні та культурні сектори, кластери культури та культурологічні хаби. Креативні простори є важливою складовою креативної економіки, адже виконують функцію майданчика де поєднується творчість, підприємництво і технології. Швидкий розвиток нових технологій активізує появу нових професій. Зі зміною ринку праці постає потреба у модернізації традиційної офісної роботи та удосконаленні робочих місць. Наявність таких креативних просторів свідчить про зростаючий попит на креативні проекти та розвиток творчого потенціалу в Україні.

За останні роки кількість креативних просторів у Львові продовжує зростати. Це пов'язане із розвитком ІТ сфери, представники якої в основному працюють на іноземні компанії, які не мають локальних офісів в Україні, а також із розвитком стартапів та інноваційних проектів, які не потребують прив'язки до офісів. Разом із тим, у Львові такі креативні простори мають різний тематичний фокус. Це, до прикладу, освітні простори (Urban бібліотека, Львівська медіатека), молодіжні ( Молодвіж Центр. Львів, Lviv Open Lab), бізнес простори ( Business Hub, Futura Hub, ІТЕА hub, Communa) ревіталізовані проекти ( KIVSH, Lem Station).

Наразі, для України креативні простори є новим явищем, а тому виникає потреба у більш детальному вивченні цього феномену. Яку місію та роль виконують креативні простори для міста, особливості функціонування та структури, послуги, тематичний фокус, джерела доходів та форма господарювання. Ці та інші аспекти дозволять нам оцінити креативні простори міста Львів з точки зору експертів та користувачів послуг. Відповідно до проблемної ситуації ми формуємо тему дослідження.

### ***1.2 Тема дослідження***

Вивчення спільних та відмінних рис креативних просторів, що працюють на громадських засадах і на комерційній основі.

### ***1.3 Мета та завдання дослідження***

**Мета:** визначити спільні та відмінні риси креативних просторів, що працюють на громадських засадах і на комерційній основі.

#### **Завдання:**

1. Вивчити особливості організаційної структури просторів
2. Визначити практики, що надають креативні простори
3. Вивчити сприйняття креативних просторів

### ***1.4 Об'єкт дослідження***

Відповідно до поставлених завдань формуємо три об'єкти дослідження: організаційна структура просторів, просторові практики та сприйняття креативних просторів.

### ***1.5 Предмет дослідження***

Спільні та відмінні риси креативних просторів, що працюють на громадських засадах і на комерційній основі.

### ***1.6 Теоретична інтерпретація базових понять***

*Інституціоналізація* (від лат. institutio – настанова) – це процес заміни спонтанної поведінки людини (соціальної групи) на передбачувану, яка є очікуваною, моделюється та регулюється.

*Соціальний простір* – поле для соціальної діяльності, що складається з груп індивідів та їх взаємодії.

*Креативний простір* – це фізичний простір для представників творчих та культурних професій, що пропонує ефективні способи для підтримки їхнього зростання, взаємодії, співпраці та розвитку.

*Коворкінг* (з англ. co-working – спільна робота) – це спосіб організації робочого процесу, коли в одному приміщенні можуть працювати люди з різними вміннями та сферами діяльності.

### ***1.7 Робочі гіпотези дослідження***

#### ***Гіпотеза-підстава №1***

Ми припускаємо, що структура креативних просторів, що діють на комерційній основі та на громадських засадах будуть різнитись.

#### ***Гіпотези-наслідки №1***

Ми припускаємо, що креативний простір, який працює на комерційній основі буде мати більш розгалужену структуру, так як має більшу фінансову спроможність.

Ми припускаємо, що креативний простір, який працює на громадських засадах має спрощену структуру.

#### ***Гіпотеза-підстава №2***

Ми припускаємо, що спектр послуг, які надають креативні простори, що діють на комерційній основі та на громадських засадах буде різнитись.

#### ***Гіпотези-наслідки №2***

Ми припускаємо, що креативний простір, який працює на комерційній основі буде мати більший спектр послуг.

Ми припускаємо, що креативний простір, який працює на громадських засадах буде мати менший спектр послуг.

#### ***Гіпотеза-підстава №3***

Ми припускаємо, що сприйняття креативних просторів, що працюють на комерційній основі та на громадських засадах зі сторони відвідувачів/резидентів буде різним.

#### ***Гіпотези-наслідки №3***



Ми припускаємо, що відвідувачі/резиденти креативного простору, що працює на комерційній основі будуть більш обізнані у діяльності простору.

Ми припускаємо, що відвідувачі/резиденти креативного простору, що працює на громадських засадах будуть менш обізнані у діяльності простору.

## **2. Методична частина**

### ***2.1 Характеристика емпіричної база дослідження***

*Генеральна сукупність:* креативні простори у сучасній Україні

*Основа вибірки:* креативні простори в м.Львів

*Одиниця спостереження:* Business Hub та Urban-бібліотека

*Методи дослідження:* спостереження, візуальний метод, напівструктуроване інтерв'ю

*Інструментарій дослідження:* гайд інтерв'ю, щоденник спостереження

### ***2.2 Обґрунтування вибірки***

*Вибір креативних просторів.* Для проведення авторського емпіричного дослідження ми обрали два креативні простори:

1. Business Hub
2. Urban-бібліотека

Наш вибір зумовлений тим, що *Business Hub* - комерційний креативний простір, котрий пропонує широкий спектр послуг для підтримки бізнесу, створює середовище для однодумців та можливості для навчання та розвитку.

*Urban-бібліотека* - креативний простір, що функціонує на громадських засадах та пропонує послуги бібліотеки, коворкінгу та місця для проведення подій. Основний тематичний фокус простору урбанізм, мистецтво та екологія.

### ***2.3 Опис методів і технік отримання інформації***

Для вивчення теми інституціоналізації креативних просторів буде використана якісна методологія. Для досягнення мети дослідження ми будемо використовувати такі методи:

1. Напівструктуровані глибинні інтерв'ю з експертами/відвідувачами простору
2. Метод спостереження

### 3. Візуальний метод

Вибір методу глибинного напівструктурованого інтерв'ю спричинений потребою у більш детальному вивченні особливостей функціонування креативних просторів. Це дозволить нам дослідити їхню структуру, послуги, тематичний фокус, комунікацію із місцевою владою та зрозуміти наскільки розвиненою є інфраструктура креативних просторів у Львові.

У конструюванні гайду напівструктурованого інтерв'ю використано модель креативного простору як соціального інституту відповідно до теоретичних положень інституціоналізації П. Бергера, Т. Лукмана, Є. Сірого та “просторової тріади” А. Лефевра. Відповідно до ключових елементів цієї моделі сформовано тематичні блоки запитань: наявність організаційної інфраструктури, наявність норм / правил та механізм соціального контролю, формування рольової системи, легалізація/легітимність.

