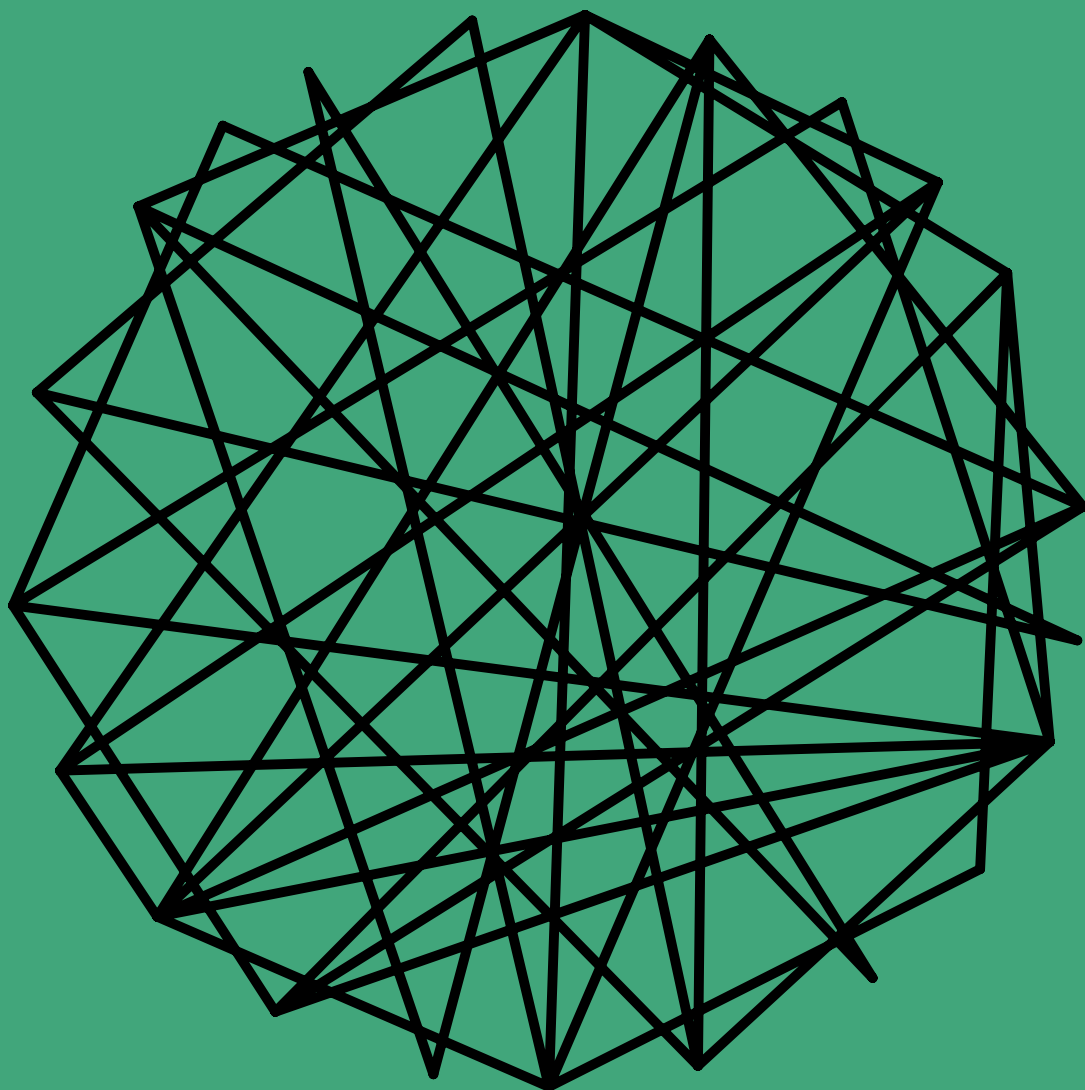




Cedos

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Дослідження дозвілля і культурних потреб міської молоді в Україні





Дослідження дозвілля і культурних потреб міської молоді в Україні

Авторки:

Юлія Назаренко
Олена Сирбу
Ліліана Філіпчук
Єлизавета Хассай

Керівниця проекту:

Анастасія Боброва

Рецензент_ки*:

Вікторія Алієва
Іван Вербицький
Олександра Слободян

Редагування і коректура:

Роксолана Машкова

Верстка:

Марія Бойко

Дослідження провів аналітичний центр Cedos за підтримки Українського культурного фонду.

Український культурний фонд — державна установа, створена у 2017 році як нова модель надання на конкурсних засадах державної підтримки та промоції ініціатив у сфері культури та креативних індустрій. Діяльність Фонду, відповідно до чинного законодавства, є невід’ємною частиною політики і визначених пріоритетів діяльності Міністерства культури та інформаційної політики України.

Сайт: ucf.in.ua. Facebook:

<https://www.facebook.com/ucf.ua/>

Видання підготовлено за підтримки Українського культурного фонду. Позиція Українського культурного фонду може не збігатись з думкою авторок.

Будь-яке використання матеріалів, розміщених у цьому виданні, дозволене за умови згадки першоджерела не пізніше другого абзацу тексту.

* Тут і далі ми використовуємо іменник з відділеним «_» гендерованим закінченням для позначення особи, гендер як_ої невідомий чи не має значення в нинішньому контексті, та групи осіб різного гендеру, або гендер яких невідомий, або гендер яких не має значення в нинішньому контексті. Ми однаково поважаємо жінок, небінарних осіб та чоловіків. Оскільки в україномовному інформаційному просторі сьогодні набагато частіше підкреслюється існування чоловіків, ніж усіх інших (тобто більшості людей), ми, щоб врівноважити цей перекис, тут і далі використовуємо таку форму на позначення сукупності різних людей чи людини, гендер як_ої невідомий.

Зміст

Вступ •	7
Трансформація дозвілля	9
Міста, культура, дозвілля	10
Нерівності у проведенні дозвілля	12
Методологія •	15
Розділ 1 • Дані про молодь	21
Інформація про опитування	23
Якими є зайнятість і види діяльності молоді?	24
Скільки грошей отримують молоді люди і на чому заощаджують?	25
Регіональні особливості	27
Якими є відмінності між чоловіками і жінками у сфері зайнятості?	28
Як молодь проводить будні та вихідні?	29
Як молодь проводить позаробочий час?	31
Розділ 2 • Особливості дозвілля міської молоді	37
Як молоді люди розуміють «відпочинок» і «дозвілля»?	39
Яким є дозвілля молодих людей?	41
Як сфера зайнятості та умови праці впливають на дозвілля?	44
Як відрізняється дозвілля молодих жінок і чоловіків?	49
Як карантин вплинув на дозвілля і зайнятість молоді?	51
Розділ 3 • Дозвілля і культура:	
Херсон	55
Якими є культурні та молодіжні політики міста?	57
Як враховують потреби вразливих груп молоді при розробці культурних і молодіжних політик?	64
Якою є інфраструктура культурного дозвілля міста?	67
Чи задовольняє наявна в місті культурна інфраструктура потреби молоді у дозвіллі та відпочинку?	70
Яка роль подій / фестивалів / ярмарків у дозвіллі молоді?	76
Як працюють державні та комунальні заклади культури?	79
Розділ 4 • Дозвілля і культура:	
Івано-Франківськ	83
Якими є культурні та молодіжні політики міста?	85
Як враховують потреби вразливих груп молоді при розробці культурних і молодіжних політик?	90
Якою є інфраструктура культурного дозвілля міста?	93
Яка роль подій / фестивалів / ярмарків у дозвіллі молоді?	94
Чи задовольняє наявна в місті культурна інфраструктура потреби у дозвіллі та відпочинку молоді?	97
Як працюють державні та комунальні заклади культури?	103
Розділ 5 • Дозвілля і культура: Хмельницький	107
Якими є культурні та молодіжні політики міста?	109
Як враховують потреби вразливих груп молоді при розробці культурних і молодіжних політик?	115
Якою є інфраструктура культурного дозвілля міста?	117
Яка роль подій / фестивалів / ярмарків у дозвіллі молоді?	118
Чи задовольняє наявна в місті культурна інфраструктура потреби молоді у дозвіллі та відпочинку?	121
Як працюють державні та комунальні заклади культури?	125

Висновки •	131
Рекомендації •	139
Рекомендації органам місцевого самоврядування.....	141
Херсон	142
Івано-Франківськ	142
Хмельницький.....	143
Рекомендації закладам культури.....	144
Джерела •	145

Вступ ●

Трансформація дозвілля

Дозвілля часто розглядають через наявність вільного часу, який начебто є у всіх. А також наголошують на індивідуальному вільному виборі при організації дозвілля. Проте якби це відповідало дійсності, працівни_ці в усьому світі не знали би про депресивні стани, проблеми зі здоров'ям і вигорання. Новий зсув у тому, як ми розуміємо, проводимо, вивчаємо дозвілля відображає сучасне життя з його стиранням соціальних поділів, але і з появою нових нерівностей.

Дозвілля є важливою складовою життя. Всесвітня організація охорони здоров'я включає показник дозвілля і рекреації у власний інструмент вимірювання якості життя. Вперше дозвілля стає предметом дослідження на межі XIX–XX століть — у класичній праці Веблена «Теорія бездіяльного класу». В античні та середньовічні часи наявність можливостей для дозвілля була прерогативою найбільш заможних (Веблен, 1984, с. 57). Водночас незалученість до виробництва і фізичної праці вважалася «облагороджуючою» і таким способом життя, якого варто прагнути, адже працюю займалися лише невеликі мешкан_ки (Веблен, 1984, с. 85). За Вебленом, ці характеристики стають символом соціального домінування, тому менш заможні люди, як-от міщан_ки, і собі шукають можливостей для дозвілля, наслідуючи заможних і намагаючись уподібнитися їм. Таким чином, дозвілля стає бажаним і «перетікає» до інших соціальних класів (Gershuny and Fisher, 1999, р. 3). Пізніше таке пояснення не задовольняло соціальних дослідни_ць — зокрема, деякі сучасни_ці вважають, що Веблен переоцінив роль бездіяльного класу. Адже люди хоч і стежать, наприклад, за життям королівських родин, вони рідко прагнуть їх наслідувати. Натомість часто прагнуть бути подібними на зірок кіно чи спорту (Rojek, 1997). Критики_ні також вказують на нечітке пояснення механізму наслідування, яке за теорією Веблена відбувається нібито радше інстинктивно, ніж усвідомлено (Campbell, 1995). Попри це, Веблен описав два важливі спостереження: патерни дозвілля і рекреації тісно пов'язані з характером економіки, а в проведенні дозвілля люди керуються не тільки економічними мотивами, але й бажанням визнання та іншими соціальними потребами (Biggart, 1994, р. 672).

Промислова революція і швидке зростання міського населення призвели до появи нового соціального класу — пролетаріату. Структура робочого часу була підпорядкована потребам фабрик і заводів, тож тривалість і умови праці ставали дедалі нестерпнішими. Оцінки соціолог_инь підтверджують, що робітни_ці в середині XIX століття у Великій Британії працювали по 70 годин на тиждень (Biggart, 1994, р. 677). На перетині XIX і XX століть в індустріалізованих країнах робітни_ці поступово виборювали свої права. Відбулося запровадження стандарту 8-годинного робочого дня і двох вихідних на тиждень, а також соціальних прав, зокрема права на відпустку. Таким чином, епоха індустріальної модерності остаточно розділила сфери життя робочого класу та інституціоналізувала розмежування між роботою та відпочинком.

На цьому процеси трансформації дозвілля не завершилися. У XX столітті відбувається комерціалізація дозвілля. Внаслідок стимулювання споживання після Другої світової війни, що відбувалося у розвинутих капіталістичних економіках, дозвілля стає продуктом, який продається. Населення заохочують насолоджуватися життям, купувати і вкладати в облаштування та декорування власного помешкання (Allan & Crow, 1991, р.22). Умовно, наявність телевізора стала свідченням високої якості життя. Зростання кількості власни_ць житла, покращення житлових умов зробило дім безпечним простором, що гарантував певну автономність і контрольованість життя (Allan & Crow, 1991, р. 21). Відтак з'являється дедалі більша різноманітність доступних домашніх розваг, таких як телебачення, а пізніше й інтернет. Соціальне життя стає більш приватним і часто проходить удома.

Поступово відбувається процес стирання меж між роботою та відпочинком. Постіндустріальна економіка начебто відкриває молодим і освіченим людям більше можливостей обирати, де і коли вони хочуть працювати. Працівни_ці теоретично мають багато вільного часу і мали би бути менше поглинуті роботою. Однак вони витрачають вільний час на те, щоб збільшити свої заробітки, або на гібридні форми проведення часу, які складно класифікувати. Зокрема, думку про «кризу дозвілля» висловлює дослідниця Джуліет Шор (Schor, 1991).

Однак деяким людям тривала і напружена робота, навпаки, приносить задоволення, їм подобаються нові проекти, складні задачі та виклики. Такі тенденції спровокували обговорення того, чи можна таку роботу (переважно розумова праця, або knowledge work) вважати «новим дозвіллям» (Lewis, 2003, р. 344). У науковій спільноті, зокрема, вивчають вплив збільшення тривалості робочого часу на індивідуальний рівень задоволеності життям, сім'ю і громаду. Наприклад, дослідження бухгалтерів-трудоголів робить спробу глибше проаналізувати причини явища стирання меж роботи і життя, яке опитані люди називали не інакше як «вільним вибором» (Lewis, 2003, р. 344).

Діджиталізація у XXI столітті призводить до урізноманітнення способів проведення часу вдома: це і онлайн-ігри, і соціальні мережі, і влоги. Члени сім'ї, які раніше збиралися ввечері навколо телевізора, тепер можуть самостійно обирати контент, який їх цікавить, і споживати його окремо. Адаже тепер вони мають персональні електронні пристрої і доступ до швидкісного інтернету. Відбувається фрагментація дозвілля, адже тепер проживання під одним дахом вже не є гарантією проведення часу разом (López-Sintas, Rojas-DeFrancisco & García-Álvarez, 2017, р.11). Це можна розглядати і як недолік, і як певну перевагу, адже цифрові технології дозволяють спілкуватися і разом проводити час тим членам родини чи друзям, що фізично перебувають далеко одні від одних.

Якими би не були конфігурації дозвілля, дослідження підтверджують, що кількість і якість проведеного дозвілля має вплив на фізичне та ментальне здоров'я, рівень задоволеності життям і суб'єктивного добробуту (Haworth & Lewis, 2005; European Commission, 2011). У дитинстві та підлітковому віці, а пізніше в дорослому віці дозвілля є важливим для розвитку низки індивідуальних компетенцій. Зокрема йдеться про подолання та розв'язання конфліктів, засвоєння толерантної поведінки, взаємоповаги та розвиток соціальних і комунікативних навичок (Mareque, de Prada Creo, and Gonzalez-Sanchez, 2019; Sivan, 2003).

У XXI столітті дозвілля дедалі частіше пов'язують не з роботою та виробництвом, а з культурою та споживанням. Таким чином, пізніші дослідження відходять від традиції вивчати дозвілля у його зв'язці з роботою і зосереджують увагу на взаємозв'язку між дозвіллям та культурою. Дедалі більше досліджень переймають таку перспективу і цим самим впливають на розробку політик, пов'язаних із дозвіллям та культурою.

Чи обов'язково тривалість робочого часу скорочується внаслідок економічного зростання і розвитку технологій? Чи справді дозвілля «перетікає» з вищих класів до нижчих? Чи зменшуються обсяги хатньої праці, яку традиційно виконують жінки? Які нерівності виникають внаслідок розвитку цифрових технологій? Ці питання перебувають у фокусі дослідни_ць дозвілля.

Міста, культура, дозвілля

У цьому дослідженні ми звертаємо увагу на дозвілля міської молоді, а також на доступність культурного дозвілля в трьох містах України. Саме тому варто зазначити, що на структуру і доступність дозвілля, зокрема культурного, впливають також

економічні процеси, які визначають розвиток міст. Наприклад, постійні колообіги капіталу (circuits of capital) — інвестиції у виробництво, створення нових товарів і послуг з подальшими реінвестиціями надлишків капіталу і його перерозподілом через освіту, культуру, охорону здоров'я — відбуваються у просторі міст. У свою чергу, такий рух стимулює міста створювати нову інфраструктуру, щоб підвищити ефективність таких циркуляцій. Такі процеси заохочують міста до конкуренції за ресурси і робочу силу, переміщення яких є важливою умовою функціонування сучасного капіталізму (Harvey, 1985).

Існує припущення, що міста, які пропонують різноманітні можливості для задоволення потреб в освіті, культурі, спорті й розвагах, є більш конкурентоспроможними і мають кращі перспективи економічного зростання (Florida & Mellander, 2015). У цій так званій економіці знань (knowledge-based economy) людський капітал є ключовим (Mellander & Florida, 2013), а здатність залучати й утримувати висококваліфікованих спеціалістів вважається вирішальним фактором для процвітання окремих міст, кластерів і навіть цілих країн.

Однак ці процеси можуть супроводжуватися комодифікацією міського простору та комерціалізацією різних сфер суспільного життя, зокрема культури. Культура може стати для міст одним зі способів збільшити свою конкурентоспроможність, інвестиційну або туристичну привабливість. Наприклад, передбачається, що великі культурні проекти приваблять інвестиції і нових людей у міста (Evans, 2001; Evans, 2005). Економічні блага, які місто отримує внаслідок цього, зокрема можливості роботи й вищі заробітні плати, рано чи пізно начебто спускаються або просочуються до соціально вразливих груп людей (Bailey, Miles and Stark, 2004; Miles and Paddison, 2005). Цей процес називають trickle-down ефектом. Дослідниця Клер Коломб пише про те, що економічні блага часто не «просочуються» до груп людей і просторів, які найбільше їх потребують. А великі культурні проекти та події, навпаки, забирають ресурси, які можна було би використати на створення іншої соціальної інфраструктури. Крім цього, масштабні проекти і події — як, наприклад, міжнародні пісенні конкурси — іноді шкодять деяким спільнотам, бо запускають процеси джентрифікації і комодифікації культури та культурних просторів (Colomb, 2011).

За таких умов цінність культури може знижуватися. А культурний продукт може вважатися потрібним тільки тоді, коли приносить прибуток: прямий — наприклад, від продажу квитків на сеанс у кінотеатрі — або опосередкований, через майбутні інвестиції для міста. Таким чином відбувається зсув від поняття культури до поняття креативних індустрій — індустрій, що розвиваються завдяки індивідуальним талантам і навичкам та нерозривно пов'язані з інноваціями, технологічними змінами (Garnham, 2005), створенням робочих місць і примноженням прибутків. Відтак місця для дозвілля, що є місцями споживання культури, такі як мистецькі галереї, театри і кінотеатри переходять від публічної до комерційної сфери шляхом приватизації. Дані Держстату вказують на скорочення кількості закладів культури, зокрема театрів і бібліотек (Державна служба статистики України, 2018). У публічних обговореннях домінує дискурс про те, що ті заклади культури, які залишаються «на балансі» міста чи держави, мають самі подбати про способи отримання прибутку (Кошкіна & Бад'йор, 2013). Натомість проблема зміни підходів до управління закладами культури та їхнього фінансування залишається поза увагою.

Однак культура, як і дозвілля, є формою самовираження людини і може мати позитивний ефект на почуття суб'єктивного добробуту. Залученість до культурних активностей не лише відіграє важливу роль у якісному дозвіллі, а й може збагачувати соціальне життя людей, посилювати згуртованість і підвищувати рівень партисипації на рівні громад (Matarasso, 1997). Саме тому вкрай важливим є збереження доступності закладів культури для менш привілейованих соціальних

груп: людей з інвалідністю, людей, що опинилися у складних життєвих обставинах, малозабезпечених людей, етнічних та національних спільнот, представни_ць ЛГБТКІ+.

Нерівності у проведенні дозвілля

Ранні підходи до вивчення дозвілля пропонували плюралістичну модель, відповідно до якої інтереси до певного виду дозвілля у індивіда виникають під впливом різних обставин. Тим не менше, люди використовують своє дозвілля для будовування такого стилю життя й отримання такого досвіду, якого вони найбільше шукають і прагнуть (Scruton and Watson, 2016). Дозвілля розуміється як власне вільний час або вільний вибір. Робертс, творець плюралістичної моделі (Roberts, 1979), хоч і не заперечує впливу віку, статі, соціоекономічного статусу, але вважає, що ці фактори мають безліч конфігурацій, а споживач_ки все ж мають можливість вільного вибору.