Для проведення напівструктурованих глибинних інтерв'ю ми обрали дві групи респондентів: експерти, у ролі яких виступатимуть менеджери та адміністратори простору; а також резиденти та відвідувачі простору. Це дасть можливість дослідити внутрішню структуру простору, а також оцінити його із позиції користувачів послуг.

Використання спостереження та візуального методу допоможе доповнити зібраний матеріал описом зовнішнього вигляду та внутрішньої структури креативних просторів.

#### ***2.4 Процедура отримання інформації***

1. Заповнення попередньої інформації про респондента – паспортника (Додаток В ).
2. Підписання дозволу на використання матеріалів інтерв'ю – інформована згода (Додаток Г).
3. Проведення напівструктурованого інтерв'ю (Додаток Д, Е).

#### ***2.5 Принцип відбору респондентів***

Передбачена кількість інтерв'ю з респондентами:

- 6 інтерв'ю з працівниками

- 6 інтерв'ю з відвідувачами/резидентами

## **2.6 Часові рамки дослідження**

*Підготовчий етап* (проведення пілотажного дослідження; коригування та редагування інструментарію дослідження) – жовтень 2021 р.

*Польовий етап* (пошук та інтерв'ювання респондентів) – жовтень-листопад 2021 р.

*Післяпольовий етап* (транскрибування, опрацювання та інтерпретація матеріалів дослідження) – жовтень-листопад 2021 р.

**Щоденник спостереження**

**Дата** \_\_\_\_\_

**Місце проведення** \_\_\_\_\_

**Кількість працівників** \_\_\_\_\_

**Кількість приміщень** \_\_\_\_\_

**Послуги** \_\_\_\_\_

**Кількість відвідувачів/резидентів** \_\_\_\_\_

**Паспортичка респондента**

**Тема роботи** \_\_\_\_\_

**Тема авторського дослідження** \_\_\_\_\_

**ПІБ респондента** \_\_\_\_\_

**Стать/вік** \_\_\_\_\_

**Національність** \_\_\_\_\_

**Освіта** \_\_\_\_\_

**Місце народження** \_\_\_\_\_

**Місце проживання** \_\_\_\_\_

**Місце/дата проведення інтерв'ю** \_\_\_\_\_

**Дозвіл на використання матеріалів інтерв'ю**

Доброго дня! Мене звати Ірина Балаховцева. Я студентка другого курсу магістерської програми кафедри соціологія Львівського національного університету імені Івана Франка. У межах дипломної роботи на тему: “Інституціоналізація креативних просторів у сучасній Україні” я проводжу авторське соціологічне дослідження.

Ви маєте право відмовитися від відповіді на питання, не обгрутовуючи на це причини. Зауважте, що під час бесіди буде використовуватись записуюче обладнання (диктофон) з метою збереження і подальшого опрацювання інформації.

Хочу звернути Вашу увагу на те, що матеріали інтерв'ю не будуть розповсюджуватися, а будуть використані виключно в наукових цілях. Наголошую на тому, що процедура проведення інтерв'ю буде здійснена згідно з Кодексом професійної етики соціолога.

У випадку додаткових питань щодо проведення інтерв'ю, звертайтеся за номером +380974612611, Ірина.

**Згода респондента**

Я, \_\_\_\_\_, був (-ла) повідомлений (-а) про проведення авторського соціологічного дослідження в межах дипломної роботи: “Інституціоналізація креативних просторів у сучасній Україні”. Даю згоду на використання матеріалів інтерв'ю.

_____	_____	_____
ПІБ респондента	Підпис респондента	Дата
_____	_____	_____
ПІБ інтерв'юера	Підпис інтерв'юера	Дата

### **Гайд напівструктурованого інтерв'ю для працівників**

*Доброго дня! Мене звати Ірина. Я проводжу авторське соціологічне дослідження на тему: “Інституціоналізація креативних просторів в сучасній Україні”.*

*Дякую Вам, що погодилися взяти участь в інтерв'ю в ролі експерта.*

*Тож почнімо!*

#### **Блок 1: Вступ**

1. Розкажіть, будь ласка, коротко про себе. Ким Ви працюєте у креативному просторі Business Hub/ Urban-бібліотека?
2. Скільки часу Ви тут працюєте, та чи мали раніше досвід роботи у креативних просторах чи дотичних сферах?
3. Яким є Ваше особисте розуміння поняття креативний простір?

#### **Блок 2. Наявність організаційної інфраструктури**

1. Скажіть, будь ласка, як виникла ідея заснувати такий креативний простір?
2. Опишіть, будь ласка, структуру Вашого креативного простору? ( площа, кількість приміщень, відділи)
3. Опишіть, будь ласка, організаційну структуру Вашого простору? (кількість працівників, посади)
4. Скажіть, будь ласка, яка кількість постійних відвідувачів/ резидентів у Вашому просторі?
5. Скажіть, будь ласка, які послуги надає Ваш креативний простір?
6. Як Ви оцінюєте якість та функціональність креативного простору?
7. Скажіть, будь ласка, чи можете Ви виокремити конкретний тематичний фокус Вашого простору?

#### **Блок 3. Наявність норм / правил та механізм соціального контролю**

1. Скажіть, будь ласка, чи має Ваш креативний простір власний статут?
2. Які норми та правила ( офіційні/неофіційні) встановлені у Вашому креативному просторі для працівників/резидентів/ відвідувачів?

3. Скажіть, будь ласка, які існують обмеження та механізми контролю діяльності Вашого простору?

#### ***Блок 4. Формування рольової системи***

1. Скажіть, будь ласка, яка Ваша роль у діяльності креативного простору (Business Hub/ Urban-бібліотеці)?
2. На Вашу думку, яку місію здійснює конкретно Ваш креативний простір?
3. На Вашу думку, яка основна роль креативних просторів для міста та суспільства загалом (для культурної, економічної, соціальної, освітньої сфери)?

#### ***Блок 5. Легалізація/легітимність***

1. Скажіть, будь ласка, чи є Ваша установа офіційно зареєстрована?
2. За організаційно-правовою формою господарювання Ваш простір є?
3. Скажіть, будь ласка, які джерела фінансування має Ваш креативний простір?
4. Чи маєте Ви офіційних партнерів?
5. Як Ви вважаєте, якими є позитивні/негативні наслідки від створення нових креативних просторів?
6. Як Ви вважаєте, за останні роки збільшився/ зменшився попит на креативні простори в Україні. З чим це пов'язано?
7. Скажіть, будь ласка, які креативні простори у м.Львові Вам відомі?

#### ***Блок 6. Вплив Covid -19***

1. На Вашу думку, як карантинні обмеження вплинули на роботу креативного простору Business Hub/ Urban-бібліотека?

#### ***Блок 7. Підсумок***

1. Можливо Ви хочете ще щось додати на завершення?

*Щиро дякую Вам за інтерв'ю!*



**Гайд напівструктурованого інтерв'ю для відвідувачів**

*Доброго дня! Мене звати Ірина. Я проводжу авторське соціологічне дослідження на тему: “Інституціоналізація креативних просторів в сучасній Україні”.*

*Дякую Вам, що погодилися взяти участь в інтерв'ю в ролі експерта.*

*Тож почнімо!*

**Блок 1: Вступ**

1. Розкажіть, будь ласка, коротко про себе. Чим Ви займаєтесь?
2. Яким є Ваше особисте розуміння поняття креативний простір?
3. Скажіть, будь ласка, як часто Ви відвідуєте цей креативний простір (Business Hub / Urban-бібліотека)?

**Блок 2. Наявність організаційної інфраструктури**

1. Опишіть, будь ласка, структуру креативного простору Business Hub/ Urban-бібліотека?
2. Якими послугами креативного простору Business Hub/ Urban-бібліотека Ви користуєтесь?
3. Чи відвідували Ви заходи організовані Business Hub/ Urban-бібліотекою, або ж плануєте відвідати у майбутньому?
4. Скажіть, будь ласка, чи можете Ви виокремити конкретний тематичний фокус простору?
5. Як Ви оцінюєте якість та функціональність креативного простору?

**Блок 3. Наявність норм / правил та механізм соціального контролю**

1. Скажіть, будь ласка, які норми та правила (офіційні/неофіційні), встановленні у креативному просторі Business Hub/ Urban-бібліотека Вам відомі?
2. Скажіть, будь ласка, які обмеження та механізми контролю роботи креативного простору Business Hub/ Urban-бібліотека Вам відомі?

**Блок 4. Формування рольової системи**

1. Скажіть, будь ласка, яка Ваша роль, як відвідувача для креативного простору?
2. На Вашу думку, яка основна роль креативного простору Business Hub/ Urban-бібліотека для міста та суспільства загалом?

#### ***Блок 5. Легалізація/легітимність***

1. Скажіть, будь ласка, креативний простір Business Hub/ Urban-бібліотека є приватною чи громадською установою?
2. Скажіть, будь ласка, чи знаєте Ви партнерів креативного простору Business Hub/ Urban-бібліотека?
3. Як Ви вважаєте, якими є позитивні/негативні наслідки від створення нових креативних просторів?
4. Як Ви вважаєте, за останні роки збільшився/ зменшився попит на креативні простори в Україні. З чим це пов'язано?
5. Скажіть, будь ласка, які креативні простори у м.Львові Вам відомі?

#### ***Блок 6. Вплив Covid -19***

1. На Вашу думку, як карантинні обмеження вплинули на роботу креативного простору Business Hub/ Urban-бібліотека?

#### ***Блок 7. Підсумок***

1. Можливо Ви хочете ще щось додати на завершення?

*Щиро дякую Вам за інтерв'ю!*

## Транскрипт інтерв'ю, проведеного з п. Марією

Місце проведення: вул. Устияновича, 4, Urban-бібліотека

Дата проведення: 09.10.2021 р.

І:	Добрий день! Мене звати Ірина, я студентка 6 курсу. Наразі я проводжу дослідження у межах своєї дипломної роботи “Інституціоналізація креативних просторів в сучасній Україні”. Дякую, що погодилися взяти участь в інтерв'ю у ролі експерта. Наше інтерв'ю буде записуватись та буде використане лише в межах дослідження. Тож давайте розпочнемо. Розкажіть, будь ласка, коротко про себе та ким Ви працюєте у креативному просторі Urban-бібліотека.
Р:	Мене звати Марія, я безпосередньо працюю бібліотекарем та культурною менеджеркою в Urban-бібліотеці. Urban-бібліотекаце бібліотека філія Централізованої бібліотечної системи м.Львова для дорослих, тобто ми є комунальною установою міста. Але паралельно ми проводимо різні заходи, наш простір функціонує не лише як книгозбірня та книговидача, а ще паралельно ми займаємося культурно-просвітницькою діяльністю. Наш простір працює як коворкінг, як місце для зустрічей, різних кінопоказів, концертів та всього підряд.
І:	Скажіть, будь ласка, як довго Ви тут працюєте, можливо раніше Ви мали досвід роботи у дотичній сфері?
Р:	Тут я працюю півтора роки, до цього я теж працювала культурною менеджеркою на проекті “Виставкові ангели” П.Гудімова, потім я працювала в “Я галерея”, але потім я звідти

	пішла і вже півтора роки працюю тут.
<b>I:</b>	<b>Зрозуміло, дякую. Тобто ваша сфера зацікавлень культура. Добре. Скажіть, будь-ласка, як би ви описали поняття креативний простір? Що ви включаєте у це поняття?</b>
<b>P:</b>	Креативний простір - це, по перше, про доступність простору, про можливість отримати у цьому просторі освітньо-культурні знання, тобто це є простір який є відкритим та паралельно будь-який мешканець може прийти до нього та відчувати себе комфортно, паралельно отримуючи які освітньо-культурні заходи, події та знання і тому подібне.
<b>I:</b>	<b>Добре, дякую за відповідь. Давайте тоді більш детально поговоримо про Ваш креативний простір. Можливо Ви знаєте як виникла ідея заснувати Urban-бібліотеку?</b>
<b>P:</b>	У нас колись тут працювала моя теперішня керівниця і подруга Анастасія, вона зараз працює в управлінні культури, але раніше з'явилася така ідея, проєкт по реновації бібліотечних просторів у Львові і ось вона активно над ним працювала, зараз він продовжується, але в масштабах самого міста, такі бібліотеки як наша є вже 8, і це тільки в нашій системі, а ще є дитяча бібліотека. Вони почали створювати проєкт, різні візуалізації, писати грантові заявки, писати на місто, і паралельно з цим вже було вирішено, що це буде не просто бібліотека з ремонтом, а вже надання певної концепції. Зійшлися на тому, що потрібен простір де можна вільно говорити про урбаністику і виклики з якими стикаються, тому відразу з'явилася думка, що це має бути Урбан-бібліотека. В якій має бути література про архітектуру, оскільки

	<p>в нас поруч політехніка та про мистецькі. креативні індустрії, паралельно це з'явився простір для комунікації між архітекторами та урбаністики, мешканцями міста. Тобто це простір де жителі можуть говорити про місто, громаду, в такому контексті.</p>
<b>I:</b>	<p><b>Зрозуміло, дякую. І, власне, я розумію, урбаністика є Вашим тематичним фокусом, а що ще крім урбаністики?</b></p>
<b>P:</b>	<p>Ще однією із таких фокус тем є мистецтво, у нас тут відбуваються різні виставки. Ми дуже інклюзивним простором у тому плані, що ми на базі міста знаходимось, тому будь-хто може до нас завітати, і ми в процесі переговорів можемо. по суті, зробити виставку людині з вулиці. І це дуже класно працює бо. багатьом митцям на початках потрібна підтримка від міста, щоб просто себе реалізувати, коли немає досвіду чи є якісь перешкоди і якраз в цьому плані бібліотека виступає каталізатором у доросле мистецьке життя. Тобто тут на безкоштовній основі можна створювати свої виставки, залучати свою аудиторію або бібліотеки і ще паралельно у нас сам по собі побудувався освітньо-навчальний напрямок, це в більшій частині психологія, на запит самих читачів і від них виходять ці події, це одна з найзатребуваніших історій. Плюс ми зараз активно співпрацюємо з громадською організацією “Центр едукації” які надають безкоштовні курси на базі 8 бібліотек у Львові, тобто така неформальна освіта. Ми вже третій раз поспіль беремо участь у цій програмі, і якби наші читачі паралельно записуються на курси і паралельно ті, хто реєструються на безкоштовні курси дізнаються про бібліотеку та ходять на курси.</p>