Такий підхід отримав досить багато критики (Wearing, 1998; Green, Hebron & Woodward, 1990; Clarke & Critcher, 1994) з боку неомарксистської та феміністичної перспективи. На противагу плюралістичній моделі Едгар Джексон інтегрував і розвинув теорію обмежень, заохочуючи дослідни_ць вивчати неучасть (non-participation) у дозвіллі більш глибоко — не тільки задля кращого розуміння причин вибору, а й інших аспектів, наприклад, рівня задоволеності дозвіллям. За Джексоном, вибір способу проведення дозвілля зумовлений особистісними, міжособистісними та структурними обмеженнями (Jackson, 2000, p. 64). Відповідно до цієї теорії, люди здатні в різний спосіб долати обмеження і брати участь у дозвіллі.

Завдяки критиці попереднього підходу в соціогуманітарних дисциплінах з'явилася традиція розрізняти вільний час (free time) та дозвілля (leisure time). **Вільний час** — це частина добового часу, який залишається після виконання робочих або інших зобов'язань, таких як неоплачувана праця (наприклад, регулярне прибирання дому) чи навчання у школі (Shaw, 1986, p. 178). Тобто це той ресурс, який людина добровільно розподіляє, присвячуючи його своєму відпочинку або задля інших персональних інтересів. **Дозвілля** може бути визначене як суб'єктивний досвід або стан, спрямований на задоволення своїх інтересів та потреб, зокрема культурних (Shaw, 1986, p.186). Дозвілля дає можливість для самовираження, розслаблення, отримання задоволення, саморозвитку й іноді навчання у менш стресових умовах, ніж пропонує формальна освіта.

Може здаватися, що у незайнятих людей, пенсіонерів чи людей, що займаються домашнім господарством, є багато вільного часу. Однак це не означає, що вони займаються дозвіллям. Адже не всі мають однакові можливості у проведенні вільного часу, зокрема через описані вище процеси трансформації дозвілля та культури. Варто звернути увагу на декілька структурних обмежень, які можуть вказувати на причини різної участі в дозвіллі серед різних соціальних груп.

Гендер. Дослідни_ці загалом сходяться на тому, що гендер відіграє ключову роль у паттернах роботи та дозвілля. Жінки можуть бути менше залученими до дозвіллевих практик, ніж чоловіки, зокрема через інакші фінансові можливості, страх перед насильством, брак транспорту, нестачу певних навичок і здібностей. Проте найбільше у фокусі дослідни_ць ті обмеження, що пов'язані з сімейними та домашніми обов'язками жінок. Адже через подвійне навантаження жінки мають менше можливостей для «оберігання особистого вільного часу» (Haworth, & Lewis, 2005; Green, Hebron & Woodward, 1990). Зокрема, дослідження на основі якісних даних описують емоційну та фізичну роботу жінок, яку вони виконують, щоб родина успішно провела відпустку чи свята. Це може бути робота, пов'язана з

великою кількістю покупок, приготуванням їжі, плануванням розваг, пакуванням подарунків, прийманням і відвідуванням гостей тощо (Henderson & Allen, 1991, р. 104). Таким чином, для жінок, наприклад, родинна відпустка може означати брак відпочинку через додаткові турботи.

Рівень доходу. Люди з нижчим рівнем доходу мають обмежені можливості для дозвілля, бо передусім вони повинні задовольняти свої базові потреби, такі як потреба в житлі, харчуванні, охороні здоров'я. До того ж люди з нижчим доходом або соціально-економічним статусом можуть виявляти менший інтерес до нової діяльності. Адже саме вони відчувають сильніші особистісні обмеження, такі як вищий рівень стресу чи тривожності, побоювання щодо здоров'я та безпеки, брак попереднього досвіду чи знань порівняно з людьми, які перебувають у кращій економічній ситуації. З цих самих причин люди з невисоким рівнем доходу схильні повідомляти про загалом більшу кількість обмежень у доступі до дозвілля (Godbey, Crawford & Shen, 2010, р. 120). Наприклад, вони говорять про брак компанії, яка провела би час з ними, брак грошей і необізнаність про різні можливості відпочинку. Таким чином, економічні труднощі пов'язані не тільки із обмеженими фінансовими ресурсами, які можна використати для проведення дозвілля, але і з досвідом сприйняття різноманітних обмежень.

Зайнятість та умови праці. Дослідниці називають три фактори, пов'язані з роботою, які можуть встановлювати певні обмеження для дозвілля працівниці: графік роботи, організаційні норми і контроль керівництва (Kuykendall, Zhu, & Craig, 2020, р. 1). На планування та організацію дозвілля впливає нестабільна кількість робочих годин, яка залежить від попиту, а також збільшення кількості людей, які працюють через мобільні застосунки і дистанційно. Особливо непропорційно це впливає на низькооплачуваних працівниці. Для людей, які працюють з дому, гнучке планування може стати джерелом стресу, коли доводиться робити вибір між численними робочими завданнями та домашніми обов'язками (Hilbrecht, Shaw, Johnson, & Andrey, 2013). На відміну від них, високооплачувані спеціалістки частіше стикаються з високим рівнем контролю за їхніми графіками через кількість важливих зустрічей і дзвінків, потребу завжди бути на зв'язку і прагнення бути «ідеальними працівницями» (Kuykendall, Zhu, & Craig, 2020, р. 3). Іншою перешкодою для дозвілля, що особливо гостро проявилася під час пандемії COVID-19, є посилений контроль з боку керівництва. Роботодавці або супервізори не завжди можуть підтримувати потребу працівниці у дотриманні балансу між роботою і особистим життям (work-life balance).

Вік. Люди старшого і третього віку також рідше, ніж інші, займаються дозвіллям — наприклад, через проблеми зі здоров'ям. Особливо це стосується активного дозвілля та дозвілля в публічних просторах. Деякі дослідниці також стверджують, що люди третього віку нечасто займаються дозвіллевими практиками через недостатню соціалізацію, страх перед насильством та ейджистське сприйняття дозвілля з боку інших. Ейджизм заважає людям третього віку брати участь у дозвіллі, оскільки вони можуть бути не впевнені у своїх здібностях і навичках соціалізації (Wearing, 1995, р. 276).

Місце проживання. Дослідниці описують відмінність у досвіді населення України щодо споживання культурних продуктів, мистецьких творів, відвідування культурних закладів, які залежать від їхнього місця проживання. Серед населення сіл і невеликих міст більша частка людей ніколи не була в театрі, на художній виставці, музеї, ніж серед жителів великих міст і Києва (Скокова, 2014, с. 91). Таким чином, для мешканців малих населених пунктів можливості культурного дозвілля є обмеженими переважно через брак відповідної інфраструктури.

Методологія ●

У фокусі цього дослідження — дозвілля міської молоді. Ми припускаємо, що дозвілля молодих людей в Україні залежить не лише від їхніх особистих інтересів і вподобань. На доступність і різноманітність дозвілля можуть впливати такі структурні фактори як гендер, рівень доходу, сфера зайнятості та умови праці.

Метою цього дослідження є окреслити особливості проведення дозвілля серед молодих людей віком 18-35 років, які працюють у сфері послуг, інформаційних технологій, культури і креативності та живуть у Хмельницькому, Херсоні, Івано-Франківську. Ми обрали ці міста з двох причин. З одного боку, вони схожі між собою за кількістю населення і роллю в адміністративно-територіальному устрої країни. Саме тому на їхньому прикладі ми можемо прослідкувати спільні тенденції у дозвіллі молодих людей, роботі закладів культури, розробці культурних політик. З іншого боку, на прикладі Херсона, Хмельницького та Івано-Франківська ми можемо помітити деякі регіональні відмінності між містами на Північному Заході, Півдні, Заході України відповідно. Попри те, що міста середнього розміру мають менше фінансових та інституційних ресурсів порівняно з містами-мільйонниками, вони мають достатньо потенціалу для розвитку культури і підтримки молодих людей.

Завдання дослідження:

- з'ясувати, які потреби, запити на проведення дозвілля, зокрема культурного дозвілля, існують у представни_ць різних груп молоді у трьох містах;
- з'ясувати, які відмінності існують у кількості вільного часу, способах проведення дозвілля, доступності культурних послуг і закладів серед різних груп молоді;
- визначити, чи враховуються потреби та інтереси різних груп молоді, зокрема вразливих груп, при розробці місцевих культурних політик;
- дослідити, як місцеві культурні політики впливають на способи проведення вільного часу різних груп молоді, зокрема вразливих груп;
- визначити, яка роль державних культурних інституцій у дозвіллі різних груп молоді;
- дослідити, чи задовольняє наявна у місті інфраструктура державних і комунальних закладів культури (кінотеатри, бібліотеки, театри, музеї) потреби у проведенні дозвілля різних груп молоді;
- розробити рекомендації для покращення підготовки і втілення місцевих культурних політик з урахуванням потреб молоді.

Дослідження складалося з двох частин: **кабінетний етап**, який передбачав огляд нормативних документів, що формують культурні політики обраних міст, аналіз кількісних даних і огляд літератури; **польовий етап**, який включав використання якісних методів соціологічного дослідження і проведення фокус-групових дискусій та глибинних інтерв'ю.

Під час першої частини ми проаналізували нормативні документи, які визначають культурні політики у Херсоні, Хмельницькому, Івано-Франківську.

У Хмельницькому ми звернули увагу на Стратегію розвитку Хмельницького 2025; Програму розвитку міста Хмельницького у сфері культури на період 2016-2020 років; Програму реалізації молодіжної політики та розвитку фізичної культури і спорту у м. Хмельницькому на 2017-2021 роки. У Херсоні — на Програму економічного і соціального розвитку м. Херсона на 2019-2021 роки; Міську програму «Молодь Херсона» на 2015/20 роки; Стратегію розвитку Херсонської області на період 2021-2027 років. В Івано-Франківську звернули увагу на Стратегію розвитку Івано-Франківська до 2028 року, Комплексну програму підтримки та розвитку культури міста Івано-Франківська на 2016-2020 роки, Міську цільову програму "Молодь міста Івано-Франківська" на 2016-2020 роки.

Крім цього, під час кабінетного етапу дослідження ми проаналізували кількісні дані опитування Marketing and Media Index (MMI), яке проводив Kantar Україна у 2019 році.

Польовий етап дослідження відбувався протягом **липня-вересня 2020 року**.

Під час цієї частини ми провели **18 фокус-групових дискусій** з представниками молоді Хмельницького, Івано-Франківська, Херсона. Для кожного міста ми провели 6 фокус-групових онлайн-дискусій з молодими людьми 18-35 років, які зайняті у сфері послуг (продавчи_нями, водій_ками, бармен_ками, кур'єр_ками), інформаційних технологій (розробни_цями, програміст_ками, дизайнер_ками, IT-рекрутер_ками, тестувальни_цями програмного забезпечення), культури і креативності (художни_цями, музикант_ками, вокаліст_ками, організатор_ками туристичної діяльності, дизайнер_ками). У фокус-групах також брали участь студент_ки, які навчаються на спеціальностях, дотичних до обраних сфер зайнятості, або поєднують роботу і навчання. Для кожної сфери зайнятості ми проводили по дві фокус-групові дискусії онлайн: одну для чоловіків, іншу для жінок.

Ми також провели **30 глибинних напівструктурованих інтерв'ю** з представниками органів влади обраних міст, державних і комунальних закладів культури, громадських організацій, які працюють у сфері культури, громадських організацій, які працюють з вразливими групами молоді.

У Херсоні ми провели 11 глибинних напівструктурованих інтерв'ю:

- 3 інтерв'ю з представниками органів влади: Управління молоді і спорту та Управління культури Херсонської міської ради, Управління культури Херсонської обласної державної адміністрації.
- 4 інтерв'ю з представниками державних і комунальних закладів культури: театру, бібліотеки, музею, кінотеатру.
- 3 інтерв'ю з представниками громадського сектору: організації, яка працює у сфері культури, організації, яка працює з потребами та інтересами людей з інвалідністю, ЛГБТК+ інклюзивної організації.

В Івано-Франківську ми провели 9 глибинних напівструктурованих інтерв'ю:

- 2 інтерв'ю з представниками органів влади: Департаменту молодіжної політики та спорту Івано-Франківської міської ради, Управління культури, національностей та релігій Івано-Франківської обласної державної адміністрації.
- 3 інтерв'ю з представниками державних і комунальних закладів культури: бібліотеки, театру, простору для проведення подій.
- 4 інтерв'ю з представниками громадського сектору: незалежного закладу культури, організації, яка працює з вразливими групами людей (внутрішньо переміщеними особами, малозабезпеченими людьми), організації, яка працює у сфері культури, організації, яка працює з вразливими групами молоді (ЛГБТК+, національними та етнічними спільнотами, переселен_ками).

У Хмельницькому ми провели 10 глибинних напівструктурованих інтерв'ю:

- 3 інтерв'ю з представниками органів влади: Управління молоді та спорту, Управління культури і туризму Хмельницької міської ради, комунального підприємства «Агенція розвитку Хмельницького».
- 5 інтерв'ю з представниками державних і комунальних закладів культури: двох музеїв, бібліотеки, театру, кінотеатру.
- 2 інтерв'ю з представниками громадського сектору: організації, яка працює з молоддю і дітьми в складних життєвих обставинах, організації, яка працює у сфері культури.

Якісна методологія дослідження (інтерв'ю, фокус-групові дискусії) створює можливість описувати особливості, тенденції, основні проблеми дозвілля молодих людей. Такий підхід дозволяє поглянути на процеси формування міських політик

у сфері культури і розповісти про роботу закладів культури у трьох містах. Однак ми не можемо поширити результати дослідження на всі групи молоді. **Також ми не виключаємо, що деякі описані нами ситуації можуть не відображати досвід інших молодих людей або не повністю розкривати всі аспекти роботи закладів культури чи органів влади обраних міст.** Зокрема, ми звертаємо увагу на роботу державних і комунальних закладів культури і не досліджуємо діяльність та інфраструктуру приватних і незалежних закладів культури в містах. Ми також описуємо деякі обмеження у доступі до дозвілля вразливих груп молоді. Проте ми розуміємо, що таких груп може бути набагато більше, а їхні запити та інтереси потребують подальшого вивчення.

Розділ 1 ●

Дані про молодь

Інформація про опитування

Для з'ясування відмінностей у дозвіллі різних груп молоді ми проаналізували дані опитування Marketing and Media Index (MMI), проведене Kantar Україна у 2019 році. Опитування MMI містило запитання про діяльність населення, рівень доходів, типовий розпорядок робочого і вихідного днів, способи проведення позаробочого часу. Метою опитування є вивчення поведінки щодо споживання товарів і послуг, стилю життя населення України.

Опитування проводилося поквартально, тобто в чотири хвили. Загальний обсяг вибірки – 14 000 респондент_ок. Спосіб формування вибірки – багатоступенева, стратифікована, індивідуальна, з використанням квотного методу відбору респондент_ок на останньому етапі (за двома параметрами: стать і вік). У цьому дослідженні Kantar Україна використовує ваги. Дані є репрезентативними для жителів_ок міст України з населенням від 50 тис. у віці 12-65 років, без АР Крим та зони ООС, а також для міських жителів_ок на рівні макрорегіонів.

Ми проводили аналіз підвибірки, яка включає жителів_ок міст із населенням 100-500 тис. у віці 18-29 років. Обсяг цієї підвибірки становить 1948 респондент_ок. Теоретична похибка у межах 2,3% (з імовірністю 0,95). Також, де можливо, розглядали дані про населення цього віку окремо на рівні Північно-Західного, Західного і Південного макрорегіонів¹. Такі регіони обрали, оскільки вони включають в себе три обласні центри, що перебувають у фокусі нашого дослідження – Хмельницький, Івано-Франківськ і Херсон, відповідно.

Опитування було проведено шляхом поєднанням методу стандартизованого інтерв'ю face-to-face за місцем проживання респондент_ок (для питань соціального-демографічного блоку) і самозаповнення для інших питань. Близько чверті респондент_ок заповнювали анкету онлайн.

Перед нами стояли такі дослідницькі завдання:

- описати види діяльності молоді у великих містах (частка тих, хто працюють, навчаються, безробітні), з'ясувати їхній рівень доходів і на яких витратах вони заощаджують, а також виявити, які є гендерні відмінності;
- з'ясувати, яким є типовий графік використання часу в будні та вихідні і яке місце в ньому займає час на відпочинок вдома і поза домом;
- описати, за якими активностями молодь у великих містах переважно проводить свої будні та вихідні, а також з'ясувати, які є відмінності за гендером і за рівнем доходу.

1 До макрорегіону Північний Захід входять Хмельницький, Рівне, Луцьк, Кам'янець-Подільський; Захід – Івано-Франківськ та Тернопіль; Південь – Херсон та Миколаїв.

Якими є зайнятість і види діяльності молоді?

Сфера зайнятості, рівень доходів безпосередньо впливає на спосіб проведення вільного часу. Тож аналізуючи питання щодо зайнятості і виду діяльності, рівня середньомісячного доходу, способів економити на витратах, важливо розглядати гендерні та соціально-економічні нерівності.

Загалом більше половини (62%) міської молоді працює. Крім цього, формулювання запитання в опитуванні² дозволило ідентифікувати як офіційно працевлаштованих, так і тих, хто працюють неофіційно. За останніми даними Держстату, рівень зайнятості населення віком 15-24 роки становить 29%, а 25-29 років – 73%. Причому рівень зайнятості молодих людей у селах і містах неоднаковий: наприклад, у віці від 25 до 29 років працюють 67% молодих сільських жителів³ і 77% міських³.

Серед зайнятої молоді найбільше людей працюють як робітники різної кваліфікації (37%), тобто вони зайняті фізичною працею. Також значною є частка спеціалістів – 28% працюючої молоді займають посади інженерів, юристів, бухгалтерів та подібні. Ще кожна шоста (17%) представниця працюючої молоді займає посаду, що передбачає меншу кваліфікацію, але водночас не фізичну працю (на кшталт секретарки, касирки). Серед працюючої молоді набагато меншою є частка підприємців і самозайнятих (7%) та керівників (5%). Варто враховувати, що такі дані про професійні групи могли бути отримані через те, що серед молодих людей вочевидь є частина тих, хто ще навчається і не вийшли на ринок праці, та тих, хто зайняті на тимчасових роботах або мають тимчасовий контракт.

Студентство становить 20%, тобто кожна п'ята молода жителька міста здобуває вищу або професійно-технічну освіту. Серед міської молоді також є люди, які займаються домашньою працею (10%), та безробітні – як зареєстровані у центрах зайнятості, так і не зареєстровані (6%). Ще майже 5% становлять молоді люди, які не працюють – такі як тимчасово непрацюючі за власним бажанням чи непрацюючі люди з інвалідністю.

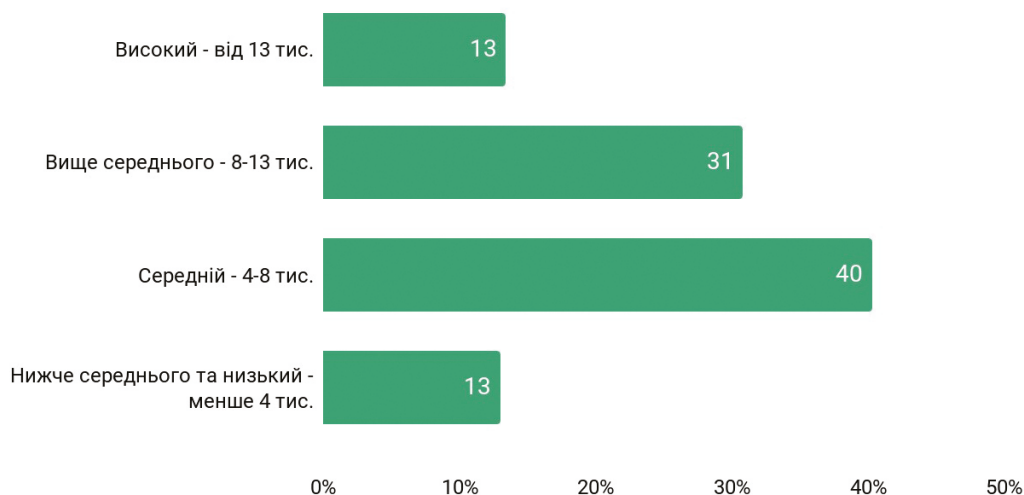
2 Запитання «Ви зараз працюєте?».

3 Зайнятість населення за статтю, типом місцевості та віковими групами, <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Скільки грошей отримують молоді люди і на чому заощаджують?

Для з'ясування рівня середньомісячного доходу на людину Kantar застосовує власний метод⁴.

Рівень доходу на людину за місяць



Примітка: На основі питань «Оцініть, будь ласка, рівень матеріального становища Вашої сім'ї (дуже низький, низький, нижче середнього, середній, вище середнього, високий і дуже високий)» та «Скажіть, будь ласка, який рівень доходу на людину в місяць Ви вважаєте дуже низьким, низьким, нижче середнього, середнім, вище середнього, високим і дуже високим? (Впишіть суму в гривнях до кожної позиції)», N=1947.

Варіант відповіді «Важко сказати» обрали 3% респондент_ок.

Таким чином, доходи більшості молодих людей у містах можна визначити як вищі за середні або високі: 44% отримують більше 8 тис. грн. Доходи 40% міської молоді є середніми — від 4 до 8 тис. грн. Водночас майже кожна восьма молода житель_ка має дохід, що менший ніж 4 тис. грн (нижче за рівень мінімальної заробітної плати).

Для з'ясування того, які фінансові можливості щодо проведення дозвілля має міська молодь, важливим є запитання про те, **на чому вони готові економити у разі необхідності обмежити витрати.**

Найбільше молоді люди схильні економити на витратах, пов'язаних із **повсякденним дозвіллям (73%)**, тобто власне на тому, чим можна займатися у вільний від роботи час: походи у культурні заклади, відвідування заходів та інші розваги. Тільки 23% повідомили, що не будуть (із них тільки 6% — за жодних умов не будуть

⁴ Метод базується на відповідях респондент_ок про рівень доходу їхньої сім'ї (шкала від «дуже низького» до «дуже високого») та думці респондент_ок про конкретний розмір доходу в гривнях, що відповідає певному рівню життя. Тобто про наявний рівень доходу не запитують прямо, а вираховують, зважаючи на повідомлену інформацію про кількість осіб у родині, з якими респондент_ка проживає і веде спільне господарство (включно з дітьми).

економити). Майже так само багато молодих людей готові економити на покупках різної техніки і на витратах, пов'язаних із відпустками та подорожами.

На чому молодь буде економити



Примітка: Запитання «Якщо Вам потрібно обмежити витрати, на чому Ви будете економити?», N=1948

Варіанти відповідей «Ніколи не буду на цьому економити» і «Лише за крайньої необхідності»; «Іноді економлю, іноді ні» і «Завжди стараюся економити» об'єднано для зручності аналізу.

Найменше схильні економити на медичних послугах та препаратах, харчах і житлі. Втім, і тут частка тих, хто стараються завжди економити на таких базових потребах, є досить великою і коливається від 16% для харчових продуктів до 25% для оплати комунальних послуг чи оренди житла.

Регіональні особливості

Можливість задовольнити потреби у дозвіллі та культурі може залежати від регіону проживання, адже в Україні є регіональні відмінності щодо рівня доходів, різною є інфраструктура культурних закладів і неоднаковим є рівень доступності місць для дозвілля і відпочинку в регіонах.

Захід

Серед житель_ок великих міст Західного регіону дещо менше працюючої молоді (58%), ніж в середньому по Україні. Причому низький і нижчий за середній дохід мають тільки 8% житель_ок цього регіону, натомість дохід майже половини (45%) можна класифікувати як середній, а 43% — як вищий середнього і високий.

Тільки кожен четвертий (24%) у цьому регіоні не схильний економити на відпустках і подорожах, і ще трохи менше (21%) відповіли, що не економлять на повсякденному дозвіллі в місті.

Північний Захід

Серед житель_ок Північно-Західного регіону частка працюючої молоді становить дві третини (66%). Втім, низький і нижчий за середній дохід мають 18% молодих житель_ок цього регіону.

Лише 18% житель_ок Північно-Західного регіону повідомили, що не економлять на витратах на відпустки та подорожі, і тільки 15% не економлять на повсякденному дозвіллі.

Південь

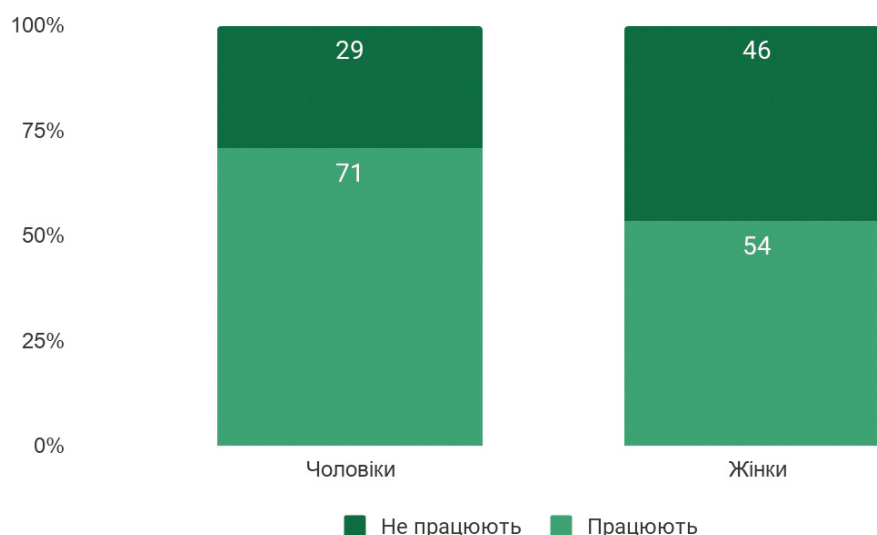
Серед житель_ок Південного регіону частка зайнятої молоді є дещо вищою, ніж в середньому по Україні, і становить 68%. У цьому регіоні дохід 13% молоді можна класифікувати як низький чи нижчий за середній.

Жителі Півдня дещо менше схильні економити як на своєму відпочинку, так і на повсякденному дозвіллі. Так, рідко або взагалі ніколи не економлять на відпустках і подорожах 29% мешкан_ок цього регіону. Так само 29% міської молоді цього регіону воліють не економити або ж зрідка економити на повсякденному дозвіллі.

Якими є відмінності між чоловіками і жінками у сфері зайнятості?

Між жінками і чоловіками цієї вікової групи, які проживають у містах, є помітним брак паритету щодо рівня і характеру зайнятості. Серед жінок зайнятими є трохи більше половини (54%), а серед чоловіків частка тих, хто працює, є значно вищою (71%).

Зайнятість чоловіків і жінок



Примітка: Запитання «Ви зараз працюєте?», N=1948

Причому такої гендерної відмінності не помітно серед здобувачів вищої чи професійно-технічної освіти. Адже частка студентства серед молодих жінок і чоловіків є фактично однаковою (по 20%). Така відмінність в участі в робочій силі між молодими жінками та чоловіками пов'язана з тим, що після завершення періоду формального навчання менше жінок виходять на ринок праці, натомість більше з них виконують хатні обов'язки, народжують і займаються вихованням дітей. Відповідно до цього опитування, 20% жінок назвали своїм основним родом діяльності роботу по дому і догляд за дитиною і з цих причин не працюють.

За даними загальноукраїнської статистики, найбільшим є розрив у зайнятості всередині групи у віці від 25 до 29 років, тобто саме у віці закінчення періоду формального навчання. Тільки 64% жінок цього віку є зайнятими, тоді як серед чоловіків працюють 82%. Пізніше, у віці 30–34 років, дещо більше жінок виходять на ринок праці (69%), але це все одно суттєво не впливає на скорочення розриву. Загалом диспропорція залишається помітною і досягає мінімуму всередині групи у віці від 40 до 49 років – тільки 4 відсоткові пункти (77% серед жінок проти 81% серед чоловіків). За даними Держстату, середній вік матері при народженні першої дитини для міських жителів становить 26,9 (Державна служба статистика України, 2018, ст. 111).

Помітною є різниця між часткою чоловіків і жінок у робітничих професіях. Серед чоловіків робітниками є 30%, тоді як серед жінок – 16%. Різниця в інших видах діяльності не є статистично значущою.

Також наявна деяка гендерна відмінність і у рівнях середньомісячного доходу. Так, частка жінок і чоловіків, які вважають рівень доходів на людину всередині

домогосподарства середнім, є майже однаковою. Втім, серед жінок дещо більше сприймають себе бідними і дещо менше — заможними: 47% чоловіків заявили про дохід, вищий за середній, а серед жінок таких 41%. Натомість 16% жінок вказали на нижчий за середній і низький рівень доходу, а серед чоловіків таких 10%.

Як молодь проводить будні та вихідні?

Для з'ясування того, як міська молодь проводить свої вихідні та будні дні, ми скористалися даними Kantar про типовий графік респондент_ок. Спершу респондент_ок просили вказати, які дні тижня зазвичай є вихідними чи робочими днями. Далі респондент_кам запропонували співставити перелік активностей з погодинним графіком часу. Для зручності ми об'єднали деякі з активностей таким чином: до побуту віднесли хатню роботу, покупки, їжу вдома або на робочому місці — тобто такі активності, які людина здійснює для підтримки життєдіяльності. До вільного часу, який люди проводять вдома, зарахували також додаткове навчання і хобі, а до відпочинку поза домом — їжу поза домом. Роботу об'єднали з пересуванням містом, оскільки попередній аналіз даних показав, що люди використовують громадський або особистий транспорт в основному для того, щоб дістатися на роботу.

Для нас найцікавішим є те, якою є орієнтовна частка молодих людей, які мають вільний час для відпочинку вдома і поза домом, у якому обсязі і коли цей вільний час у них наявний. Під вільним часом ми розуміємо частину добового часу, який залишається після активностей, спрямованих на підтримку життєдіяльності (сон, харчування) та виконання робочих та інших зобов'язань, таких як хатня робота чи навчання в університеті.

Як бачимо на графіку, для молодих людей характерно працювати та навчатися в стандартний робочий час. У період з 08:00 до 17:00 більшість займаються роботою, навчанням або добиранням до місця роботи чи навчання.

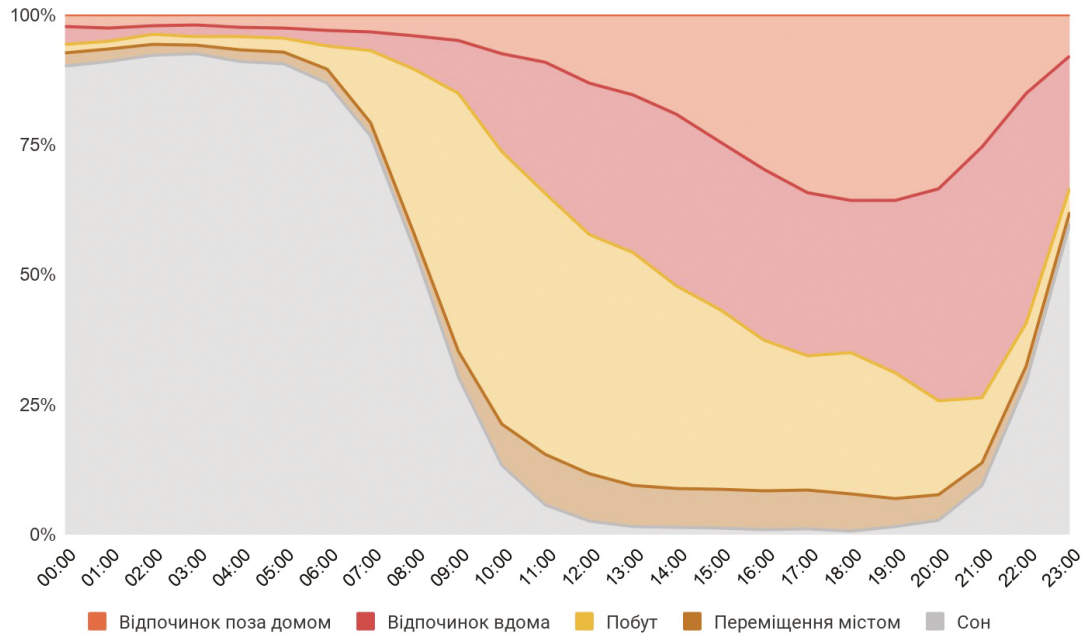
Заняття, що необхідні для підтримки життєдіяльності, молоді мешкан_ки міст зазвичай розподіляють у часі таким чином: на сон найбільше виділяють час у проміжку від 23:00 до 08:00. Більша частка побутових справ також припадає на обід і вечір — це час, коли молодь готує їжу і споживає її, робить покупки, прибирає в оселі тощо.

Позаробочий час у проміжку від 20:00 до 23:00 половина молодих міських житель_ок має звичку проводити вдома за різними видами приватного дозвілля. Трохи менше молоді проводять позаробочий час не вдома, прогулюючись у місті чи відвідуючи розважальні заклади, включно із закладами харчування. У проміжку з 18:00 до 21:00 цим займаються до третини. Для порівняння, більша частка у цей час займається такими хатніми справами, як прибирання чи приготування їжі.

Як бачимо на графіку, розпорядок дня у вихідні суттєво змінюється порівняно з тим, як проводять час у будні — відпочивають на вихідних більше. Крім того, для значної частки молоді вихідний день є нагодою зайнятися побутовими справами. Хатньою роботою, покупками, приготуванням і споживанням їжі вдома займаються більше половини молоді у першій половині дня (09:00–14:00). Найбільше переміщуються містом у період 11:00–13:00, що може бути пов'язано зі здійсненням покупок чи транспортуванням до місця відпочинку.

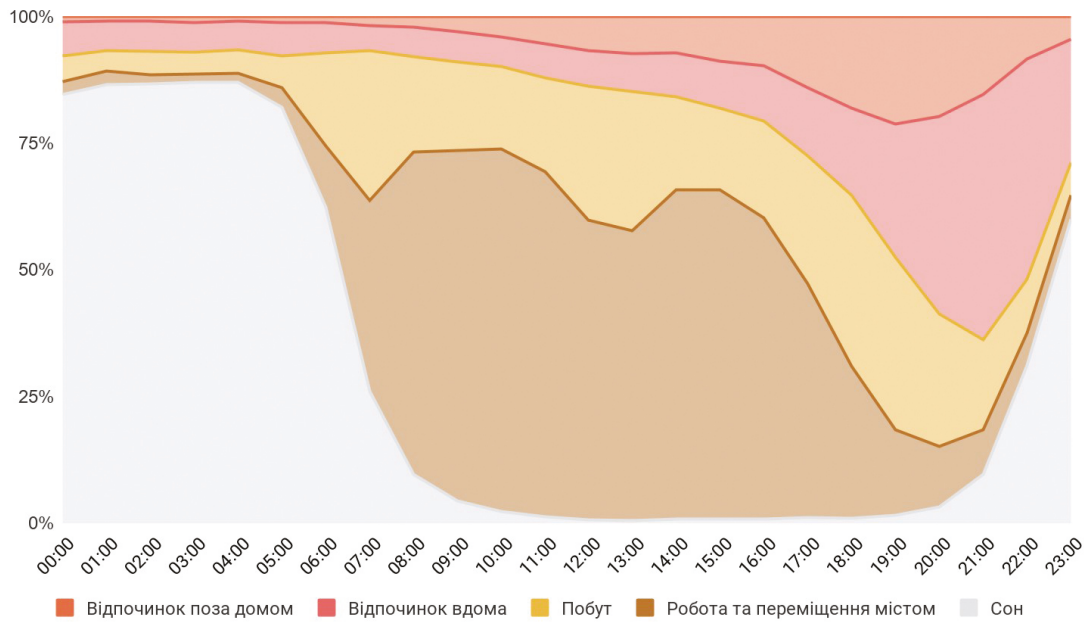
У другій половині дня для молодих житель_ок міст характерно відпочивати — вдома чи поза домом. Пік публічного відпочинку, що включає прогулянки містом, відвідування кінотеатрів, ресторанів та інших закладів, припадає на 18:00–20:00. Після того молодь поступово повертається додому. Тож домашній відпочинок є найпопулярнішою активністю ввечері (20:00–22:00).

Як молодь проводить час у вихідні



Примітка: Запитання «Ваш звичайний розклад у вихідні дні?»

Як молодь проводить час у будні



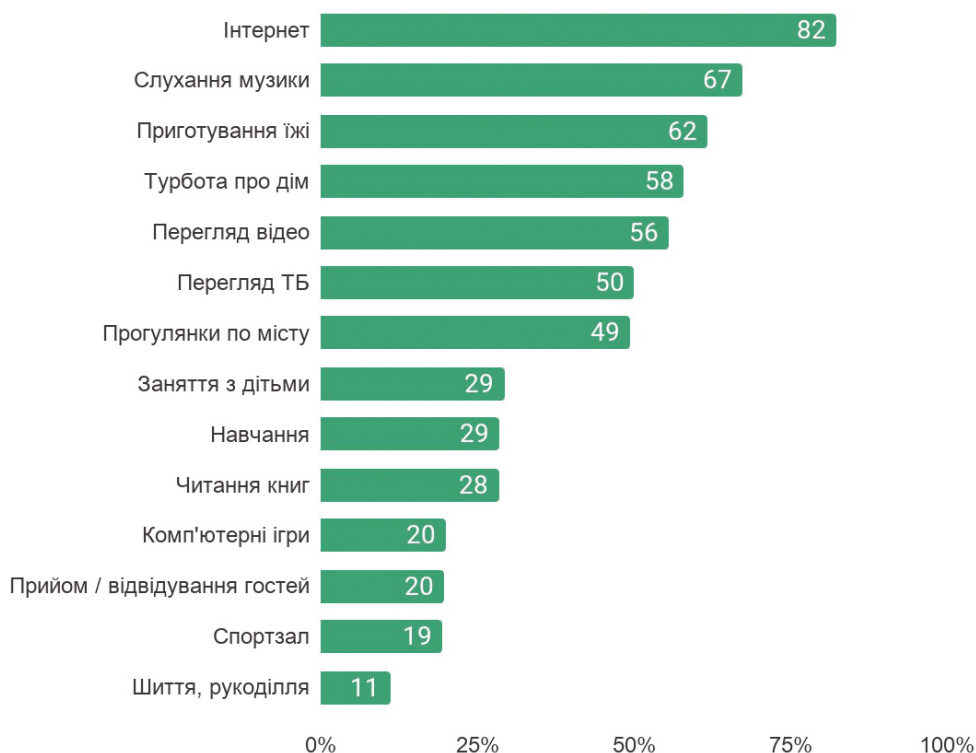
Примітка: Запитання «Ваш звичайний розклад у будні дні?»

Як молодь проводить позаробочий час?

Два відповідні запитання про позаробочий час містили перелік активностей, де респондент_ці потрібно було зазначити частоту виконання кожної з них. Тут під позаробочим часом ми розуміємо той час, який залишається у людини після справ, які є частиною підтримки життєдіяльності (сон, прийом їжі), та оплачуваної роботи чи навчання.

На графіку видно, що найбільше міської молоді проводять час протягом тижня за такими заняттями, як інтернет (82%), слухання музики (67%), перегляд відео (55%) і телебачення (50%). Отже, бачимо, що найпопулярнішим є відпочинок, який більше асоціюється з домом і пов'язаний зі споживанням різноманітного контенту.