<b>I:</b>	<b>Зрозуміло, дякую. Опишіть, будь ласка, структуру Вашого простору кількість приміщень, зали. коворкінг-зони.</b>
<b>P:</b>	<p>Зараз ми сидимо, це кафедра, тут сижу я, завідувач та ще одна бібліотекарка, ми туту приймаємо читачів, тут є зал-абонементів. Тут ми обслуговуємо, тут є книги, люди приходять і ми їх обслуговуємо, до карантину люди сиділи всюди, тобто у нас не було конкретних обмежень, коворкінг був переповнений і ми не ставили конкретних меж стосовно нашого простору для відвідувачів. Є в нас великий читальний зал 60 кв.м і це головна зона для проведення подій і зазвичай використовується як коворкінг-зона у нас є три комп'ютери, будь-хто може прийти і посидіти. З великої читальної зали можна зайти в маленьку урбан-кімнату, ми її так називаємо, бо там всі книги про урбаністику, мистецтво, фото, дизайн і це одне з улюблених місць наших відвідувачів, вони там можуть книги читати або просто спілкуватись, Також є маленька кімната фондосховище, вона відділяється, там ось зараз є курс швидкочитання для дітей і вони там сидять, щоб не заважати загальним читачам, і ми їх там закриваємо і вони все. що хочуть роблять, шумлять, кричать, але не заважають. Паралельно ми цю залу займаємо кімнатою для інтровертів, так як там можна заритись серед книг і ніхто тебе не буде чіпати. І є в нас кухня , де можна зробити каву і чай, пити воду, є мікрохвильовка можна розігріти їсти. І також ми придбали там скриньку, хто хочу може кидати там гроші, це вже на їхній совісті, вільний такий простір, є кабінет, маленький кабінет завідувача. Та й все, у нас по факту є три зали.</p>
<b>I:</b>	<b>Добре, із цим зрозуміло. Тепер, будь ласка, розкажіть про</b>

	<b>Вашу організаційну структуру, посади та кількість працівників.</b>
<b>Р:</b>	У нас по документах працює три з половиною працівника, у нас прибиральниця працює на півставки. По документах у нас працює три бібліотекарі, але всередині наші обов'язки так поділені, що є завідувачка, вона відповідальна за все, за кожний вазон, книжку, столик чи стільчик, вона відповідає за документацію, нових читачів і ось ці всі складні речі бібліотеки, є моя колега яка займається обслуговуванням читачів, вона займається веденням електронних каталогів, та є я, я займаюсь всім іншим, все, що не стосується книжок. В мої обов'язки входить ведення соцмереж, координація подій які відбуваються ззовні та проведення власних, написання проектних заявок, комунікація з навчально-освітніми програмами і ще роблю масштабні івенти, ось остання була в LemStation до Дня бібліотекаря, до цього в серпні у нас був книгообмін у дворіку Ратуші, така промоція читання.
<b>І:</b>	<b>Добре, в продовження цього скажіть, будь ласка, які послуги надає Urban-бібліотека?</b>
<b>Р:</b>	У нас по факту усі бібліотеки працюють таким чином, ми видаємо книжки і можна прийти до нас та записатися незалежно від віку та статі, та користуватися простором як коворкінгом. Це дві такі основні послуги, і третя це можна провести подію у нас. Також у нас є ще така послуга як оренда приміщення, але це вже як така домовленість, що кожної суботи впродовж трьох років до нас приходять і проводять там якийсь захід чи заняття. Це те як ми працюємо для громади, до нас можна прийти і якщо це співзвучно із нашими цінностями то ми допоможемо організувати або просто

	надаємо приміщення.
<b>I:</b>	<b>Зрозуміло. Скажіть, будь ласка, яка кількість відвідувачів до Вас приходить за день чи можливо за місяць?</b>
<b>P:</b>	У нас є статистичні дані, і у нас ведеться статистика нових читачів, це тих кого не було цього року ще, або ті, хто вперше до нас прийшли, у нас був тиждень, коли у нас було 220 нових читачів. Але є постійні люди, наприклад, є двадцять студентів які приходять до нас кожен день, ми вже знаємо їх імена. У бідній день стабільно людей 40 приходить за книгами, та приблизно стільки ж в коворкінг. На вихідні у нас менше людей, так як у нас основна аудиторія студенти, і вони зазвичай їдуть на вихідні. Але у вихідні у нас часто проводяться якісь події. Ми ведемо форми на кожен захід, за минулий місяць на заходах у нас було понад двісті людей, але це враховуючи карантинні обмеження, тобто ми більше 15 людей на захід не пускаємо, але ось за місяць вийшло 220 людей.
<b>I:</b>	<b>Підсумовуючи цей структуру, скажіть, будь ласка, як би ви оцінили якість та функціональність цього креативного простору?</b>
<b>P:</b>	У нашому випадку все працює чудово, ми не перевантажуємо одне одного, у нас є окремо людина яка займається статистичними даними, є людина яка компетентна у питаннях фонду і є людина яка займається креативом і тут не виникає якихось питань. Єдине щоб мені хотілося змінити, але це вже питання законодавства, щоб якимось об'єктивно оцінити мою роботу, адже я все ж бібліотекар без категорії, але загалом стосовно



	комфорту та якості то все чудово.
<b>I:</b>	<b>Скажіть, будь ласка, чи має Ваш креативний простір власний статут?</b>
<b>P:</b>	У нас немає, є у централізованої бібліотечної системи, адже ми є бібліотекою філією, є загально бібліотечний статут.
<b>I:</b>	<b>Добре. Скажіть, будь ласка, чи є Вашому креативному просторі офіційні чи неофіційні правила та норми?</b>
<b>P:</b>	Насправді у нас є не дуже багато правил, єдине, що ми книги видаємо на два тижні, після двох тижнів їх треба продовжувати. але це є обов'язковим для всіх бібліотек, очевидно, що це і є прописано в статуті. Щодо поведінки чи ще чогось то ні, у ні, ми нікого ні в чому не обмежуємо. Єдине що, стосовно подій то ми рекомендуємо. щоб тематика відповідає нашій сфері діяльності, це урбаністика, архітектура та мистецтво, але загалом немає правил. Ми не забороняємо шуміти, а просимо наших відвідувачів поважати один одного і якщо вони розуміють, що приносять комусь дискомфорт, то просто просимо перестати це робити. Загалом ми не просимо, щоб було тихо, не вимірюємо шум, загалом якимось так.
<b>I:</b>	<b>Ще питання стосовно обмежень, можливо можете щось додати?</b>
<b>P:</b>	Під час карантину це обмеження по кількості людей. Зараз, я згадала, що у нас тут мали бути прописані деякі правила я зачитаю. Відмічатись у формулярі під час кожного перебування у

	<p>бібліотеці, залишайте за собою чистоту на робочому місці та кухні, поважайте інших відвідувачів, поводитись чемно, не можна вживати алкогольні напої, не можна хамити та грубо розмовляти з працівниками, заборона перебувати у стані алкогольного сп'яніння. У нас загалом можна переставляти меблі, лише потім поставити назад. Як таких особливих правил немає. Ось єдине, що я не згадала це про алкогольне сп'яніння, бо прецеденти вже такі були.</p>
<b>I:</b>	<p><b>Добре, давайте трохи поговоримо про рольову систему. Можливо Ви можете виокремити Вашу роль у діяльності Urban - бібліотеки?</b></p>
<b>P:</b>	<p>Я посередник між читачем та тим продуктом який пропонує бібліотека. Я в основному комунікую із читачами через наші соціальні мережі, займаюсь іміджевою історією, шуканням нових партнерів, по факту та частка простору яка є креативною цим займаюсь я, бо мої колеги займаються бібліотечною роботою.</p>
<b>I:</b>	<p><b>Добре. На Вашу думку, яку місію здійснює цей креативний простір? Конкретно для міста та суспільства.</b></p>
<b>P:</b>	<p>По-перше, це дуже класна промоція читання. У нашій бібліотеці класно та комфортно, можливо люди які до цього боялися ходити в бібліотеки можуть по іншому подивитися на це. По-друге, ми є доступними та інклюзивними, до нас може прийти будь-хто та відразу почати працювати і для цього не потрібно купувати каву як у кафе чи платити за час перебування. Це такі базові речі які повинне мати місто і це присутно у нашому просторі. Те ж саме із заходами, якщо це студенти чи якась громадська організація які</p>

	<p>не мають власних коштів, вони можуть прийти до нас і провести свій захід, не витрачаючи на це власні кошти. Я не можу сказати, що ми чимось відрізняємось від інших, але це ті базові речі які мають бути. Моя робота пов'язана з тим, що це популяризувати та залучати людей у ці простори, щоб вони знали про них.</p>
<b>I:</b>	<p><b>Дякую за відповідь. Ми вже трохи торкалися цього питання. Скажіть, будь ласка, чи є Ваш простір офіційно зареєстрованим. А також скажіть за формою господарювання чим є Ваш простір?</b></p>
<b>P:</b>	<p>Так, ми є бібліотекою філією централізованої бібліотечної системи для дорослих. Ми є бібліотека філія №8, в народі Urban-бібліотека. Тобто ми є від міста комунальна установа.</p>
<b>I:</b>	<p><b>Добре. Скажіть, будь ласка, які джерела фінансування має Ваш простір?</b></p>
<b>P:</b>	<p>У першу чергу це фінансування від міста, також кошти виділенні від управління культури і освіти, а також кошти від благодійних внесків, тобто від подій, або просто від читачів. У нас є загальний благодійний фонд бібліотек де за бажанням всі охочі можуть перерахувати кошти</p>
<b>I:</b>	<p><b>Скажіть, будь ласка, чи маєте Ви офіційних партнерів?</b></p>
<b>P:</b>	<p>У нас є багато друзів з якими ми співпрацюємо. Це, по-перше, управління культури, це видавництва різні, ми з ними постійно у співпраці. Також це Львівський муніципальний центр мистецький з яким ми активно співпрацюємо, Територія терору</p>

	це музей., Радіо Сковорода. Їх є багато насправді.
<b>I:</b>	<b>Добре. Як Ви вважаєте якими є позитивні/ негативні наслідки від створення таких креативних просторів?</b>
<b>P:</b>	Я як фанат такого, це для мене суцільний плюс. Як на мене це дуже добре працює в якості нетворкінгу, люди можуть об'єднуватись за інтересами. Так як кожен креативний простір відрізняється один від одного залежно від фокусних тем, наприклад, о нас ходять люди які цікавляться урбаністикою та мистецтвом. Так само в Муніципальний центр ходять ті, хто цікавиться мистецтвом, і таким чином формується якась спільнота яка взаємодіє, і з цього випливають якісь спільні проекти. Коли це відкритий простір і люди які тут працюють теж відкриті і хочуть щось робити цікаве разом, це насправді дуже класно працює, бо це нетворкінг, простір для роботи. Плюс цього всього, що це є доступно і люди проявляють до них довіру.
<b>I:</b>	<b>Як ви вважаєте, за останні роки збільшився чи зменшився попит на креативні простори в Україні та з чим це пов'язано?</b>
<b>P:</b>	Я більшу частину свого часу проводжу в компанії митців, тому стовідсотково попит збільшився на креативні індустрії. Проведено багато досліджень, ось Українська асоціація культурологів виграла грант УКФ на дослідження важливості креативних індустрій, вони робили таке дослідження, і якщо вони це робили значить є попит. По-друге, у нас зараз відкривається дуже багато класних просторів, наприклад як Муніципальний мистецький центр, він живе своїм життя, паралельно відкривається багато бібліотек. Це все якимось

	<p>закономірно, якщо такі простори відкриваються, значить це закономірно. Креативні індустрії зараз в тренді. Зараз кожен другий або дизайнер або культурний менеджер, тому тут треба розуміти, що ми всі переходимо в онлайн, людина має більше простору та можливостей, щоб займатися розумовою діяльністю, і в цьому випадку це про креативні індустрії, і відповідно людям потрібне десь разом збиратися ділитися думками та досвідом. І це в свою чергу піднімає імідж міста та країни.</p>
<b>I:</b>	<p><b>Дякую. Останній наш блок питань стосуватиметься COVID-19. Скажіть, будь ласка, які карантинні обмеження вплинули на роботу Вашого креативного простору?</b></p>
<b>P:</b>	<p>Я, власне, прийшла на роботу вже коли була пандемія. Але я розумію, що вплинули сильно, я коли приходила сюди раніше як читачка, тут все було зайнято, люли сиділи один на одному, всюди були люди. І було легше зацікавити людей на якісь події. Через пандемію ми працюємо онлайн, робили онлайн-події, зменшили кількість людей. На початках ми взагалі пускали людей лише за книгами, не можна було сидіти у коворкінгу, потім коли вже було послаблення, то нам дозволили, щоб люди сиділи у приміщенні, людина на 10 кв.м потім на 5 кв.м. Зараз у нас теж діють обмеження людина на 5 кв.м. це складно відслідкувати, але це все одно більше на домовленості. Але зараз все рівно вже закінчився локдаун і лише зараз люди стали нормально ходити, бо до того було важко. так як всі вже звикли до онлайн. Вже немає тієї звички відвідування офлайн заходів.</p>
<b>I:</b>	<p><b>Зрозуміло. Дякую Вам дуже за інтерв'ю. Можливо маєте, що</b></p>

	<b>додати?</b>
Р:	Все чудово, дякую

**Транскрипт інтерв'ю, проведеного з п. Світланою**

Місце проведення: вул.Шота Руставелі 12, Business Hub

Дата проведення: 25.10.2021 р.