Проведення позаробочого часу протягом тижня



Примітка: Запитання «Скажіть, будь ласка, чим з перерахованого Ви займалися за останні півроку в свій вільний час? Як часто? Відзначте, будь ласка, один варіант відповіді в кожному рядку», N=1948⁵

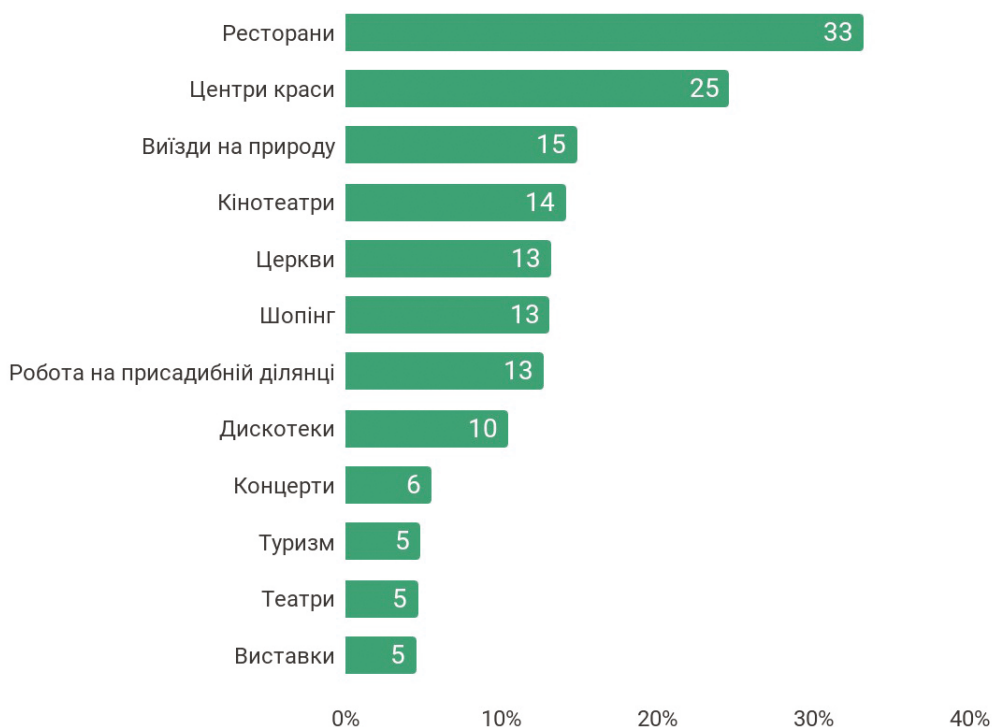
Протягом тижня майже половина жителів_ок прогулюються містом (49%). Активності, які найчастіше пов'язують із саморозвитком — навчання і читання кни-

5 Повні варіанти відповідей: «Навчання, підвищення кваліфікації», «Читання книг», «Читання газет», «Читання журналів», «Слухання радіо», «Слухання музики», «Перегляд телепередач», «Перегляд відео», «Комп'ютерні ігри», «Гра в грошових ігрових автоматах», «Інтернет», «Турбота про дім (прання, прибирання і т. д.)», «Приготування їжі», «Шиття, рукоділля, в'язання», «Настільні ігри (шахи, карти і т. д.)», «Заняття з дітьми», «Прийом / відвідування гостей (друзів, родичів)», «Відвідування спортивних клубів, тренажерних залів, басейнів», «Прогулянки по місту, улюблених вулицях, парках».

жок — практикують уже дещо менше молодих людей (по 28%). Решта дозвіллевих активностей — таких як комп'ютерні ігри, прийом та відвідування гостей і заняття в спортзалі — не набирає навіть третину прихильни_ць серед молоді.

Варто відзначити, що досить багато респондент_ок хоча б один раз протягом тижня займаються різними побутовими справами, які ми не відносимо до вільного часу, такими як готування їжі (62%), турботою про дім (58%) та заняттями з дітьми (29%).

Проведення позаробочого часу протягом місяця



Примітка: Запитання «Скажіть, будь ласка, чим з перерахованого Ви займалися за останні півроку в свій вільний час? Як часто? Відзначте, будь ласка, один варіант відповіді в кожному рядку», N=1948⁶

Одним із найбільш розповсюджених способів проводити позаробочий час принаймні раз на місяць, за словами респондент_ок, є відвідини ресторанів і центрів краси. Цим займаються кожна третя і кожна четверта молода житель_ка міста, відповідно. Уже значно менше міської молоді виїжджає на природу (15%).

Серед різновидів занять, що зазвичай організуються у закладах культури, найбільше міської молоді обирає відвідування кінотеатрів (14%) і набагато мен-

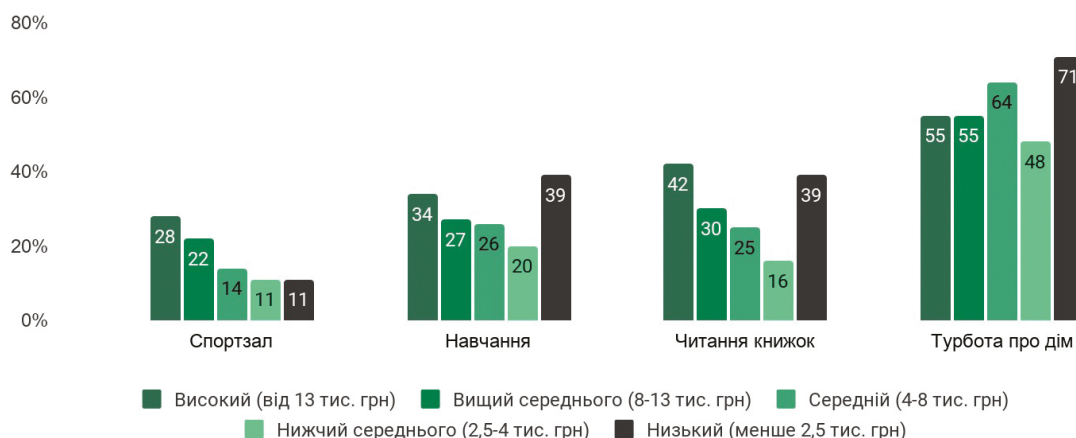
6 Повні варіанти відповідей: «Відвідування художніх виставок», «Відвідування магазинів, виставок-продажів, ярмарків і т. д. (крім продуктових)», «Відвідування кінотеатрів», «Відвідування театрів», «Відвідування концертів», «Відвідування ресторанів, кафе», «Відвідування центрів краси (косметолог, солярій, перукарня)», «Відвідування дискотек, нічних клубів», «Гра в більярд, в боулінг», «Відвідування казино», «Мисливство та рибалка», «Догляд за автомобілем, його ремонт», «Туризм (піший, водний, гірський і т.п.)», «Виїзди на природу (за місто)», «Робота на присадибній ділянці», «Відвідування церкви, участь в богослужіннях».

ше – відвідування концертів, театрів і виставок (по 5%). Порівняно більше молоді з такою регулярністю ходить, наприклад, на шопінг.

Способи проведення позаробочого часу молоді значно пов'язані з рівнем доходу. Загалом, помітним є те, що активності людей із вищим рівнем доходу є більш різноманітними, оскільки респондент_ки з високим рівнем доходу обирали більше різних варіантів відповідей.

Що ж стосується конкретних активностей, то серед молоді з доходом, вищим за середній рівень по Україні, досить велика частка (42%) читають книги хоча б раз протягом тижня. У міру того як зменшується рівень доходу, зменшується і частка жител_ок, які займаються читанням. Проте серед респондент_ок із найнижчим рівнем доходу читають майже так само багато, як і серед людей з найвищими доходами.

Проведення позаробочого часу і рівень доходу



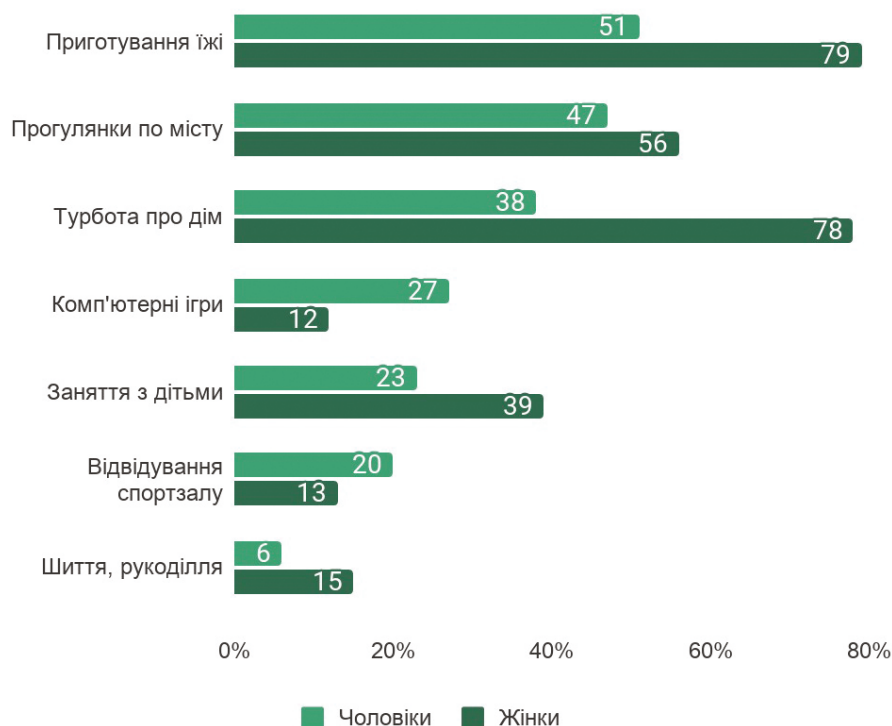
Примітка: Запитання: «Скажіть, будь ласка, чим з перерахованого Ви займалися за останні півроку в свій вільний час? Як часто? Відзначте, будь ласка, один варіант відповіді в кожному рядку»

Помітною є різниця в інших заняттях, спрямованих на самореалізацію, таких як додаткове навчання і відвідування спортзалу. До прикладу, більше чверті (28%) молоді з найвищим рівнем доходу хоча б раз на тиждень відвідує спортзал. Серед найбідніших таких лише 11%. Натомість майже три чверті (71%) найменш заможних займаються турботою про дім, порівняно лише з половиною (55%) серед найбагатших.

Ті ж активності, що найменше пов'язані з рівнем доходу – це слухання музики, перегляд телебачення, гра в комп'ютерні ігри та заняття з дітьми.

Доволі очікуваною, але від того не менш разючою є гендерна відмінність у проведенні позаробочого часу. Набагато більша частка жінок, ніж чоловіків, виділяють час на побут протягом тижня: турботу про дім, приготування їжі, заняття з дітьми. Вдвічі більше молодих жінок займаються турботою про житло, ніж чоловіки – 78% проти 38%.

Гендерні відмінності в проведенні позаробочого часу протягом тижня



Примітка: Запитання: «Скажіть, будь ласка, чим з перерахованого Ви займалися за останні півроку в свій вільний час? Як часто? Відзначте, будь ласка, один варіант відповіді в кожному рядку»

Цікаво, що більше жінок проводять час на прогулянках — ймовірно, через наявність обов'язку організувати дозвілля дітей. Також більша частка жінок, порівняно з чоловіками, займаються шиттям і рукоділлям. Більше чоловіків натомість присвячують позаробочий час таким видам дозвілля як комп'ютерні ігри і тренування у спортзалі.

Серед жінок і чоловіків приблизно однакова частка витрачає позаробочий час на інтернет, слухання музики, перегляд відео і телебачення, прийом або відвідування гостей.

Основні результати аналізу даних

Більше половини міської молоді працює і ще кожна п'ята молода людина навчається. Молоді жінки і чоловіки неоднаково представлені на ринку праці: різниця становить майже 20 відсоткових пунктів (71% працюючих чоловіків проти 54% жінок). Гендерна відмінність у зайнятості відповідно відображається у способах проведення часу: більше жінок турбуються про дім, займаються приготуванням їжі і заняттями з дітьми порівняно з чоловіками; натомість для більшості активностей, спрямованих на відпочинок, такої різниці немає.

У робочі дні більшість молодих людей у великих містах у позаробочий час віддають перевагу домашньому відпочинку, а у вихідні частки тих, хто відпочиває вдома і поза домом, фактично зрівнюються. Втім, відпочинок і дозвілля частіше сприймається як залишкове — час після роботи, навчання і хатніх справ. Це проявляється і в тому, що серед усіх витрат зі свого бюджету молодь найбільше схильна економити на витратах на дозвілля (73%), відпустки і подорожі (71%).

Найбільше молоді у великих містах проводять позаробочий час за пасивним відпочинком: хоча б раз на тиждень використовують інтернет (82%), слухають музику (67%), переглядають відео (55%) і телебачення (50%). Порівняно набагато менше молоді принаймні раз на місяць відвідує кінотеатри (14%), концерти, театри і художні виставки (по 5%).

Розділ 2 ●
Особливості дозвілля
міської молоді

Як молоді люди розуміють «відпочинок» і «дозвілля»?

За результатами фокус-групових дискусій можна виокремити декілька модальностей «відпочинку» для молодих людей:

- запорука ментального здоров'я;
- позитивне емоційне піднесення;
- спілкування;
- саморозвиток;
- задоволення базових потреб;
- бездіяльність.

Передусім молоді люди розуміють відпочинок як **запоруку ментального здоров'я**. Вони зазначали, що це можливість відновити власні сили, позбутись емоційної напруги. Молодь також пов'язує відпочинок з **позитивним емоційним піднесенням**. Крім цього, відпочинком інформант_ки називали можливість розпоряджатися вільним часом як завгодно і витратити його лише на себе. Молоді люди також сприймають відпочинок як **простір для саморозвитку**, покращення власних вмінь і навичок.

Я не вважаю відпочинок якимось моментом, що він просто є звичайним, там, поспати, наприклад, чи полежати на ліжку, чи щось таке. Це має бути якась річ, яка тебе якимось чином збагатить або ти дізнаєшся щось нове, або ти щось вивчиш.

Чоловік, культура і креативність, Івано-Франківськ

Відпочинком для молодих людей також є **спілкування з іншими людьми**. Важливу роль відіграє безпосередньо сам процес спілкування та взаємодія із друзями, рідними. Наприклад, молодь проводить час з іншими людьми за настільними іграми, співами під гітару, караоке тощо.

Варто додати, що відпочинок іноді асоціюється із **задоволенням базової потреби** у сні. Молоді люди, які багато працюють і не висипаються, часто говорили, що для них відпочинок — можливість поспати. Оскільки сон — життєво необхідна потреба людини, припускаємо, що його нестача заважає різноманітному проведенню вільного часу.

Загалом, не знаю, виспатись, сказати: «Слава богу, я відіспався». Я про це зараз не думаю. Ну, а потім, хоча б 4-5, 6 поспати, та можна піти кудись із сім'єю, провести час, зустрітись із друзями. Та ввечері знов лягти спати.

Чоловік, сфера послуг, Херсон

Асоціації з поняттям «відпочинок» також пов'язані із зайнятістю людини. Для того щоб відпочити, людині потрібно змінити вид діяльності: з активного на пасивний і навпаки. Молоді люди зазначають, що відпочинок пов'язаний із протилежними до роботи активностями. До прикладу, одна з учасни_ць ФГД розповідала, що їй хотілося спілкуватись в позаробочий час, тому що на роботі доводиться мало комунікувати з іншими людьми.

Мені здається, що це просто зміна діяльності. Тобто для мене, якщо я займаюся чимось одним, якоюсь організацією, якоюсь подією, наприклад, то якщо ти робиш зовсім іншу якусь штуку, теж активно береш участь, щось придумуєш і т. д., то воно ніби по факту ти відпочиваєш від основної своєї сфери діяльності.

Чоловік, культура і креативність, Івано-Франківськ

Молоді люди іноді протиставляють відпочинок роботі. Вони часто сприймають відпочинок як вільний від роботи час, певну безтурботність. Для деяких молодих людей **відпочинок — це можливість бездіяльності, пасивний стан**, який дозволяє відновити життєві сили.

Коли ти можеш розвантажити собі голову та всього-на-всього відпочивати, не задумуючись про те, що в тебе які-небудь будуть на наступний день... що ти зіштовхнешся з робочими моментами та робочими проблемами. Просто коли вихідний день, щоб ти не думав про роботу.

Чоловік, сфера послуг, Херсон

Це свобода, це вільність, це не примушеність ні до чого робити. Це абсолютна безтурботність і бажання робити те, що хочеться в той момент.

Чоловік, сфера послуг, Івано-Франківськ

Іноді, так, є дуже велика потреба у бездіяльності, тобто просто лежати і нічого не робити, мабуть, в телефоні лазити, тому що мозок втомлюється.

Чоловік, культура і креативність, Херсон

Асоціації з поняттям «відпочинок» також іноді стосуються місця його проведення. **Природа, довкілля має важливе значення для відпочинку та дозвілля.** Для багатьох людей повсякденний світ речей характеризується споживанням великої кількості інформації та користуванням гаджетами, тому можливість проведення часу на природі стає особливо цінною. Молоді люди розповідали, що люблять відпочивати у горах, на морі, біля водойм, у лісі, в пустелі тощо. Також молоді люди казали, що подорожують в інші міста України та за кордон.

На природу дійсно мозок віддыхає, нема напруга ніякого, виключити телефон і все, тебе ніхто вже не чує і не достає, все нормально. У мене отак асоціюється відпочинок.

Чоловік, ІТ, Хмельницький

Молоді люди рідко асоціюють відпочинок із закладами культури. Це суголосно результатам кількісних досліджень, які свідчать про відсторонення значної частини населення від культурних інституцій та спрямованість на пасивні форми відпочинку (Скокова, 2014).

Відпочинок може мати зв'язок із гаджетами або їх відсутністю. Для деяких молодих людей важливим є той час, який проведений без використання гаджетів. Для інших, навпаки, відпочинок асоціюється саме з ними. Молоді люди майже не згадували соціальні мережі, проте казали про перегляд фільмів, серіалів та відео на YouTube.

Під час фокус-групових дискусій учасни_ць спершу просили озвучити асоціації з «відпочинком», а потім із «дозвіллям». **Асоціації з дозвіллям за змістом були подібними до асоціацій із відпочинком.**

Однак дозвілля, в порівнянні з відпочинком, частіше асоціюється з активними видами діяльності у публічному просторі. Водночас відпочинок для молоді — це те, що відбувається у приватному просторі.

Для мене, якщо відпочинок — це щось таке, можна відпочити і вдома, то слово дозвілля в моїй голові поєднується саме з відпочинком не вдома. Тобто піти в театр, кіно, на вулицю, але не вдома.

Жінка, ІТ, Херсон

Молодь часто описувала дозвілля як певну заплановану діяльність, що може потребувати підготовки. Молоді люди також говорили про креативну діяльність — наприклад, хобі — як про певний вид дозвілля. На їхню думку, такі активності потребують сил, які може забезпечити відпочинок. Тобто **відпочинок молоді люди іноді сприймають як необхідну умову дозвілля.**

...дозвілля — це щось таке більш сплановане, якесь, може, систематичне, можливо... Ну, наприклад, відпочинок — це взяв собі і відпочив. Забажав, захотів, в такому плані. А дозвілля — це більше сплановано, і більше на вихідні, або, як сказали попередньо, що, можливо, навіть якісь хобі, або розвиток якийсь теж, воно може бути теж як дозвілля.
Жінка, IT, Івано-Франківськ

Як на мене, відпочинок — це безпосередньо... як би, ти набираєшся енергії від цього. Наприклад, ти потратив енергію, і ти відчуваєш, як ти її набираєш. А дозвілля — це вже ніби сублімація цієї енергії на речі, які тобі безпосередньо приносять задоволення як особистості.
Чоловік, сфера послуг, Івано-Франківськ

Також асоціації з дозвіллям часто стосуються покращення власних навичок, вмінь, набуття нових знань:

Для мене дозвілля — це як відпочинок, але з якоюсь певною навчальною або розвиваючою функцією. Тобто можна сходити на якусь виставку подивитися, на якісь курси можна сходити з друзями. І там ви можете і поспілкуватися, і водночас ви можете чогось навчитися.
Чоловік, IT, Хмельницький

Таким чином, за змістом асоціації щодо понять «дозвілля» та «відпочинок» серед різних груп молоді були подібними. Молоді люди говорили про відпочинок і дозвілля як про можливість для саморозвитку. Вони також згадували, що для них спілкування з іншими людьми є відпочинком. Основна відмінність полягала в тому, що дозвілля молоді люди асоціюють із діяльністю поза домом. Дозвілля та відпочинок молоді люди рідко пов'язували із закладами культури.

Яким є дозвілля молодих людей?

Приватне дозвілля молоді люди проводять за читанням книг, переглядом кіно і серіалів, грою в комп'ютерні ігри. Молодь починає займатися таким дозвіллям після виконання неоплачуваної роботи по дому. Приватне дозвілля більш поширене у будні дні. Водночас у вихідні молоді люди обирають публічне й активне дозвілля. Це ілюструє тенденцію XXI століття до трансформації дозвілля і перенесення його у приватний простір, зокрема через поширення девайсів та інформаційних технологій. Таким чином, зручність і доступність дозвілля вдома впливає на вибір дозвілля.

Почитати книгу якусь, і в основному ще займатися домашніми справами. Такий собі відпочинок. Але я, наприклад, люблю щось випікати, якісь там десертики, наприклад. І для мене це також такий релакс, можна назвати. А у

вихідні дні — то більше я, звичайно, люблю активний відпочинок.
Жінка, культура і креативність, Херсон

Окрім цього, молоді люди обирають приватне, а не публічне дозвілля через зайнятість. Це пов'язано з умовами праці, наприклад, гнучким графіком роботи, браком контролю працедави_ць за графіком роботи, дистанційною зайнятістю і фрілансом. Одна з учасни_ць розповіла, що проводить дозвілля вдома, тому що в будь-який момент може отримати завдання по роботі:

Так як я теж фрілансер, теж робота та відпочинок дуже цікаво переплітаються. Дуже часто робота заважає повноцінно відпочити, тому що в будь-який момент може прийти замовлення. [...] Це найчастіше відпочинок без великого відриву від ноутбуку або телефону, тому я надаю перевагу більш такому пасивному відпочинку.