I:	<b>Добрий день! Мене звати Ірина, я студентка 6 курсу. Наразі я проводжу дослідження у межах своєї дипломної роботи “Інституціоналізація креативних просторів в сучасній Україні”. Дякую, що погодилися взяти участь в інтерв'ю у ролі експерта. Тож давайте розпочнемо. Розкажіть, будь ласка, коротко про себе та ким Ви працюєте у креативному просторі Business Hub.</b>
P:	Добрий день, я Світлана Омельченко, операційна директорка у Business Hub. На посаді я вже 3 роки, працюю від заснування.
I:	<b>А чи мали раніше досвід роботи у креативних просторах чи дотичних сферах?</b>
P:	Ні, у мене був досвід пов'язаний із ритейлом, тобто він не був пов'язаний із креативними індустріями, тому цей досвід у мене вперше.
I:	<b>Зрозуміло, дякую.Скажіть, будь ласка, яким є Ваше особисте розуміння поняття креативний простір?</b>
P:	Для мене креативний простір це в першу чергу простір для креативних індустрій, творчих особистостей або безпосередньо бізнесу який пов'язаний із креативними індустріями. Це місце де креативні індустрії розвиваються, де вибудовується ком'юніті, де

	<p>вибудовуються нові колаборації для розвитку того чи іншого напрямку або ж власне сами представників креативних індустрій.</p>
<b>I:</b>	<p><b>Зрозуміло. Поговоримо більш детально саме про Ваш простір. Перший блок питань буде стосуватися організаційної структури. Скажіть, будь ласка, як виникла ідея заснувати такий креативний простір?</b></p>
<b>P:</b>	<p>Ідея у заснуванні хабу з'явилася у Володимира Воробєя, він засновник PPV Knowledge Networks і ідея зародилася у зв'язку з тим, що компанія розросталася і їм потрібно було знайти більший простір. Фактично, коли вони знайшли приміщення Business Hub, розташоване на Шота Руставелі 12, воно було значно більшим і таким чином зародилася ідея про те, щоб об'єднати представників різних креативних індустрій під одним дахом, з можливістю розвитку з програмами які організовує PPV Knowledge Networks і таким чином це и все об'єдналися в одне і так зародився наш простір.</p>
<b>I:</b>	<p><b>Дякую. Опишіть, будь ласка, структуру Вашого креативного простору? ( площа, кількість приміщень)</b></p>
<b>P:</b>	<p>Площа Business Hub 650 кв.м, у нас є 10 офісів які ми надаємо в оренду, у нас є опенспейс для коворкерів, де кожен може орендувати собі робоче місце. У нас є 4 скайп-кімнати для зручності наших резидентів, 3 переговорні кімнати для проведення різних заходів, навчань чи тренінгів, перемовин, для зручності у нас є кухня, та кав'ярня х прекрасних виходом у наш літній майданчик, де всі наші друзі можуть взяти смайної кави і</p>



	перепочити від роботи.
<b>I:</b>	<b>Опишіть, будь ласка, організаційну структуру Вашого простору? (кількість працівників, посади)</b>
<b>P:</b>	Безпосередньо у нас працює до семи осіб, у нас є 3 адміністратори, є бухгалтер, менеджер із комунікацій, операційний директор і є ще також двоє охоронців.
<b>I:</b>	<b>Скажіть, будь ласка, яка кількість постійних відвідувачів/резидентів у Вашому просторі?</b>
<b>P:</b>	Насправді все залежить дуже від сезону, враховуючи те що на карантині у нас була 50% зайнятості зі всього хабу. Зараз у нас все зайнято, всі офіси і десь на 70% коворкінг, теоретично це десь 50-70 осіб у хабі знаходиться постійно.
<b>I:</b>	<b>Зрозуміло. Скажіть, будь ласка, які послуги надає Ваш креативний простір?</b>
<b>P:</b>	Business Hub крім оренди офісних приміщень, оренди робочих місць в коворкінгу та оренди тренінгових залів також надає консалтингові послуги, це зокрема, бухгалтерський супровід, також можна скористатись новою послугою на базі консалтингу, зокрема з маркетингу, продажів, сервісного дизайну і стратегічних сесій. Тепер ми маємо більш обширний пакет послуг для наших резидентів, які працюють в креативних індустріях чи ІТ-сфері і вони можуть скористатися тими чи іншими послугами аби їм це допомогло та дало результат.

<b>I:</b>	<b>Як Ви оцінюєте якість та функціональність креативного простору?</b>
P:	Удосконалювати завжди варто і не важливо чи це етап розвитку чи це можливо якийсь період стабільності. Звісно для будь-якого простору важлива вибудова ком'юніті, яку можна вибудовувати спільними заходами, івентами і мабуть у цьому є сенс що можна покращувати. Адже у процесі спілкування люди знаходять нові рішення, знаходять нові ідеї для втілення в життя.
<b>I:</b>	<b>Дякую, із назви зрозуміло, що Вашим основним тематичним фокусом є бізнес, можливо ще щось можете виокремити?</b>
P:	Насправді бізнес не такий вузький як здається, тому що те що роблять креативні індустрії чи дизайнери чи компанії які щось виготовляють це теж про бізнес, тому бізнес це щось дуже обширно. Зокрема, у хабі працюють ІТ-компанії які працюють над розрозкою різних продуктів. Загалом можна сказати, що наші резиденти у коворкінгу повязані із різними напрямками бізнесу та налагодження різних процесів, розробляють якісь програмні забезпечення, в той час є дизайнери. Фактично у хабі дуже багато напрямків.
<b>I:</b>	<b>Скажіть, будь ласка, які креативні простори у м.Львові Вам відомі?</b>
P:	Безумовно Urban-бібліотека, KIVSH, який зараз лише набирає обертів та на стадії реновації, однозначно Бібліотека Шептицького, яка об'єднує різні компанії та лише студенти там можуть проводити події, але й різні організації. Platforma колись була, зараз це вже