Жінка, IT, Хмельницький

Публічне дозвілля (поза домом) молоді люди найчастіше проводять разом із сім'єю, партнер_кою, подругами та друзями. Значна частина молодих людей люблять проводити дозвілля на природі. При чому це може бути час, проведений як із кимось, так і на самоті. Наявність відкритих зелених зон, парків, скверів, лісів, важлива для молодих людей, тому що дає можливість безкоштовного дозвілля і відпочинку. В умовах, коли багато місць для дозвілля є комерційними — наприклад, кафе, ресторани, торгові центри — особливо зростає цінність відкритих публічних просторів для всіх, а також безкоштовних подій у цих місцях. Молоді люди згадували про важливість фінансової доступності. Під час фокус-групових дискусій інформант_ки наголошували, що брак грошей є одним із факторів, які впливають на якість, різноманітність дозвілля.

Після роботи йду, забираю меншу із садочка, йдемо прогулятися по парку, додому, або бачу концерт безкоштовний, то женемо туди. Захекані прибігаємо, але дивимося. Старша дочка підтягується.

Жінка, культура і креативність, Івано-Франківськ

Однією зі складових публічного дозвілля є відвідування закладів культури. За результатами аналізу кількісних даних ми помітили, що найчастіше молоді люди ходять у кінотеатри, водночас інші заклади культури — наприклад, музеї, театри — часто залишаються поза увагою молодих людей. З одного боку, молоді можуть не відвідувати певні заклади культури чи події, оскільки не зацікавлені в темі та наповненні просторів і заходів. Можливо, це свідчить про те, що інфраструктура культурного дозвілля у містах не задовольняє потреби всіх груп молоді. З іншого боку, можливості для участі в дозвіллі, зокрема в культурному, розподілені нерівномірно серед різних груп молодих людей. На відвідування закладів культури впливає наявність вільного часу, сфера зайнятості, рівень доходу молодих людей, а також наявність дітей.

Наявність дітей має значний вплив на дозвілля інформант_ок. Репродуктивна, домашня, доглядова праця потребує значних витрат часу. Людина, яка виконує таку неоплачувану роботу, має обмежену кількість вільного часу, який можна використати для дозвілля. Також наявність дітей впливає на організацію дозвілля, адже потрібно враховувати зручність простору для відвідування з дітьми, а також побажання самих дітей.

Взагалі-то у мене небагато вільного часу, враховуючи наявність двох дітей. Вільний час більше стосується двох вихідних, а якщо ми беремо середній робочий час, а після цього, відповідно, повернення додому, де тебе зустрічають

двоє дітей, то в ці дні, звичайно, у тебе особистого часу немає.
Чоловік, культура і креативність, Херсон

Молоді люди, які мають дітей, намагаються передусім задовольнити потреби та побажання дітей у дозвіллі. Інколи батьки настільки засвоювали інтереси дітей, що ототожнювали їх зацікавлення з власними. У батьків виникали складнощі з відокремленням своїх бажань від бажань дитини. Припускаємо, що така ситуація може негативно впливати на батьків та їхніх дітей. Наприклад, це може призвести до ігнорування інтересів дитини та нав'язування їй інтересів батьків. Невміння батьків чути потреби дитини може негативно позначитися на ментальному здоров'ї дитини. Тенденція до ототожнення власних бажань і бажань дітей частіше проявлялася у жінок, ніж у чоловіків. Можливо, це пов'язано з тим, що жінки виконують значно більше неоплачуваної роботи з догляду, ніж чоловіки.

В принципі, там [у парку Шевченка] є місця, де з дітьми можна погуляти, де самим можна розважитись. Не зважаючи на моїх двох дітей, в мене така доволі ще дитяча душа, яка також любить атракціони, колесо огляду, ось. Тому, в принципі, парк Шевченко — це дуже крута штука. Можна на цілий день там і залишитись.

Жінка, IT, Івано-Франківськ

Крім цього, вибір місця для проведення дозвілля часто залежить від дитини. Наприклад, для культурного розвитку дитини молоді люди відвідують різні заклади культури. Зазначали, що батькам із дітьми зручно ходити в бібліотеки у вихідні. Молодим людям із дітьми подобається, коли в бібліотеках можна відвідувати різноманітні заходи. Молоді люди також часто відвідують заклади культури, коли там виступають їхні діти:

Тому можна сказати, що ми більше часу проводимо у дитячій бібліотеці. Бо у нас там гарно зробили: і відео, і виставки різноманітні, і конкурси. Дуже гарно! Тому у нас там діти проводять, і ми разом з ними.

Жінка, сфера послуг, Херсон

Здебільшого інформант_ки не артикулювали, що час, проведений із дітьми, є роботою, а інколи навіть відносили його до дозвілля. Можливо, це пов'язано з соціально схваленою поведінкою татів і матерів — романтизацією догляду за дітьми. Проте участь дітей у гуртках означає значну неоплачувану роботу для їхніх батьків. Сюди можна віднести емоційну роботу батьків з підтримки дітей у їхньому навчанні, можливу додаткову роботу з пошиття костюмів або матеріальні витрати на їх придбання.

Наявність домашніх улюбленців має зв'язок із тим, як молоді люди проводять своє дозвілля. Ті, хто живуть разом з улюбленцями, витрачають свій вільний час на забезпечення необхідних умов проживання для них. Водночас люди можуть отримувати позитивні емоції від часу, проведеного з тваринами (про що казали учасни_ці фокус-груп). Тварини-компаньйони можуть емоційно підтримувати своїх господ_инь, бо від них очікується поведінка за певними правилами (Dashper, 2020). Люди очікують від тварин-компаньйонів слухняності, відсутності агресії. Можемо припустити, що домашні улюбленці впливають на настрій людей, що відображається на практиках відпочинку та дозвілля. Наявність тварин може впливати на відвідування кафе, ресторанів, закладів культури, оскільки не всюди вхід з тваринами дозволений. Також, наприклад, догляд за собакою потребує перебування на природі, що впливає на частоту перебування людини на свіжому повітрі.

Пора року та погодні умови також впливають на дозвілля. В теплі пори року молодь частіше проводить час на природі, в прохолодні пори року зростає кількість часу за приватним дозвіллям.

Підсумовуючи, приватне дозвілля молодих людей пов'язане з рекреаційними практиками і саморозвитком. Інколи молоді люди сприймають саморозвиток як необхідну умову для збільшення доходу, досягнення успіху, і це може набувати форми самоексплуатації. Приватне дозвілля також пов'язане з інтернетом і використанням різних девайсів. Водночас публічне дозвілля поза домом молоді люди часто описували як перебування на природі, наприклад, на самоті або разом з рідними чи друзями. На організацію дозвілля загалом впливає наявність дітей, а також домашніх тварин. Варто додати, що однією зі складових публічного дозвілля є відвідування закладів культури. Молоді люди частіше за інші заклади культури відвідують кінотеатри. На залученість до публічного культурного дозвілля впливає особиста зацікавленість молодих людей, а також структурні передумови, зокрема рівень доходів, кількість вільного часу, зайнятість.

Як сфера зайнятості та умови праці впливають на дозвілля?

Однією з особливостей дозвілля молодих людей, які працюють у **сфері послуг**, є те, що вони часто працюють у вихідні, зокрема під час державних свят. Такі умови праці впливають на можливості людей проводити дозвілля, зокрема долучатися до публічних святкувань і культурних заходів у їхніх містах. Водночас працівни_ці сфери послуг також працюють безпосередньо на різних заходах і святкуваннях.

Я не сильно люблю ці всі Дні незалежності, День міста, мабуть, тому, що я на них працюю. А так — день як день. Для мене це звичайний день, просто роботи у мене у два рази більше. Це все, що я можу сказати.

Чоловік, сфера послуг, Хмельницький

...то у них, здається, було, що з середи починалося і так аж до неділі, то я могла піти в п'ятницю або зранку. Тобто після обіду я вже не могла піти, бо на роботі. Не завжди виходило, хоча було щось цікаве, і хотілося піти, але...

Жінки, сфера послуг, Івано-Франківськ

Здебільшого люди, зайняті у сфері послуг, працюють поза домом. Вони частіше за інших учасни_ць ФГД згадували про брак вільного часу. Це може бути пов'язано з нестандартними графіками роботи працівни_ць сфери послуг — наприклад, графік «доба через три».

Вихідні? Їх немає. Взагалі, суцільний потік роботи, безкінечний. Їх [вихідних] немає і не буде, мабуть.

Чоловік, сфера послуг, Херсон

Працівни_ці сфери послуг частіше за інших асоціювали відпочинок зі сном. **Незадоволення базових потреб може свідчити про прекарні умови праці.** Наприклад, людина може працювати понаднормово, через що втомлюватись і не висипатися, тому головним відпочинком є сон — відповідно, бажань та часу на інше дозвілля не залишається. Натомість гідні умови праці передбачають ба-

ланс між роботою та відпочинком, сприяють можливостям для різноманітного дозвілля.

Я хотів би просто виспатися [про асоціації з відпочинком].
Чоловік, сфера послуг, Херсон

Молоді люди, зайняті у сфері інформаційних технологій, навпаки, часто працювали з дому. Такі умови роботи також впливають на їхній вільний час і дозвілля. Для молоді, яка працює у сфері ІТ, характерним є зсув між приватним і публічним дозвіллям на користь останнього. Молоді люди зазначали, що після повного робочого дня решту часу хочеться провести в іншому місці, а також скаржилися, що бракує спілкування з іншими людьми. Молоді люди часто згадували, що люблять активний спортивний відпочинок, і це також може бути пов'язано з тим, що вони працюють за комп'ютером.

Я працюю 8 годин в день. Після шостої кожного дня стараюсь вибиратися з дому, бо працюю я з дому і не хочеться відпочивати вдома. Кожного дня зустрічаємось з друзями, проводимо час в якихось кафе, може, ресторанах або просто ідемо до когось додому.
Чоловік, ІТ, Хмельницький

Я також намагаюсь після робочого дня виходити з дому. Тому що висидіти весь день — це доволі важко, а потім ще відпочивати вдома. Тому намагаюсь [...] зустрічатися з друзями, тому що дуже не вистачає живого спілкування, весь час у квартирі, розумієте. Ну, займатися спортом, тому що теж сидіти також не дуже добре для здоров'я.
Чоловік, ІТ, Хмельницький

Молоді люди, зайняті в сфері ІТ, розповідали, що їхній заробіток дозволяє реалізувати бажане дозвілля. Працівни_ці сфери інформаційних технологій частіше за інших казали, що відвідують кафе та ресторани. Вони також згадували, що займаються екстремальними видами спорту, які потребують матеріальних витрат: катання на лижах, стрибки з парашутом. Зарплати у сфері ІТ в порівнянні з іншими галузями на українському ринку праці одні з найвищих (Главком, 2020). Можемо припустити, що працівни_ці ІТ мають більше можливостей дорогого дозвілля, ніж молоді люди, зайняті в інших сферах. Разом з тим не всі працівни_ці ІТ-галузі заробляють однаково. На рівень оплати праці може впливати розмір компанії, тип, її територіальне розташування, а також гендер працівни_ць. Наприклад, зарплата жінок, які працюють у сфері ІТ, нижча від зарплат чоловіків на аналогічних посадах (DOU, 2020). Відповідно, жінки можуть мати менше можливостей для дорогого дозвілля, ніж чоловіки.

Ще однією особливістю дозвілля працівни_ць ІТ є **розмивання меж робочого та вільного часу**. Це пов'язано з тим, що робочі завдання можуть з'являтися в будь-який час, ненормовано, особливо це стосується людей, які є фрілансер_ками або працюють дистанційно. Одна з можливих причин такого явища — корпоративна культура ІТ-компаній, в якій перепрацювання стають нормою, а виконав_иці підлаштовуються під час роботи клієнт_ок. Молоді люди, які зайняті в сфері ІТ, згадували, що нормальною практикою для них є брати ноутбуки з собою і працювати під час відпустки.

Ми за ці роки вже привчилися до того, що ноутбук завжди з нами, де б ми не були. Тобто чи на морі, чи в тих же самих Карпатах ноутбук завжди з нами і зв'язок є. Тобто в будь-якій із ситуацій ми вийдемо з того положення.
Жінка, ІТ, Хмельницький

З одного боку, в постіндустріальному суспільстві з'являються можливості обирати час, місце роботи та сферу зайнятості. З іншого боку, ці можливості не гарантують гідних умов праці, особливо балансу між роботою та відпочинком. Тенденція до розмивання меж між роботою і дозволенням притаманна багатьом професіям, пов'язаним із інтелектуальною зайнятістю. Адже навіть після формального завершення роботи люди схильні думати про неї, перейматися вирішенням окремих завдань — зокрема про це розповідали молоді люди, зайняті у сфері ІТ.

Тому що навіть через те, що це розумова праця, ти не можеш все одно повністю розподілити — це робота, а це відпочинок. Бо навіть коли ти відпочиваєш, мозок все одно якось обробляє ту інформацію, яку треба зробити. Це впливає дуже сильно, заважає.

Жінка, ІТ, Хмельницький

Більшість молодих людей, зайнятих у сфері ІТ, могли самі обирати свій робочий графік. Деякі з них наголошували на зручності такої організації робочого часу, оскільки можна відпочивати посеред дня.

Коли я працювала на офісі, то було складніше з відпочинком. Тому що ти ідеш зранку на офіс, виходиш ввечері, і ти вже нічого не хочеш, просто доплести додому. Коли перейшла на фріланс, то набагато легше. Тому що ти можеш вранці або в обід пообідати з подругами. Потім піти собі попрацювати, потім сходити в зал, повернутись додому, доробити роботу і лягти собі спати.

Жінка, ІТ, Хмельницький

Водночас інформант_ки також згадували про декілька важливих недоліків «гнучкого графіку»: ненормованість робочого часу і стирання меж між роботою та відпочинком. Робота в приміщенні, наданому працедави_цею, дає можливість чітко розмежовувати особисте життя, дозволення, відпочинок і роботу. Для деяких молодих людей ця можливість була особливо важливою.

Мені взагалі по досвіду, напевно, більше подобається, коли я прив'язана до офісу. Але це якщо не брати роботу додому. Тобто я чітко можу розділити робочий час і після роботи. Коли я виходжу з офісу, це вже мій особистий час.

Жінка, ІТ, Хмельницький

Декілька інформант_ок зазначали про досвід професійного вигорання. На це могли вплинути такі фактори, як понаднормова робота, брак достатньої кількості відпочинку, незручний графік роботи. Розмивання різниці між роботою та відпочинком, яке притаманне для тих, хто задіяний в економіці знання, може сприяти зменшенню часу на відпочинок.

...я намагаюсь працювати не більше 8 годин, тому що в мене уже були такі періоди як вигорання, і це дуже шкідливо впливає. Тому 8 годин на роботу, 8 годин на інші справи. То єсть я намагаюсь регулювати, це важливо...

Чоловік, ІТ, Хмельницький

Особливістю дозволення працівни_ць сфери культури і креативності є те, що вони часто відвідують заклади культури. З одного боку, вони більше за інші групи молоді обізнані та зацікавлені в сфері культури. З іншого боку, часто працюють безпосередньо в закладах культури або відвідують їх з професійною метою.

...я, наприклад, ще можу скористатися можливістю відвідати бібліотеку, відвідати, якщо мені потрібно, інші заходи. Мається на увазі той же музей, тут

згадувалося про музеї. Я музеї відвідую, бо у мене специфіка роботи така, тобто я з одного боку відпочиваю, а з іншого і певним чином, можна так сказати, роблю те, що необхідно для моєї роботи.
Чоловік, культура і креативність, Херсон

В місті я, практично, постійно є. Моя робота пов'язана з містом, тому навіть мистецькі заходи, які відбуваються — це частина моєї роботи.
Жінка, культура і креативність, Івано-Франківськ

Студентство, яке дотичне до спеціальностей культури та мистецтва, частіше за інших відвідує заклади культури. Адже їм потрібно відвідувати заклади культури з навчальною метою, а також вони мають професійне зацікавлення в сфері культури. Ще одна причина — безкоштовний пільговий вхід. Можемо припустити, що студентство має менше грошових можливостей, ніж ті, хто працюють повний робочий день.

Дуже гарна можливість [про безкоштовний вхід для студентства] побувати в більшості музеїв.
Чоловік, культура і креативність, Херсон

Декілька молодих людей, зайнятих у сфері культури і креативності, зазначали, що їхня **робота схожа на відпочинок і дозвілля**. Це суголосно тенденції скорочення відмінностей між роботою та дозвіллям. Водночас відбувається культивування продуктивності, оскільки молоді люди можуть не сприймати дозвілля як діяльність, яка приносить задоволення. Передусім вони можуть оцінювати дозвілля з точки зору потенційної користі для професійного розвитку.

Я, мабуть, хотів би висловитися з приводу того, що я не можу розрізнити відпочинок та дозвілля, тому що в творчих професіях важко розрізнити. Ти або займаєшся чимось, або нічим не займаєшся.
Чоловік, культура і креативність, Херсон

Частково зменшення розмежування між роботою та дозвіллям було пов'язане з тим, що працівни_ці культурної та креативної індустрій інколи ставилися до **роботи як до покликання, що приносить задоволення**.

Взагалі хотів би якогось такого постійства. Але є одне «но». То улюблена робота. Немає нічого гіршого, ніж ходити на неулюблену роботу.
Чоловік, культура і креативність, Хмельницький

Попри те, що робота приносить задоволення, багато працівни_ць сфери культури і креативності казали про **ненормований графік роботи та збільшення об'єму роботи в певні сезони**. Одна з причин, чому учасни_ці працюють у таких прекарних умовах — вищий заробіток, ніж у державних чи муніципальних закладах культури:

Бувало таке, що в дев'ять вечора тобі дзвонять, і в тебе в три години ночі виїзд на Київ. Ну, поїхав. Приїхав через день, а вже на наступний день у тебе вихідний. Тому спланувати чіткий графік, пообіцяти дітям і дружині, що тато буде вільний в неділю саме, і ми зробимо то, що тато обіцяв, я не завжди дотримуюся цього. Бо в суботу дізнаюся, що в неділю я працюю. Концертна діяльність — вона залежить, хто і коли вас замовить, розумієте.
Чоловік, культура і креативність, Хмельницький

Тобто я можу більше керувати своїм вільним часом сам. Ну, і, в принципі, своїм графіком. Він досить гнучкий, тому що я не маю державної роботи [...]. Ну, я можу ще поки що більш-менш нормально існувати тільки завдяки тому, що я трохи поставив на комерційну якусь ланку свою діяльність. Тобто є в мене комерційні заходи. Ну, і також за кордон якимось виїжджати, працювати інколи. То так. Але хотілося, щоб, звісно, можна було влаштуватися в оркестр або в якусь ту саму музичну школу, і щоб там була гідна зарплатня.
Чоловік, культура і креативність, Хмельницький

Інколи ті, хто працюють фрілансер_ками, мають можливість підлаштовувати свої робочі графіки та мати два традиційні вихідні, завдяки чому проводять час із друзями і відвідують бажані заходи. **Проте, попри зазначені інформант_ками переваги праці на фрілансі, такий вид зайнятості може мати й недоліки:** брак соціальних гарантій, брак комунікації з іншими людьми, нестабільний дохід, потреба самостійно облаштовувати робоче місце.

Отже, в мене стандартні два вихідні, тобто ми їх спеціально виділили, вони як у всіх: субота, неділя. Почасти через те, що в наших друзів, наприклад, це найпопулярніші вихідні, тобто легше зібратися всім разом.
Жінка, культура і креативність, Херсон

Отже, сфера зайнятості та умови праці впливають на дозвілля молодих людей. Тип зайнятості та умови праці відіграють важливу роль у розподілі вільного часу. Тривалість робочого дня, гнучкий/фіксований графік роботи, місце роботи в приміщенні роботодав_иці/вдома, сезонність роботи, інтенсивність роботи, оплата праці, кількість спілкування з іншими людьми, фізична активність протягом робочого дня впливають на кількість вільного часу та рішення молодих людей щодо вибору дозвіллевих практик, зокрема на відвідування закладів культури і культурних подій.

Особливості типу зайнятості та умов праці, які домінують у сферах зайнятості, створюють відмінності у дозвіллі працівни_ць. Так, учасни_ці з ІТ-галузі **потребують активного відпочинку та спілкування з іншими людьми.** Працівни_ці культурної та креативної індустрії **схильні романтизувати свою зайнятість попри прекарні умови праці.** Для представни_ць ІТ-галузі, культури та креативності притаманне стирання меж між роботою і дозвіллям. З одного боку, люди, зайняті у цих сферах, далі думають про робочі завдання навіть після закінчення робочого дня. З іншого боку, вони часто працюють з дому, мають ненормований робочий графік, нестабільну зайнятість. **Працівни_ці сфери послуг згадували про брак вільного часу, неможливість відвідування публічних міських заходів, тому що працюють у дні їх проведення.**

В постіндустріальну епоху набуває поширеності ідея про підтримку та популяризацію «креативних міст» разом із класом працівни_ць сфери культури, креативності, ІТ. В Україні також діють декілька проектів, спрямованих на розбудову креативних міст. Це передбачає розвиток технологій, креативних індустрій, створення можливостей для освіти і роботи працівни_ць сфер культури, інформаційних технологій. Водночас для самих працівни_ць ІТ-галузі, культури та креативності це не завжди означає забезпечення гідних умов праці. **Крім того, акцентування уваги на креативному класі сприяє тому, що проблеми інших груп населення стають більш невидимими. Наприклад, тих, хто працюють у сфері послуг і постійно задіяні в роботі, яка підтримує креативну індустрію.**

Як відрізняється дозвілля молодих жінок і чоловіків?

Чоловіки та жінки по-різному описували свій вільний час і дозвілля.

Наприклад, час, який жінки проводять з дітьми, часто пов'язаний з неоплачуваною роботою з догляду: відвести дітей в садочок, на гуртки або в заклади культури. Порівняно з жінками, чоловіки в описах власного дозвілля значно менше згадували про виконання репродуктивної праці. Навіть ті чоловіки, які були задіяні в роботі по догляду, не згадували про обов'язок водити дітей у садочки або на гуртки. Крім того, часто жінки мають досвід подвійного навантаження, коли виконують оплачувану роботу, а після цього приходять додому, де зайняті у неоплачуваній репродуктивній праці:

Після роботи я забираю меншого із садочка. Старшого ведемо на гурток, тим часом ми гуляємо. Приводимо, годинку часу на вулиці, у парку, на дитячому майданчику. Потім домашні справи. Ввечері стараюсь більше часу із дітьми проводити. Поєдную, принаймні стараюсь, щоб в ігри пограти, мультик подивитися, цікаве кіно подивитися на ніч. На вихідні їдемо до батьків у гості. Якщо не їдемо до батьків, то до карантину ходили на мультик. Так, відвідували цікаві місця для дітей.

Жінка, сфера послуг, Хмельницький

Жінки та чоловіки асоціювали відпочинок з «часом для себе». Однак це поняття для чоловіків і жінок може набувати різних значень. «Час для себе» жінки також пов'язують з необхідністю відпочити від доглядової та емоційної праці. Водночас чоловіки частіше, ніж жінки, сприймали час із дітьми як відпочинок і не згадували про необхідність «вивільнення» від додаткового репродуктивного навантаження.

У мене чоловік дуже любить риболовлю, і я така щаслива, коли він їде на ту рибалку, а ще коли бере з собою дитину — це для мене задоволення, коли я просто залишаюся вдома. Це час просто вільний для себе, бо завжди в сім'ї, в родині треба щось зробити, кудись потрібно піти, а так я знаю, що у мене є вільний час для себе.

Жінка, сфера послуг, Івано-Франківськ

На проведення дозвілля молодих людей більше, ніж гендер, впливає сфера зайнятості та наявність дітей. Ці фактори також визначають, з ким саме молодь проводить дозвілля. Один із чоловіків наголошував, що дозвілля його родини залежить від дитини:

Ми можемо планувати, але вирішує у нас дитина. Прокинулись: «Я хочу на море». Ми сідаємо та їдемо на море або на річку. Це вже, можна сказати, що раптово. Мені хотілося б сказати, що не дитина вирішує, але все-таки вирішує вона.

Чоловік, сфера послуг, Херсон

Наявність дітей може скорочувати вільний час жінок. Рівний розподіл домашніх обов'язків між подружжям сприяє вивільненню часу на дозвілля для жінок:

Я після роботи, звичайно що, приходжу втомлена, тому що працюю допізна. І на якесь проведення часу немає, але коли вихідні, то, звісно, проводимо разом із дитиною, та коли чоловік рятує та кудись її забирає, не так, як вона бігас

зараз та кричить щось, то якщо в мене є вільний час, то я в'яжу.
Жінка, сфера послуг, Херсон

Також частина чоловіків виконувала неоплачувану роботу по догляду. Були чоловіки, які висловлювали бажання проводити час із дітьми, що може свідчити про те, що «традиційний» розподіл сімейних обов'язків не завжди задовольняє потреби та бажання як жінок, так і чоловіків:

Хотілось би, конечно, бувають такі моменти, що хочеться більше часу дома проводити, з дітьми, жінкою. Но треба робити, тому що якщо не будеш робити, воно ж само не прийде, правильно?
Чоловік, IT, Хмельницький

Жінки та чоловіки асоціювали відпочинок як з активними, так і з пасивними видами діяльності. **Проте жінки набагато рідше, ніж чоловіки, згадували про заняття спортом.** Це може бути пов'язано з особливостями жіночої та чоловічої гендерної соціалізації, де чоловіків більше заохочують до занять активними видами спорту. Варто також зазначити, що міські програми з розвитку і підтримки спортивного дозвілля часто не орієнтовані на залучення жінок.

Відрізнялася не лише кількість згадок, а й види спортивних занять, про які говорили жінки і чоловіки. Чоловіки частіше, ніж жінки, згадували групові спортивні ігри. Разом з тим кілька учасниць зазначали, що власний час жінки, який вона може присвятити лише собі, пов'язаний із заняттями спортом. Деякі жінки звільняються від оплачуваної та неоплачуваної репродуктивної праці під час заняття спортом.

Для себе я приділяю два дні у тижні. Відвідую спортзал. Це для мене, тільки мій час. А так — завжди з дітьми.
Жінка, сфера послуг, Хмельницький

Жінки у розповідях про приватне дозвілля вдома могли мимохідь згадувати про неоплачувану роботу по дому. Водночас чоловіки не фокусували увагу на побутових справах. Жінки розповідали, що через карантин доводилося більше часу проводити з дітьми. Під час карантину жінки мали менше можливостей для дозвіллевих практик, бо закриття шкіл і дитячих садочків призвело до збільшення навантаження на жінок.

Роль ініціатор_ки та організатор_ки дозвілля, зі слів інформант_ок, в різних родинях розподілялася по-різному. Так, були досить партисипативні приклади рівного розподілу ролей та обов'язків:

Наприклад, я можу поїхати поплавати на сапборді, а хлопець мій може бути з дитиною. Або ми з різними друзями можемо спілкуватися. Ну, тобто я з одним пішла погуляла, він з дитиною, або він потім піде з друзями випити, а я залишаюся з дитиною. Коротше, в нас перезмінка.
Жінка, культура і креативність, Херсон

Водночас інколи розподіл ролей та обов'язків був скерований гендерними стереотипами:

Ну, а як чоловік? Він повинен проявляти ініціативу яку-небудь.
Жінка, сфера послуг, Херсон

У нашій сім'ї, дівчата, за вибір відпочинку, вид відпочинку, організацію відпочиваю я, але я інколи роблю так, що він думає, що він відповідальний за це питання. Тому найчастіше я вирішую усі організаційні питання. Вид відпочинку, я бронюю квитки, місця проживання, усі ці нюанси. Купую квитки. Жінки, сфера послуг, Хмельницький

Діти також впливають на розподіл обов'язків всередині родини. Так, одна з інформант_ок повідомила, що до народження дитини вони з чоловіком разом проводили дозвілля, а після появи дитини вона частіше залишається вдома і доглядає за дитиною.

Отже, основні відмінності у дозвіллі жінок та чоловіків залежать від наявності дітей, а також від додаткового навантаження на жінок, яке пов'язане з доглядом за дітьми, побутовими справами.

Як карантин вплинув на дозвілля і зайнятість молоді?

Карантинні заходи, введені в Україні в зв'язку із поширенням коронавірусної хвороби (SARS-Cov-2), вплинули на зайнятість та дозвілля молоді. Молоді люди не завжди казали, що з карантинном в їхньому житті відбулися суттєві зміни. Водночас опис їхнього власного досвіду часто свідчив про протилежне.

Зменшилася кількість публічного дозвілля через закриття кафе, ресторанів, закладів культури. Натомість частина учасни_ць розповіли, що брали участь у культурних подіях і відвідували заклади культури онлайн — наприклад, переглядали експозиції музеїв або відвідували онлайн-концерти. Також певні навчальні онлайн-платформи відкрили безкоштовний доступ до своїх курсів. Деякі з інформант_ок розповідали, що скористалися такими можливостями навчання.

Через зменшення кількості публічного дозвілля частота приватного дозвілля зросла. Деякі учасни_ці почали більше приділяти часу читанню вдома. Зросло значення природи у повсякденному житті молоді, адже це був чи не єдиний варіант проведення дозвілля поза домом. Під час карантину змінилося сприйняття простору міста: звичні місця набули нового значення.

Після карантину, знаєте, можна так сказати, що Хмельницький став дуже красочним якимось. Дуже багато нових місць знаходиться, і якимось приємно гуляти і проводити час, відвідувати якісь місця.

Чоловік, культура і креативність, Хмельницький

На початку запровадження карантинних заходів деякі учасни_ці очікували, що кількість вільного часу зросте. Проте не для всіх такі очікування виправдалися. Навіть фактичне збільшення вільного часу не означало, що людина отримала від цього позитивні емоції чи відновила психологічні ресурси. **Одна з причин цього — високі очікування від власної продуктивності та самоексплуатація.** З популярністю ліберальної парадигми та капіталістичних умов ринку праці набуває поширення ідея важливості продуктивності. На індивідуальному рівні це може призводити до надмірних очікувань людини від самої себе, а у випадку їх нереалізації — до розчарування у власних силах. Пандемія коронавірусу та карантинні

заходи — зовнішні обставини, на які людина не може вплинути. За таких умов гонитва за власною продуктивністю може мати негативні наслідки для людини.

Ось коли карантин почався, всі почали думати, що на цей період буде дуже багато вільного часу і дуже багато чого можна буде вирішити і самореалізуватися. Я також так думала і спостерігала за іншими, і в мене чогось так не виходило. Тому що чим більше вільного часу, тим більше неробства. Коли були такі дні, що не було роботи, то нібито ти хочеш відпочити, і так час починає довго тягнутися, і ти не розумієш, що то таке робиться...

Жінка, культура і креативність, Хмельницький

Проведення вільного часу пов'язане з наявністю інших людей у домогосподарстві, а також з розміром житла. Ці фактори впливають на кількість особистого простору людини. Деякі інформант_ки зазначали, що для них скоротилися можливості побути наодинці. Присутність інших людей означає необхідність комунікувати одне з одним. Карантинні заходи змінили цю повсякденну інтеракцію між людьми, тому що нові умови передбачають постійне перебування разом в одному просторі. Це може викликати складнощі, особливо для людей, які живуть у перенаслененому житлі. Також не для всіх дім є безпечним простором. Це стосується, зокрема, жінок, які живуть з аб'юзерами, і молодих людей, батьки яких принижують їх через гендерну ідентичність чи сексуальну орієнтацію.

Під час карантину змінилися умови роботи багатьох учасни_ць ФГД, зокрема змінився графік роботи, навантаження, місце роботи. Це вплинуло на кількість вільного часу і дозвілля молодих людей. Одна з інформант_ок зазначала, що **об'єм її роботи збільшився, а заробітна плата — ні.**

Тому що графік став жорсткіше, тобі доводиться більше працювати, оскільки багато закладів були зачинені або там на карантині, скажімо так, були. Та для того, щоб заробити ту суму грошей, які ти заробляв до карантину, тобі потрібно [...]. То доводиться працювати на годину, на дві, а може й інколи на 3–4 більше, ніж до карантину.

Чоловік, сфера послуг, Херсон

Під час карантину зросла кількість найманих працівни_ць, які почали працювати дистанційно. Збільшилася кількість перепрацювань і зріс ризик професійного вигорання. Частково це пов'язано із контролем роботодави_ць за працівни_цями, страхом втратити роботу тощо (Mental Health Foundation, 2020). Нові форми і типи зайнятості в постіндустріальній економіці мали би сприяти збільшенню кількості вільного часу. Однак насправді досить часто люди, які зайняті дистанційно або є фрілансер_ками, страждають від ненормованого графіку роботи, браку вільного часу. Під час карантинних обмежень велика кількість людей на власному досвіді відчули такі обмеження. Зокрема, одна з інформант_ок нашого дослідження, яка через карантин перейшла на дистанційний режим роботи, розповідала про збільшення навантаження, труднощі з адаптацією до нових умов роботи та складність з реорганізацією повсякденного життя.

Стало нестабільним дозвілля. Це через те, що змінився режим сну. Ну, типу, раніше, кому потрібно було вставати на офіс, їхали, ми зранку це все робили. Зараз я прокидаюсь годині об 11, поки справами своїми займусь, в 12 к 13 починаю тільки працювати. Потім, я вдома більше відволікаюсь на непотрібні для мене речі під час робочого процесу. Через це мені доводиться декілька годин працювати, там, може бути годині в 22–23.

Чоловік, ІТ, Херсон

Одна з учасни_ць ФГД зауважила, що зменшення потоку клієнт_ок позитивно відобразилося на її емоційному стані. Можливо, це пов'язано з тим, що до карантину вона мала умови праці, які виснажували її.

Відпочинку не було. Відпочинок був в тому, що в мене не було людей на прийомі. І це був відпочинок. Повірте, це був відпочинок. Люди не кричать, не галасують, не деруться, не б'ються, грошей не вимагають. Це був великий відпочинок.

Жінка, сфера послуг, Херсон

Водночас декілька інформант_ок розповіли, що під час карантину кількість їхнього вільного часу зросла через брак роботи. І навпаки, після завершення жорстких карантинних обмежень кількість робочого часу не лише відновилися, а й збільшилася.

До карантину це було більш стабільно, розмірено, був більш чіткий графік. На період карантину ми підлаштовувалися. Якийсь час було дуже багато вільного часу. Зараз ми намагаємося відновити те, що було пропущено, часу вільного майже не залишається.

Жінка, сфера послуг, Хмельницький

Деякі молоді люди змінили роботу чи професію після карантину, а також ті, хто в пошуках додаткового джерела доходу, опанували нові навички. Саморозвиток у цьому випадку не так пов'язаний з дозвіллям, як є способом пристосування до ринкових умов праці. Молоді люди, які змінили роботу, іноді пов'язували це не лише з ситуацією на ринку праці, а й із загальним переосмисленням своєї діяльності.

Взагалі, карантин поставив усі крапки над «і». Під час карантину я кардинально змінила професію. До карантину це було всього лиш хобі, а після карантину — вже професійна діяльність.

Жінка, сфера послуг, Хмельницький

На бюджет часу молодих людей (загальну кількість добового часу, що розподіляється за основними видами життєдіяльності) також вплинуло обмеження руху громадського транспорту, бо в нових умовах учасни_ці пересувалися пішки або на велосипедах, що забирало більше часу, ніж до цього.

Наявність або відсутність дитини у домогосподарстві також суттєво вплинула на досвід переживання карантину, вільний час та дозвілля. Молоді люди позитивно відгукувалися про можливість проводити більше часу з дітьми. Водночас це потребувало додаткового часу та організації дозвілля з дітьми, що в умовах закритих закладів культури, дитячих майданчиків було важко зробити. Оскільки робота по догляду в домогосподарствах часто покладається на жінок, під час карантину це навантаження збільшилося.

Під час карантину трохи змінилося те, що з дитиною важко було ходити на дитячі майданчики, тому що вони були зачинені. Важко було йому пояснити те, що на них не можна ходити.

Жінка, сфера послуг, Херсон

Отже, карантин призвів до того, що у деяких молодих людей кількість вільного часу збільшилася. Деякі інформант_ки згадували, що під час жорсткого карантину їм вдалося опанувати нові професійні навички, порефлексувати про власне

життя, побути з рідними. Проте такі позитивні зміни відбулися в житті далеко не всіх молодих людей. Частина молоді втратила роботу, деякі з них перейшли на дистанційну зайнятість. Інформант_ки зазначали, що збільшилася кількість навантаження на основній роботі. Деякі молоді люди, переважно жінки, скаржилися на збільшення кількості неоплачуваної роботи по дому і по догляду за дітьми. Ще однією важливою особливістю карантину стало поглиблення тенденції до стирання межі між роботою та відпочинком, адже деяким людям доводилося як працювати, так і відпочивати вдома. **В молоді виникали труднощі з адаптацією до нових умов життя, що могло негативно позначитись на їхньому психологічному здоров'ї.**

Обмеження і можливості доступу до дозвілля залежать від системи соціальних нерівностей, яка існує у суспільстві. Гендер, сфера зайнятості та умови праці впливають на час, вид, місце дозвілля. Ці чинники не лише вибудовують відмінності між людьми різних соціальних статусів, вони конструюють обмеження дозвіллевих практик одних людей і надають привілеї іншим. Найбільш вразливе становище мають люди, які зазнають обмежень та дискримінації за кількома параметрами. Інтерсекційний аналіз у якісному підході дає змогу побачити, як перехресність соціальних статусів впливає на досвід дозвіллевих практик людей. Тому ми розглянули, як гендер та сфера зайнятості впливають на те, як люди проводять дозвілля.

Отримані результати свідчать, що чоловіки та жінки з однієї сфери зайнятості мають спільні чинники, які їх обмежують: прекарні умови праці, рівень доходу. Водночас гендеровані обмеження у вигляді неоплачуваної доглядової роботи, відтворення стереотипної сегрегації у спорті, небезпеки перебування у публічному просторі стосуються здебільшого жінок. Жінки з різних сфер зайнятості стикаються з такими обмеженнями. Водночас жінки з різних сфер зайнятості мають відмінності між собою, які стосуються спроможності до подолання обмежень, дозвілля та відпочинку. Жінки зі сфери послуг частіше згадували про виконання домашньої роботи. Жінки зі сфери інформаційних технологій частіше, ніж жінки із інших сфер, відвідували кафе та ресторани.

Розділ 3 ●
Дозвілля і культура:
Херсон

Якими є культурні та молодіжні політики міста?

У Херсоні бракує стратегії розвитку міста, де були би прописані стратегічні цілі та завдання культурних і молодіжних політик. На інтерв'ю працівни_ці органів місцевої влади зазначали, що зараз стратегія розвитку Херсона перебуває на стадії розробки. Єдиним подібним до стратегії розвитку міста документом був Стратегічний план економічного розвитку міста Херсона (Експертний комітет з економічного розвитку м. Херсона, 2009). Проте він був затверджений у 2009 році й був актуальним до 2019 року. Пріоритетом стратегічного плану були переважно орієнтовані на прибуток приватні інтереси представни_ць комерційного сектору – бізнесу та інвестор_ок – а не суспільні інтереси громади⁷.

Культурні політики. Управління культури міської ради Херсона відповідає за реалізацію державних і місцевих політик у сфері культури, туризму, охорони культурної спадщини, а одним із повноважень Управління є розробка та виконання державних, регіональних і місцевих програм розвитку культури та туризму. Під час проведеного нами інтерв'ю представни_ця Управління назвала такі стратегічні напрямки роботи Управління на найближчі 5 років:

Охорона культурної спадщини. У Херсоні бракує комплексної програми із захисту культурної спадщини: за словами працівни_ці Управління, зараз лише починається обговорення потенційної програми. В Управлінні зазначають, що збереження культурної спадщини є стратегічним завданням для міської культурної політики, а зараз триває підготовчий процес до розробки й реалізації програми, яка б забезпечила механізми охорони культурної спадщини Херсона.