	Futura Hub, вони теж мають багато гарних просторів для проведення подій.
<b>I:</b>	<b>Скажіть, будь ласка, чи має Ваш креативний простір власний статут?</b>
<b>P:</b>	Ні, немає
<b>I:</b>	<b>Добре, тоді скажіть які норми та правила ( офіційні/неофіційні) встановлені у Вашому креативному просторі для працівників/резидентів?</b>
<b>P:</b>	Щодо працівників то ми працюємо згідно законодавства, тому фактично згідно трудових норм ми дотримуємось правил. Для наших резидентів ми підписуємо договори, у нас окремо є додаток до договору де є перелік правил. Зокрема вони є стандартні, дотримуватись правил поведінки, не порушувати тишу, несемо відповідальність за свої дії в хабі.
<b>I:</b>	<b>Зрозуміло. Скажіть, будь ласка, які існують обмеження та механізми контролю діяльності Вашого простору?</b>
<b>P:</b>	Щодо алкоголю як такого правила у нас немає боте наявність кухні, де кожен може собі дозволити це. Щодо відповідальності у нас є такий пункт де кожен зобов'язаний відшкодувати збитки за пошкодження майна, відповідно якщо хтось щось пошкодить нам або нашим резидентам, згідно договору він мусить це відшкодувати. Також у нас передбачено, що ми маємо право відмовити замовнику в наданні послуг якщо цей користувач знаходиться у стані наркотичного або алкогольного сп'яніння або

	якщо поведінка принижує честь та гідність.
<b>I:</b>	<b>Добре, дякую із цим зрозуміло. Скажіть, будь ласка, яка Ваша роль у діяльності креативного простору?</b>
<b>P:</b>	За мною закріплена велика кількість обов'язків, зокрема, це співпраця із нашими резидентами, я завжди намагаюсь особисто познайомитися, ближче спілкуватись для того щоб розуміти в яких напрямках задіяні наші резиденти, щоб краще усвідомлювати кого краще познайомити між собою. Безпосередньо працюю із працівниками, зокрема, адміністраторами. Тобто це і ейчар напрямок і операційна діяльність і фінансова і юридична сторона.
<b>I:</b>	<b>На Вашу думку, яку місію здійснює конкретно Ваш креативний простір?</b>
<b>P:</b>	Наша місія це бути центром тяжіння для середнього та малого бізнесу. Насправді до карантину ми мали ще одну посаду як менеджер з проектів та тренінгів, зокрема через різні тренінги ми намагались донести різні меседжі для середнього та малого бізнесу. Ми намагались піднімати такі питання які важливі на тому чи іншому моменті розвитку. На жаль, карантин вніс свої корективи. Зараз ми з колегами запустили Швидку Бізнес Допомогу, це 30-ти хвилинні консультації з провідними експертами різних галузей, що націленні на підприємців, які можуть отримати відповідь на те чи інше питання. Це абсолютно безкоштовно.
<b>I:</b>	<b>Зрозуміло, дякую. На Вашу думку, яка основна роль креативних просторів для міста та суспільства загалом (для</b>

	<b>культурної, економічної, соціальної, освітньої сфери)?</b>
<b>Р:</b>	Загалом якщо взяти глобально, ми маємо дуже гарних сусідів це Я Галерея П.Гудімова, ми з ними маємо гарні відносини і деякі з їхніх виставок відбуваються у нас. Щоб люди дізнавалися про прекрасне та знайомились із нашими сусідами. Тому бачимо позитивні моменти в такій співпраці і загалом креативні простори повинні мати налагодженні гарні стосунки між собою, щоб створити цікаві проекти та ком'юніті, що для будь-якої держави та міста є важливим, щоб креативні індустрії розвивалися. Це допомагає молоді та творчим особистостям знайти свою самореалізацію та мати високий рівень культури. Тому я вважаю що першим важливим моментом для креативних індустрій є надати всі ці інструменти, можливість реалізовувати свої ідеї.
<b>І:</b>	<b>Зрозуміло, дякую. Скажіть, будь ласка, чи є Ваша установа офіційно зареєстрована та за організаційно-правовою формою господарювання чим є Ваш простір ?</b>
<b>Р:</b>	Ми зареєстровані як ТОВ, відповідно ми працюємо згідно законодавства України, лише згідно трудового договору.
<b>І:</b>	<b>Скажіть, будь ласка, які джерела фінансування має Ваш креативний простір?</b>
<b>Р:</b>	На даний момент ми є автономними та залежимо від наших резидентів та завантаженості хабу
<b>І:</b>	<b>Чи маєте Ви офіційних партнерів?</b>

P:	Це наші засновники PPV Knowledge Networks
I:	<b>Зрозуміло. Як Ви вважаєте, якими є позитивні/негативні наслідки від створення нових креативних просторів?</b>
P:	Я не бачу у цьому негативу, лише позитив, адже такі простори допомагають безпосередньо розвивати креативні індустрії і фактично якщо креативні простори будуть себе підсилювати завдяки спільним проектам то це лише на позитив.
I:	<b>Як Ви вважаєте, за останні роки збільшився/ зменшився попит на креативні простори в Україні. З чим це пов'язано?</b>
P:	Однозначно збільшився адже бізнес в Україні стає значно свідомим більш екологічним стає більш всепідтримуючим. Люди зрозуміли що ділитися своїм досвідом, знаходити партнерів, втілювати свої ідеї це лише буде набирати обертів і карантин цьому не завадить
I:	<b>Дякую, власне, як карантинні обмеження вплинули на роботу Вашого креативного простору?</b>
P:	Загалом це цінний досвід бо ти гарно оцінюєш свою діяльність і можеш перевірити наскільки працююча бізнес-модель. Це є виклик для кожного бізнесу, ми зокрема, були дуже завязанні на оренді та живому спілкуванні, тому для нас це був складний період, але ми вчасно оцінили ситуацію і підготувались. Тому все гаразд, єдине що, держава в таких випадках має передбачати компенсації для підприємств і компаній, що несуть великі збитки за цей період, бо відповідно збитки несе лише та компанія яка опиняється в такій ситуації, яка надає простір в оренду. Тому було б добре якби

	органами влади це було оцінено і щоб це в майбутньому були зважені дій із конкретним планом, що підприємці мають діяти в такій ситуації.
<b>I:</b>	<b>У мене на цьому все, дякую за інформативну розмову.</b>



Фото Business Hub (зовнішній вигляд)