Розвиток бібліотечної справи. В Управлінні культури міської ради Херсона зазначають, що одним із завдань культурної політики міста щодо бібліотек є реорганізація й модернізація бібліотечної сфери, перетворення бібліотек на «громадсько-культурні», «інформаційно-просвітницькі» центри, які не обмежуються видачею книг, а забезпечують ширші культурно-освітні потреби, зокрема молоді. Серед етапів реформування бібліотечної сфери називали трансформацію приміщень і простору бібліотек. Також підкресливали необхідність впровадження електронного читацького квитка та спеціалізованого програмного забезпечення.

Мистецька освіта. Підвищення рівня кваліфікації працівни_ць, що зайняті у сфері мистецької освіти, збільшення стимулів для працевлаштування й розвитку у цій сфері.

Туризм. Забезпечення економічного розвитку Херсона через приваблення турист_ок і розвиток туристичного потенціалу міста.

В Управлінні культури бракує міської цільової програми, орієнтованої на розвиток сфери культури⁸. Натомість є щорічний план культурно-мистецьких за-

7 «Формулювання [стратегічного] бачення містить ідеї, які члени Експертного комітету з економічного розвитку (представники бізнесу та влади міста) вважали найважливішими для майбутнього Херсона, а саме: місто приваблює для інвесторів зі сприятливим бізнес-кліматом, диверсифікованою економікою».

8 Згідно з інформацією, розміщеною на сайті Херсонської міської ради, Управління культури відповідає за дві з чинних міських програм: «Про затвердження Міської програми культурно-масових, мистецьких заходів і підтримки у рамках проведення міжнародних, всеукраїнських, міських фестивалів і конкурсів на 2020 рік» і Програма розвитку туризму в місті Херсоні на 2020–2022 роки.

ходів⁹. Це може свідчити про те, що органи місцевого самоврядування, з одного боку, не мають комплексного й публічно зафіксованого стратегічного бачення розвитку культурної сфери міста (проте враховуючи наведені вище пріоритети роботи Управління, можемо припустити, що такий стратегічний документ перебуває на етапі розробки), а з іншого — редукують культурне життя міста до проведення масових культурних подій.

Міські культурні політики також частково визначає Програма економічного і соціального розвитку м. Херсона на 2019–2021 роки (Херсонська міська рада, 2018), яку ініціювало і розробило Управління економічного розвитку міської ради Херсона. Основними цілями у сфері культури розробки цієї Програми визначають збереження культурної спадщини, зокрема пам'яток історії та культури Херсона, розвиток традиційної української культури та культур національних меншин, розвиток культурно-мистецьких закладів освіти, підтримку творчості та забезпечення умов для самореалізації, розвиток культурних індустрій та інфраструктури. У завдання програми у сфері культури входять проведення масових культурних подій, розвиток цифрових послуг у бібліотечній мережі, проведення реконструкцій і будівництва закладів культури.

В Управлінні культури міської ради Херсона зазначають, що не виокремлюють групи населення, на які орієнтовані культурні політики міста. Крім того, представни_ця Управління зазначила, що «не знає», на кого конкретно орієнтована діяльність Управління й розроблені ним політики. На її думку, Управління забезпечує потреби всього населення, проте вона додала, що організовані Управлінням заходи переважно розраховані на сім'ю. Представни_ця Управління також зазначила, що молодим людям не завжди надають пріоритет під час розробки культурних політик. Частіше перевагу мають, наприклад, ветеран_ки або літні люди, оскільки, на думку працівни_ці Управління культури Херсонської ОДА, значна частина молоді виїжджає з Херсона й Херсонської області, а тому, за її спостереженнями, 60% населення становлять люди похилого віку. З іншого боку, така оцінка не збігається з наявними статистичними даними: за оцінками Держстату, у 2019 році у Херсонській області 22,8% постійного населення належали до вікової групи 60+, тоді як у Херсоні 23,13% постійного населення належали до вікової групи 60+¹⁰. Отже, насправді літні люди становлять менш ніж чверть населення області й міста, а не більшість, натомість молоді люди з вікової групи 18–35 так само становлять майже чверть населення області й міста¹¹. Зрештою, ці групи населення є рівноцінними кількісно, а тому пріоритизація літньої аудиторії перед молодшими людьми може не відповідати наявним потребам других.

Ми розсіяні і на малих, і на дорослих, і на пенсіонерів, і на сім'ю.
Представни_ця органів влади

9 Наприклад, за 2020 рік: Міська програма культурно-масових, мистецьких заходів і підтримки у рамках проведення міжнародних, всеукраїнських, міських фестивалів і конкурсів на 2020 рік.

10 Згідно з оцінками Держстату, у 2019 році у Херсонській області загальна кількість постійного населення становила 1 036 208 осіб, а кількість постійного населення у віковій групі 60+ — 236 294. У Херсоні загальна кількість постійного населення становила 285 494 осіб, а кількість постійного населення у віковій групі 60+ — 66 028 осіб.

11 Згідно з оцінками Держстату, у 2019 році загальна кількість постійного населення у віковій групі 18–35 у Херсонській області становила 250 425 осіб, а в Херсоні — 68 598 осіб, що дорівнює 24,17% і 24,03% загального населення відповідно.

Усі культурні заходи, масові заходи, у нас більше літні. І тематика заходів у нас більш розрахована на, скажем так, зріле населення. Для молоді у нас, може, в рамках відзначення Дня міста чи Дня незалежності концерти. Скажімо, ця тематика для молоді. А якщо взагалі, то для молоді мало, скажем так, заходів і центрів, де молодь могла би провести свій вільний час.

Представни_ця органів влади

За словами представни_ць органів місцевої влади, культурні потреби молоді Херсона здебільшого визначають через відвідування культурних подій, зокрема через безпосередню комунікацію з молодими людьми під час таких заходів, а також з представни_цями Молодіжної ради при міському голові. Оскільки взаємодія з молоддю й визначення її потреб частково тримається на особистих контактах працівни_ць органів місцевої влади з молодими людьми, це може бути перешкодою для розуміння потреб частини молоді, яка не залучена до співпраці з органами місцевого самоврядування.

З молодими людьми, з якими давним-давно працювали, ми подружилися, і ми можемо радитися одне з одним. Вони нам пропонують, і ми прислухаємося.

Представни_ця органів влади

За словами представни_ць Управління культури міської ради Херсона, при плануванні подій на рік вони враховують як зовнішні пропозиції, так і своє бачення, щоб розробити й затвердити остаточний варіант річного документа. До того ж вони наголошують на відмінності програми подій, які організовувало Управління до 2014 року. Тоді ці заходи обмежувалися Днем Незалежності, 9 травня, кількома фестивалями протягом року.

Ми обслуговували фестивалі, якісь мітинги або концерти в такому шаблонному стандартному вигляді, в якому воно подавалось. Ця програма стандартно затверджувалась депутатами міської ради, і ми по ній йшли.

Представни_ця органів влади

Однак після Революції гідності у 2014 році та місцевих виборів у 2015 році у річній програмі заходів збільшилася кількість подій, ініційованих мешкан_ками міста, які підтримало Управління культури міської ради Херсона. Наприклад, у 2012–2013 роках виконавцем усіх масових культурно-мистецьких заходів, організованих коштом міського бюджету, було Управління. У 2018–2020 роках Управління починає активніше підтримувати незалежні культурні події — наприклад, арт-фестиваль «Terra Futura», фестиваль вуличного перформативного мистецтва «Театр-перфоменс», «UrbanArt», фестиваль короткометражного ігрового кіно «КіноДжем» — а серед виконавців таких заходів з'являються громадські організації, зокрема «Центр культурного розвитку “Тотем”», «Творче об'єднання “Кіно. Освіта.Творчість”», «Культурний центр Україна-Литва». Також зростає кількість культурних подій, організованих державними і комунальними закладами культури. Водночас в Управлінні зазначали, що заходи у їхній програмі не завжди можуть задовольняти запити містян_ок. Однак наголошували на тому, що не можуть вийти за межі цієї програми через бюрократичні та звітні процедури. З іншого боку, на інтерв'ю згадували заснований у 1999 році міжнародний театральний фестиваль «Мельпомена Таврії», який фінансується з державного, обласного та міського бюджетів, як приклад сталої підтримки культурної події.

Молодіжні політики Херсона розробляє й реалізує Управління молоді та спорту міської ради Херсона. При розробці політик в Управлінні орієнтуються на загальнонаціональні нормативно-правові акти — державну соціальну цільову програму «Молодь України» на 2016–2020 роки і Стратегію розвитку держав-

ної молодіжної політики на період до 2020 року. В Управлінні молоді та спорту міської ради Херсона розроблено міську цільову програму «Молодь Херсона» на 2015–2020 роки. У цій програмі розвиток дозвілля молоді є одним із основних пріоритетів міської молодіжної політики. Розширення мережі закладів відпочинку та дозвілля молоді визначається як одне з завдань для успішної реалізації молодіжної політики. Заходами з реалізації пріоритету, що пов'язаний з дозвіллям молоді, є щорічне проведення молодіжних масових заходів, зокрема шоу-програм, конкурсів, фестивалів, КВКів, змагань із футболу. Водночас програма «Молодь Херсона» не містить інформації про індикатори виконання поставлених цілей і завдань. Крім того, поставлене завдання **розширення мережі закладів для молоді не співвідноситься з жодним запропонованим заходом у межах реалізації програми**. Під час інтерв'ю одна з працівни_ць органів влади зазначила, що програма «Молодь Херсона», найімовірніше, була розроблена на основі попередньої подібної програми з невеликими правками й без залучення молоді до підготовки чинної програми.

За словами представни_ць Управління, сфера культури «виходить на перші місця», оскільки молодь охоче підтримує ініціативу у проведенні культурних заходів.

Якщо якийсь концерт, фестиваль, то дуже легко знаходяться і волонтери, і учасники, і взагалі так все йде гладко, плавно.

Представни_ця органів влади

В Управлінні молоді та спорту також зазначили, що **частково визначають потреби молоді через опитування**. Наприклад, у 2019 році Управління проводило онлайн-опитування¹² в рамках ініціативи ініціативи ЮНІСЕФ «Громада, дружня до дітей та молоді» (ЮНІСЕФ, 2019)¹³. Крім того, у цьому Управлінні зараз готуються до запуску проекту «Індекс благополуччя молоді», в якому теж передбачено опитування молоді від 14 до 35 років.

В Управлінні молоді та спорту планують події та складають кошторис витрат на місяць, що, на думку працівни_ць Управління, робить їх більш гнучкими й відкритими до змін і пропозицій, які надходять протягом року. Бюджет на заходи розписують за напрямками, а не за конкретними заходами, як це роблять в Управлінні культури. Представни_ці Управління зазначали, що найбільше фінансування виділяють на культурні заходи. Наприклад, у 2019 році з близько 50 заходів, які проводило Управління, 30–35 були пов'язані зі сферою культури. Крім того, вони підкреслювали, що серед підтриманих заходів значна частина була пов'язана з музичною сферою. За словами працівни_ць Управління молоді та спорту міської ради Херсона, молодь може ініціювати проведення подій за підтримки їхнього Управління за спрощеною процедурою.

Ми розробили досить простеньку форму заявки, в якій просто вказується інформація основна про захід чи проєкт, який вони хочуть реалізувати. Там, дати, місце проведення, хто організатор, який потенціал команди, якщо коман-

12 Опитування проводили шляхом заповнення анкет у гугл-формах.

13 Херсон є не єдиним містом в Україні, яке бере участь у цій ініціативі. «В Україні станом на 1 січня 2020 року в ініціативі беруть участь 34 міст і громад (23 з них вже мають проміжний статус кандидата), у яких мешкає більш ніж 9 млн. людей».

Серед рекомендацій для реалізації ініціативи «Громада, дружня до дітей та молоді» в громадах і містах є використання методу опитування для отримання інформації та аналізу проблем дітей і молоді.

да є, то хто в неї входить, чи були проекти, чи не були. Ну, і суть заходу. Якщо це якийсь тривалий проект, то які заходи в рамках проекту. Якщо це одноденний захід, то розкрити його суть. Там заявка проста.

Представни_ця органів влади

До того ж, інформант_ки наголошують на відсутності конкурсів на фінансування та підкреслюють, що якщо захід некомерційний і молодіжний, то такі заявки не відхиляють, а намагаються допомогти організувати й провести подію. Ініціатор_ками таких заходів можуть бути не тільки юридичні особи або громадські організації, а й ініціативні групи молоді або навіть одна відповідальна людина. Управління може профінансувати канцелярську продукцію, поліграфію, послуги сценічного світла, підключення звуку, вуличну сцену, оренду приміщення, сценічні ефекти, послуги ведучих.

Представни_ці органів місцевої влади Херсона зазначають, що після Революції Гідності почали тісніше співпрацювати з громадянським суспільством. Наприклад, в Управлінні молоді та спорту є практика взаємодії з конкретними групами молоді. Працівни_ця Управління зазначала, що вони найбільше співпрацюють зі студентством закладів вищої освіти, а також з активіст_ками сфери культури, які організовують власні події — наприклад, поетичні вечори, кінопокази, фестивалі. На думку представни_ці Управління, зі студентством простіше налагоджувати співпрацю, оскільки з ними можна зв'язатися через навчальні заклади, а також тому, що існують інституціоналізовані осередки активних студент_ок — наприклад, студентські ради. В Управлінні також проводять заходи для дітей та підлітків, проте такі заходи організовують дорослі, а не діти за власною ініціативою. Отже, можемо припустити, що в Управлінні орієнтуються на **співпрацю з тими групами молоді, з якими легко сконтактувати. Зрештою такий підхід не враховує потреб більш вразливих груп: молоді з інвалідністю, з низьким доходом або соціо-економічним статусом, з національних або етнічних спільнот.**

Серед перешкод для реалізації культурної політики називали те, що чинна міська програма економічного та соціального розвитку (Херсонська міська рада, 2018) не відповідає актуальним запитам і потребам містян_ок, оскільки її зміст скопійований з попередніх подібних програм. До того ж **програма не пропонує нові підходи до розвитку міської сфери культури.** Серед проблем у реалізації культурних і молодіжних політик представни_ці органів місцевої влади також виокремлювали нерозвинену міську культурну й молодіжну інфраструктуру — наприклад, брак муніципального молодіжного центру, де молодь могла б самоорганізуватися задля проведення культурних заходів. Крім того, говорили про необхідність існування комунального підприємства розвитку міста, аналогічного до Агенцій розвитку міст, які існують, зокрема, у Житомирі, Хмельницькому, Миколаєві та інших українських містах. Таке КП могло б займатися комплексним розвитком просторів і районів міста.

Представни_ці органів міської влади говорили про недостатню підтримку з боку депутатського корпусу у реалізації ініціатив і проектів у сфері культури. Також вони відзначали брак усвідомлення важливості проведення незалежних культурних заходів, ініційованих громадянським суспільством. Крім того, згадували часті випадки лобювання депутат_ками власних інтересів, тиск з боку депутат_ок щодо проведення заходів та потребу мати «теплі» особисті контакти з депутат_ками. На думку працівни_ць органів місцевого самоврядування, це впливає на зменшення можливостей підтримати громадські ініціативи. Під час інтерв'ю також згадували небажання депутат_ок підтримати проведення «Гогольфесту» навіть попри аргументи, що ця подія може привернути увагу турист_ок.

Депутати не вважають, що культура — це серйозно.

Представни_ця органів влади

[...] треба проводити заходи, які вважають за потрібне наше вище керівництво, [...] треба кожного обходити, мати шарм, мати «обаяние», щоб підійти і кожному довести, що це дійсно потрібно.

Представни_ця органів влади

Одним із прикладів браку депутатської підтримки ініціатив, над якими працювали як в Управлінні культури, так і в Управлінні молоді та спорту, називали проект «Громада, дружня до дітей та молоді», який підтримує ЮНІСЕФ. Представни_ці органів влади зазначали, що прагнули здобути статус такої громади й активно над цим працювали, зокрема розробили план дій і дорожню карту:

У нас були напрацювання, приїжджали спеціалісти, приїжджали представники певних громадських організацій, які сприяють, щоб забезпечити кандидатство, це виносилось на розпорядження міського голови.

Представни_ця органів влади

Крім того, провели вуличне опитування понад 200 респондент_ок серед молоді, зібрали й проаналізували адміністративні дані щодо різних міських питань, розробили основні напрямки роботи в межах проекту. Проте, за їхніми словами, органам місцевої влади не вдалося подолати навіть половину шляху до здобуття Херсоном статусу «Громади, дружньої до дітей та молоді» через пасивність і незацікавленість інших представни_ць органів влади, а також через брак колективних зусиль і політичної волі більшості серед представни_ць органів влади. До того ж на заваді реалізації цієї ініціативи став карантин.

Це можна було б впровадити, була б воля депутатського корпусу, була б воля чиновників по різних управліннях, відділах. Якби всі гуртом, то дійсно все вийшло б.

Представни_ця органів влади

Щодо залучення мешкан_ок міста до розробки культурних політик зазначали, що залучають культурних діяч_ок, представни_ць спілок. Прикладами залучення називали громадський бюджет, який функціонує у Херсоні два роки поспіль, письмові звернення від громадських організацій, на розгляд і затвердження яких потрібно скликати окрему комісію, комунікацію з молодіжною радою при Херсонському міському голові. Втім, не всі з цих способів залучення працівни_ці органів місцевої влади вважають ефективними:

Як такої допомоги, якщо чесно, від них ніколи немає. При мені не було такого, щоб вона діяла саме як рада — щось радить справді, щось підказує. Ще як один шмат роботи. Вони, в основному, проводять якісь розважальні заходи самі для себе.

Представни_ця органів влади

Серед громадських організацій і подій, з якими співпрацюють і які підтримують органи місцевої влади, називали «Тотем» (нині «Центр культурного розвитку»), Urban CAD, «Нова генерація», «Україна-Литва» (національні меншини), «Спектр.ЮА», Творче об'єднання «КОТ», волонтерський проект «Мій тато захищає Україну», кінофестивалі «Кіноджем» та «Кінокімерія».

Після 13-го року ми відкрились і закликали громадські організації, які дійсно ринули до нас зі своїми пропозиціями. Задовольнити потреби всіх ми не змог-

ли, але був експеримент, чи не експеримент — як воно буде.
Представни_ця органів влади

В Управлінні культури міської ради Херсона підкреслюють, що прагнуть комунікувати з представни_цями громадських організацій і знаходити компроміси задля задоволення їхніх потреб у проведенні культурних подій, навіть за умови браку матеріальних ресурсів. З іншого боку, зазначають, що рівень активності мешкан_ок і громадських ініціатив не завжди є достатнім.

Громадськість вважає, що ми маємо щось для них придумати і зробити, але вони старатися не можуть.
Представни_ця органів влади

З іншого боку, представни_ця громадської організації говорила про те, що низовим громадським ініціативам і організаціям, які переважно займаються альтернативною культурою або сучасним мистецтвом, часто простіше самоорганізуватися або отримати грант від іноземних донорів задля організації культурної події, ніж домовитися про співпрацю з органами місцевої влади, зокрема через непосильні вимоги щодо звітності.

Ми не зв'язуємося з місцевими фондами, з місцевим Управлінням культури, з місцевим фінансуванням. Тому що, вибачте, там така звітність, від якої ми просто повісимося. Я все розумію. І у нас є звітність, і вона теж не проста. Але вибачте, якщо Нідерландам відзвітувати простіше, ніж Україні, то щось не так у цій канцелярії.
Представни_ця громадського сектору

Отже, серед основних аспектів діяльності органів місцевої влади, які відповідають за розробку й реалізацію культурних політик Херсона, можна виокремити такі:

- **Орієнтація на широку аудиторію.** В органах влади зазначали, що намагаються не виділяти конкретну аудиторію, щоби спрямовувати свою діяльність на якомога більшу кількість людей. Проте врешті з'ясувалося, що події, організовані за підтримки органів місцевої влади, частіше проводяться для сімей або літніх людей. Водночас чисельність групи людей у віці 60+ майже збігається з чисельністю молоді 18–35 років, тож органи місцевого самоврядування мали б рівноцінно враховувати потреби обох груп і, як мінімум, організувати для них приблизно однакову кількість заходів.
- **Визначення потреб молоді через безпосереднє спілкування з молоддю** на культурних заходах, взаємодію з Молодіжною радою та вже проведені або тільки заплановані опитування.
- **Зміна вектору організованих органами місцевої влади культурних заходів.** За останні кілька років зросла кількість організованих і підтриманих подій, тематика яких не була пов'язана винятково з державними святкуваннями, наприклад, Дня міста або Дня Незалежності.
- **Брак підтримки з боку депутатського корпусу.** Задля виділення коштів на більш альтернативні культурні події, зокрема запропоновані громадськими організаціями, потрібно бути у дружніх стосунках з депутат_ками, аби особисто переконати їх проголосувати.
- **Покращення взаємодії з громадянським суспільством.** Протягом останніх кількох років відповідальні за культурні й молодіжні політики органи місцевої влади стали активніше співпрацювати з активними містян_ками й громадськими організаціями, проте залучення міських активіст_ок може бути недостатнім для розвитку сфери культури.