*Джерело: особистий архів Business Hub*



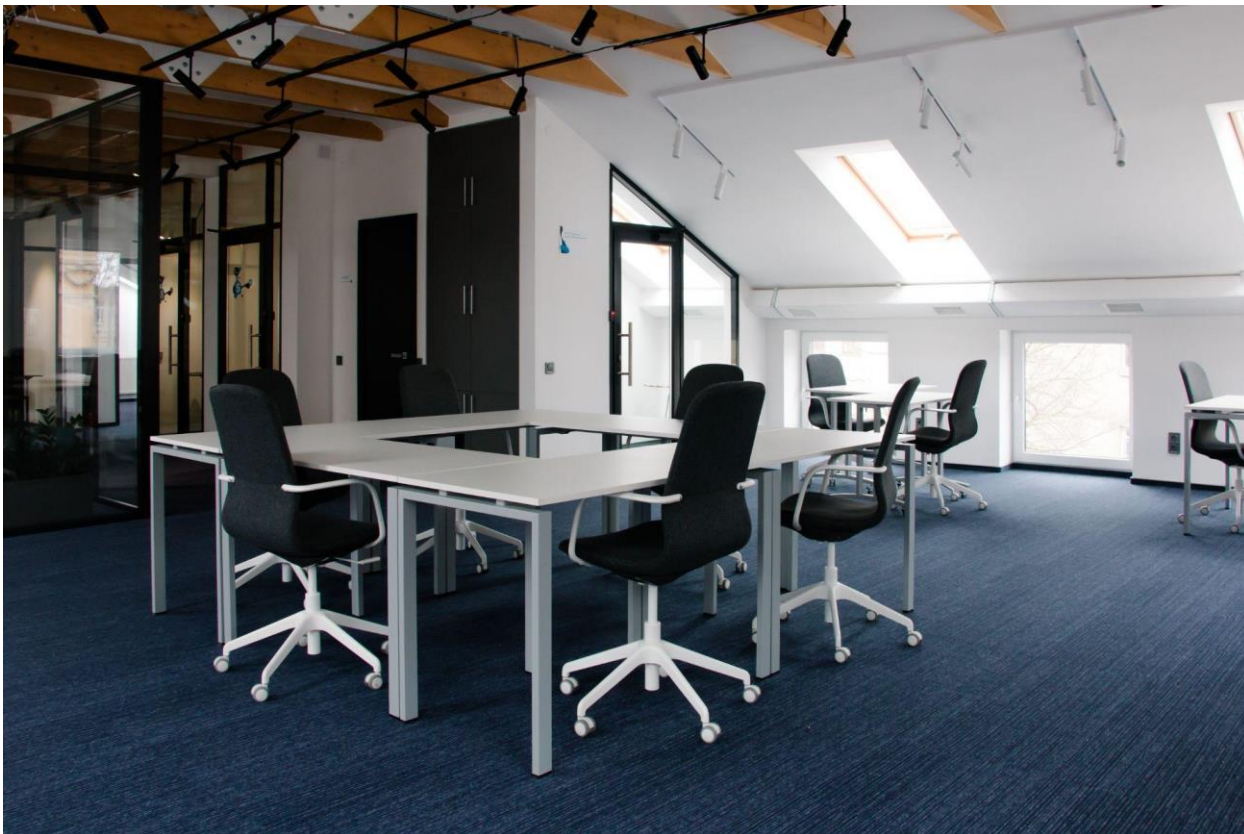


Фото Business Hub (внутрішня структура)

*Джерело: особистий архів Business Hub*



Фото Urban-бібліотека (зовнішній вигляд)

*Джерело: особистий архів Urban- бібліотеки*

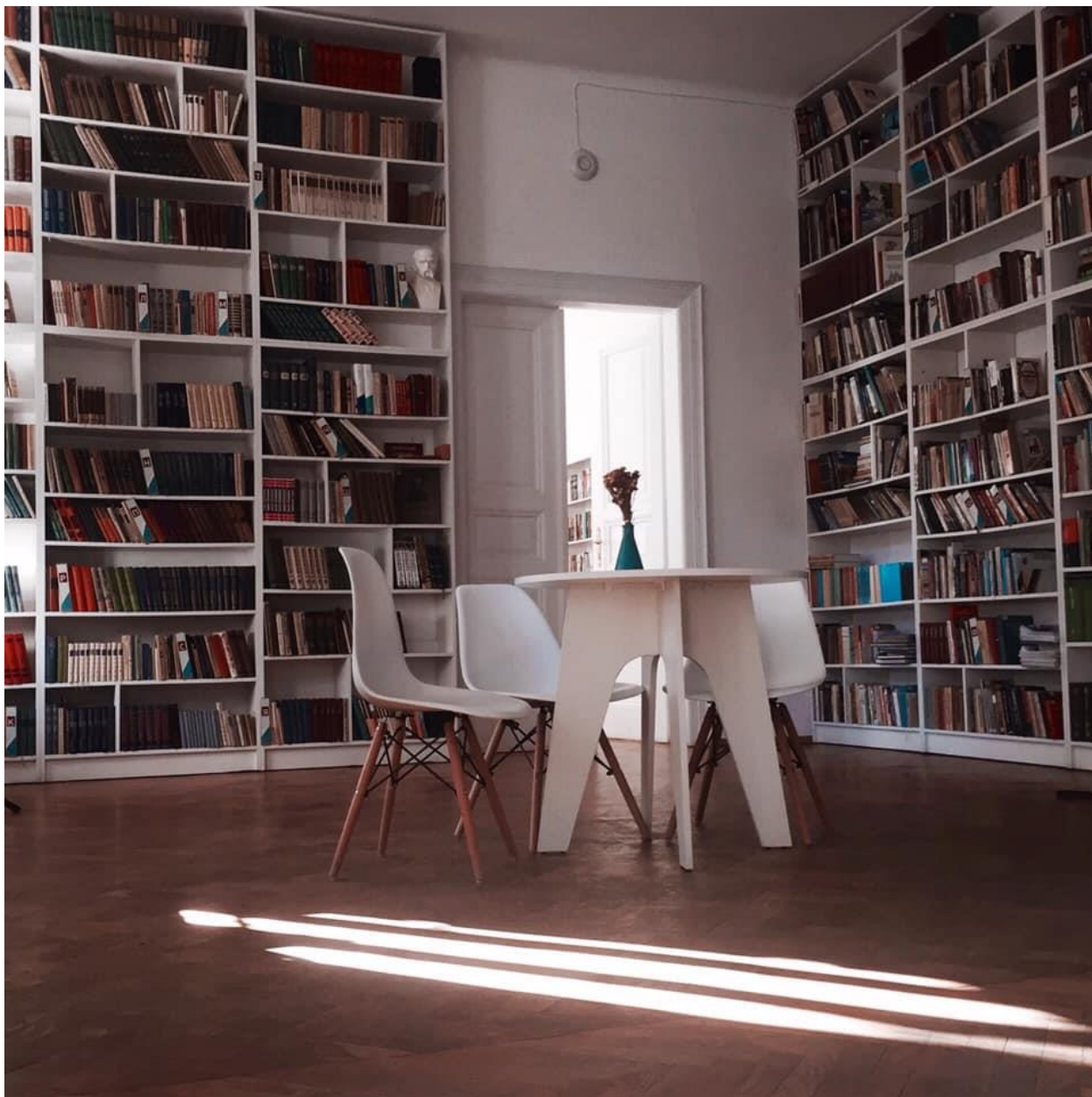


Фото Urban-бібліотека (внутрішня структура)

*Джерело: особистий архів Urban- бібліотеки*