Як враховують потреби вразливих груп молоді при розробці культурних і молодіжних політик?

Серед вразливих груп молоді, які виключені з дозвілля у місті, називали людей з інвалідністю, студентство закладів професійної освіти, ЛГБТК+ спільноту, жінок, ром_ок.

Працівни_ці органів місцевого самоврядування, які залучені до розробки культурних і молодіжних політик, згадували, що потребами вразливих груп молоді більше займаються Херсонський міський центр соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді й Управління соціальної політики Херсонської міської ради. В Управлінні культури міської ради Херсона зазначали, що періодично проводять і підтримують заходи для людей з інвалідністю. Водночас представни_ці Управління говорили, що їм бракує знань для роботи з людьми з інвалідністю. На їхню думку, це є однією з причин, чому ця група населення може бути сильніше виключена з культурних політик. Це також свідчить про потребу працівни_ць органів місцевого самоврядування у підвищенні кваліфікації й набутті знань щодо комплексної роботи з людьми з інвалідністю.

Ми не знаємо, як це робити. У нас немає знань. Це специфічна публіка. Для них треба специфічний підхід. Ми можемо «сонячних» дітей запросити виступити на фестивалі чи на концертній програмі, ще щось таке. Але є люди з вадами слуху, є люди з вадами зору. Співпрацюємо з товариствами. Єдине, що ми можемо по своїй лінії — якийсь концертний номер їхній включити по мірі того, що вони можуть, як вони займались, і на цьому все.

Представни_ця органів влади

Вразливі групи населення, зокрема люди з інвалідністю, є однією з цільових груп, які Управління молоді та спорту міської ради Херсона прагне включати до молодіжних політик. Водночас в Управлінні більше орієнтуються на дітей, а не на молодь старшого віку — наприклад, співпрацюють з громадською організацією підтримки дітей з синдромом Дауна «Сонячні діти Херсонщини».

З інтерв'ю з представни_цями Управління вдалося з'ясувати, що вони знають про громадські організації, які займаються людьми з інвалідністю, проте активно з ними не співпрацюють.

Я знаю, що у нас є громадські організації, які займаються молоддю. Не тільки молоддю, а людьми з інвалідністю. Саме наше управління з ними — не скажу, що активно співпрацює. Вони не звертаються, а ми самі, якщо чесно, до них теж не ходимо, якимось ми не дуже перетинаємося.

Представни_ця органів влади

Представни_ці громадянського суспільства зазначали, що потреби молодих людей з інвалідністю або не враховують, або не пріоритизують при розробці культурних політик міста, а тому бракує проектів, цільовою аудиторією яких були б молоді люди з інвалідністю.

Одним із зауважень до органів місцевої влади з боку громадянського суспільства є те, що в органах місцевої влади бракує комплексної політики залучення молодих людей з інвалідністю до культурного життя міста. Натомість, на думку представни_ць ГО, таке залучення переважно є точковим — наприклад, через централізовано організовані поїздки для молоді з інвалідністю на культурні заходи. Однією з причин виключення молодих людей з інвалідністю з міських політик

називають брак залучення громадських організацій за ініціативи органів місцевої влади до обговорення й формування культурних і молодіжних політик. Врешті, громадські організації переважно самостійно, без підтримки з боку органів місцевої влади, ініціюють проведення культурних заходів для людей з інвалідністю, зокрема молоді.

Культурна політика розробляється для активної здорової молоді.
Представни_ця громадського сектору

Однією з перешкод у доступі до культурних подій є те, що переважна більшість закладів культури не є доступними для людей з інвалідністю, зокрема для тих, хто мають обмеження опорно-рухового апарату. Люди з обмеженнями зору або слуху також мають менше можливостей для культурного дозвілля, оскільки заклади культури зазвичай не обладнані написами шрифтом Брайля або аудіогідами, бракує спеціаліст_ок з жестової мови¹⁴.

За словами представни_ць ГО, у Херсоні можливості міської мобільності у людей з інвалідністю обмежені. Серед перешкод для людей з обмеженнями опорно-рухового апарату називали брак низькопідлогового громадського транспорту. Тому вони мають пересуватися містом з постійним супроводом або витратити власні кошти на таксі, а у випадку браку додаткових ресурсів майже не пересуватися містом. Врешті необхідність постійно залучати додаткові ресурси для забезпечення потреби у міській мобільності може бути одним із чинників сильнішого виключення молодих людей з інвалідністю з культурного життя міста. Це також пов'язано з тим, що відвідування культурних подій і закладів може бути для них менш пріоритетним, ніж відвідування закладів охорони здоров'я, освіти, торгівлі.

Водночас як приклад часткового розв'язання проблеми з доступністю громадського транспорту згадували послуги «соціального таксі», яким люди з інвалідністю можуть користуватися безкоштовно за певних умов. Право на безкоштовне користування соціальним таксі є у людей з інвалідністю I та II груп, які мають реєстрацію місця проживання у Херсоні. За один місяць людина може здійснити 10 безкоштовних поїздок (тобто 5 поїздок в обидві сторони) з понеділка по п'ятницю з 8:30 до 17:30, а щоби скористатися цією послугою, потрібно подати у диспетчерську заявку за добу. За словами представни_ці ГО, опція «соціального таксі» з'явилася у Херсоні завдяки спільній роботі органів місцевого самоврядування та громадського сектору. Проте через часові й кількісні обмеження цієї послуги можна припустити, що люди з інвалідністю користуються соціальним таксі радше для задоволення нагальніших потреб — поїздок до лікарні або магазину — ніж для поїздок у театри або кінотеатри.

Працівни_ці органів місцевої влади зазначали, що молодь, яка навчається у закладах професійної освіти, є сильніше виключеною з молодіжних політик, аніж молодь, яка навчається у закладах вищої освіти. На їхню думку, студент_ки закладів професійної освіти недостатньо інтегровані в культурне життя міста, і це частково пояснюється тим, що ця група молоді перебуває у підпорядкуванні Управління освіти міської ради Херсона. Проте в Управлінні освіти немає окремої програми, яка б підтримувала й фінансувала заходи, зокрема культурні, для молоді, що навчається у закладах професійної освіти. Зі свого боку, в Управлінні молоді та спорту визнають, що цю групу молоді потрібно більш цілеспрямовано включати в молодіжні та культурні політики, оскільки вони можуть мати менше можливостей для дозвілля. Це означає, що організацією якісного дозвілля молодих людей, які навчаються у закладах професійної освіти, має активніше опікуватися Управління освіти через розробку та реалізацію конкретних програм і планів за-

14 Детальніше про фізичну доступність закладів культури Херсона див. у частині 4.6 «Як працюють державні і комунальні заклади культури?».

ходів, зокрема у співпраці з Управлінням молоді та спорту, або воно має перейти у підпорядкування Управління молоді та спорту, яке так само мало б почати розробляти програми та плани конкретно для цієї групи молоді.

Представни_ці громадських організацій говорили про недостатню включеність жінок і ЛГБТК+ у культурні заходи, які підтримують органи місцевої влади. За їхніми словами, жінки частіше представлені на сцені як об'єкт бажання для чоловічої аудиторії¹⁵, ніж як діячки культури — наприклад, режисерки або художниці. Також згадували про репрезентацію ЛГБТК+ спільнот і жінок, і що переважно ця репрезентація у державних закладах культури є стереотипізованою. Водночас зазначали, що серед позитивних винятків можна виокремити фестиваль «Мельпомена Таврії», куди приїжджають театральні колективи з різних міст і країн та інколи привозять постановки, які містять елементи позитивної репрезентації. Також згадували про виставку художниць початку ХХ століття у Херсонському обласному художньому музеї імені Олексія Шовкуненка як приклад альтернативи стандартним виставкам натюрмортів і квітів на 8 березня.

Включеність буває різна. Так, жінки дуже включені в культурне життя Херсона. Тому що в стрінгах і підв'язках танцює ж хто? Але чи це включеність, яка робить цим жінкам краще — це велике питання. Цим жінкам і жінкам взагалі. Так, звісно, багато жінок представлені на сцені. Це дуже відповідає цій патріархальній ролі жінки — розважати і прикрашати.
Представни_ця громадського сектору

Так, там [у театрах Херсона] говориться про ЛГБТ. Жарти про геїв і жарти про жінок, жарти про блондинок — це так. Це ось улюблені комедії, які ставляться в нашому театрі.
Представни_ця громадського сектору

Про співпрацю з державними закладами культури, зокрема бібліотеками, зазначали, що інколи вдається налагодити взаємодію й організувати подію шляхом часткового **маскування тематики цієї події** — наприклад, замість круглого столу про права ЛГБТК+ вказати у назві події, що це круглий стіл про інклюзивність. Згадували про виставку ЛГБТК+-фотографій в одній із бібліотек Херсона, коли організатор_ок змусили прибрати експлікації до фотографій, де йшлося про те, що люди на фотографіях — гомосексуальні. Як приклад більш рівноправної співпраці називали заходи у нині закритому кінотеатрі «Ілюзіон», де не потрібно було йти на компроміси щодо назви й тематики заходів.

Перешкодами у співпраці з органами місцевої влади представни_ці громадських організацій називали брак взаємодії з ЛГБТК+ і феміністськими спільнотами, що, з одного боку, частково зумовлено недовірою з боку громадянського суспільства щодо дискримінації та неприйняття, а з іншого — страхом самих чиновни_ць. Крім того, однією з перешкод є ускладнена у порівнянні з іноземними фондами процедура звітування, що потребує додаткових ресурсів з боку громадських організацій. За словами активіст_ок громадських організацій, що займаються ЛГБТК+ і жінками, вони більше співпрацюють з органами місцевої влади з питань адвокації правозахисних питань, наприклад, щодо відкриття кризового центру для жертв домашнього насилля (Мовчан & Мовчан, 2019), натомість культурні події вони організують за власної ініціативи, без підтримки з боку влади.

На рівні культурному ми самі собі робимо культуру [...]. Ми не співпрацюємо з держорганами в цьому плані тому, що нам самим простіше. Нам простіше це зробити самим і домовитися з іноземними донорами. Тому що їм не треба так

15 Як приклад наводили святкування 8 березня у Херсонській ОДА.

довго пояснювати, хто ми взагалі такі і що ми тут не оргії влаштуємо.
Представни_ця громадського сектору

Якою є інфраструктура культурного дозвілля міста?

На думку представни_ць громадського сектору, культура в Херсоні **поступово розвивається**. За словами представни_ць органів влади, після 2015 року зі зміною влади сферу культури почали фінансувати трохи краще — зокрема, заклади культури клубного типу почали краще забезпечувати в матеріально-технічному плані. Водночас, на думку представни_ці громадського сектору, деякі державні культурні заклади відходять від традиційних методів роботи, залучають до роботи молодих митців і мисткинь. Попри це, їм не вистачає фінансування, через що вони доволі обмежені у своїх можливостях.

Локацій не стало сильно більше, тому що ми розуміємо, в якому стані взагалі державна культура, ми розуміємо, що музеї виживають, а не живуть. І зараз нарешті в Херсоні почався ремонт літературного музею, який стояв зачинений в аварійному стані просто.

Представни_ця громадського сектору

Крім державних культурних інституцій, в Херсоні також існує та розвивається сектор громадських культурних ініціатив. Наприклад, Центр культурного розвитку «ТОТЕМ», Херсонський центр ім. Всеволода Маєрхольда, Музей сучасного мистецтва. Водночас одна з представни_ць громадського сектору зазначила, що в Херсоні є два напрямки культури: офіційна та громадська. Офіційна більше пов'язана з органами влади та пропонує більш мейнстримну культуру, яка розрахована на широке коло споживач_ок та іноді теж може бути якісною (як приклад наводили фестиваль «Мельпомена Таврії», але це скоріше виняток). Натомість громадська культура пропонує альтернативу — неординарне та експериментальне мистецтво.

Однак досі існує низка проблем та перешкод. Передусім це **брак широкого попиту на культурні послуги серед населення міста** і зокрема серед молоді. За словами представни_ці ГО, особливо це стосується населення, яке живе у віддалених районах міста, адже основний культурний кластер зосереджується саме в центрі. Водночас **житель_ки цих районів не мають можливості задовольняти свої культурні потреби через брак культурної інфраструктури**. Друга проблема — **неспроможність міста забезпечити можливості реалізації для молодих митців і мисткинь**, через що вони змушені виїжджати з Херсона в інші міста.

Свого часу для нашої організації це теж був такий стрес, тому що ми... От здається, ми виховали таке класне покоління молодих митців, дизайнерів, і вони всі роз'їхалися. Ми з ними три роки працюємо, проєкти з ними робимо, докладаємо зусиль. От все, зараз вже культура буде класна в Херсоні... Всі поїхали. Альтернативний арт-путівник по Львову робив наш фотограф, наш товариш з Херсона, розумієте? В інших містах дуже багато нашої херсонської діаспори, насправді, з якою ми працюємо. Вони до нас приїжджають на фестивалі, на все. Але вони їдуть з міста.

Представни_ця громадського сектору

Відповідно до дослідження «Культурна мапа Херсона», яке проводили у 2013 році, рівень розвитку культури 43% жителів_ок оцінили як достатній, 22% як добрий і 16% як поганий¹⁶. Серед того, чого не вистачає у місті, називали культурні заходи, місця для спілкування, розваг (Культурна мапа Херсону, 2013).

Натомість на думку представників ГО та чиновників **можливостей для культурного дозвілля у місті недостатньо**. Передусім існує проблема низької якості культурних подій. Наприклад, деякі великі події, такі як фестивалі, досі орієнтуються на масову культуру, тобто на широке коло глядачів_ок, через що втрачають культурну цінність. Водночас саме такі події, за словами представників ГО, найчастіше фінансує місто. Натомість більш альтернативні фестивалі, які існують, мають «елітарний» і закритий характер. Вони не отримують фінансування з міського бюджету, бо туди приходять менше людей, ніж на такий масовий захід, як, наприклад, день міста.

День міста — це легко фінансується. Приїхала Злата Огневич чи хтось там приїхав, Оля Полякова приїхала, розумієте? Це фінансується легко. Це спонсорські кошти, яких вистачає на оцю гулянку. А довести, що спонсорські кошти потрібні, наприклад, для фестивалю джазу, буде дуже важко. Тому що хто до вас прийде? До вас прийде 200 людей. А те, що ці люди є насправді носіями культури, це вже буде важко довести.
Представники_ця громадського сектору

З закладами культури ситуація трохи інакша: з одного боку, іноді низький рівень контенту, який вони пропонують, з іншого — закриття закладів або загроза закриття, що скорочує кількість просторів для розвитку культури, в тому числі альтернативної.

Ще однією проблемою є недостатня кількість закладів культури. У Херсоні є лише два театри: академічний театр ім. Миколи Куліша та Херсонський академічний театр ляльок. І якщо представники ГО розповідали, що існують альтернативні театри, то молодь під час ФГД, навпаки, зауважувала, що у них немає місцевих альтернатив, окрім приїжджих театрів. За словами представників ГО, проблема театру полягає в тому, що він здебільшого заробляє лише на мейнстримних касових виставах. Однак у театрі все одно показують сучасні вистави, які приносять менше грошей і приваблюють менше глядачів. Водночас, на думку деяких учасників_ця ФГД, театр не задовольняє їхні потреби саме тому, що показує здебільшого мейнстримні постановки і не має альтернатив.

Водночас проблемою також є зменшення кількості державних та муніципальних закладів культури. Наприклад, така ситуація склалася з кінотеатрами у Херсоні. Нині у місті існує лише один комунальний кіноконцертний зал «Ювілейний» і приватний кінотеатр мережі «Мультиплекс». Водночас раніше у місті були ще три комунальні кінотеатри: «Україна», «Іскра» та «Ілюзіон». Кінотеатр «Україна» був приватизований ще у 2012 році і відтоді перебуває на реконструкції. Нещодавно з'явилася новина про його відкриття, однак замість кінотеатру там планують торгово-розважальний центр (*После долгих лет реконструкции вскоре откроется херсонский кинотеатр "Украина"*, 2019). Комунальний кінотеатр «Іскра» у листопаді 2018 року за рішенням депутатів_ок міської ради реорганізували в «Дім ветеранів». За те, щоб кінотеатр «Ілюзіон» не став приватизованим, досі борються активісти_ки, однак протягом останнього року він не працює (Агамян, 2020). Водночас «Ілюзіон» слугував не лише кінотеатром, а також хабом, де про-

16 Вибірка дослідження становила 1315 респондентів_ок, хоча не зазначено, наскільки така вибірка є репрезентативною для населення Херсона. До того ж суперечливими є відповіді на питання, а саме виникають сумніви щодо трактування респондентами визначення «достатній».

водили різні заходи на теми, пов'язані з квір-тематикою, фемінізмом та ЛГБТК+. Відповідно, із закриттям цих кінотеатрів у місті стало менше майданчиків для реалізації кінофестивалів та авторського кіно.

У нас були кінопокази. Тобто кінотеатр «Ілюзіон». Навіть оцих штук не було. Ми говорили: «Так, у нас показ фільму “Прайд”. Так, у нас там розмова про лесбійський секс, блін». Тобто у нас були такі речі, ми запрошували в «Ілюзіон» відому лекторку, квір-феміністку Марію Маєрчик, котра розказувала про квір-теорії. Розказувала, чому гендер — конструкт. І стаття — це теж конструкт.
Представни_ця громадського сектору

Так, організатори «Кіноджему» попередні роки домовлялися з «Мультиплексом», влаштовували там свої покази. Але, по-перше, цей фестиваль відбувається раз на рік. По-друге, тепер буде трошки складніше, тому що змінилося керівництво і політика. Тобто міських кінотеатрів як таких немає.
Представни_ця органів влади

Пів року тому в Херсоні загострилася проблема з місцевими бібліотеками. Міська рада вирішила закрити 5 бібліотек у місті, нібито через брак фінансування, та віддати їх на приватизацію (Стець, 2020). Відповідно, під загрозою звільнення опинилися бібліотекар_ки, які працюють у цих закладах. У лютому відбувся протест працівни_ць бібліотечної системи, її відвідувач_ок, представни_ця громадських організацій. Заяву про засудження дій органів міської влади Херсона також випустило і Міністерство культури та інформаційної політики України. Зокрема, у заяві йшлося про те, що такі дії місцевих чиновни_ць порушують норми українського законодавства щодо реорганізації бібліотек, що перебувають у державній та комунальній власності¹⁷.

Акція у нас серйозна була в кінці лютого, така загальноміська акція. Бібліотеки привели своїх читачів під стіни міськради. І це мало успіх. Цього не очікували від нас зверху. Це читачі прийшли. Коли читачі побачили цю інформацію в інтернеті, в газетах про те, що загрожує бібліотечній системі міста, вони дійсно обурились. Я зараз говорю не лише про центральну, тому що проблема вийшла за межі мікрорайонів.
Представни_ця закладів культури

Так а в бібліотеках працює хто? У бібліотеках працюють жінки. Тому коли був протестний мітинг на цю тему, щоб не закривали цю бібліотеку, наша організація приєдналась. Ми приєднались, ми вийшли з бібліотекарками на цей мітинг. І для нас це було таким, дуже важливим.
Представни_ця громадського сектору

2 вересня 2020 року депутат_ки міської ради Херсона проголосували за накладання мораторію на скорочення бібліотечної мережі. Відповідно, тепер органи місцевої влади не можуть закривати заклади і скорочувати персонал. Натомість у бібліотекар_ок є свої напрацювання щодо того, як можна реорганізувати бібліотечну систему в місті. **Зокрема, розвивати тематичні бібліотеки в різних районах.**

17 <https://mkip.gov.ua/news/3509.html>

Ця реорганізація має бути погоджена між містом і бібліотеками, а голоси та думки працівни_ць — обов'язково враховані.

У нас вже випрацювана по тематиці нового формату тієї чи іншої бібліотеки. Ми готові навіть деякі бібліотеки об'єднати, створити інформаційний центр у тому чи іншому районі. Ми розуміємо, що є сенс пожертвувати маленькими бібліотеками, об'єднати їх, якщо вони знаходяться під одним дахом, для того щоб не втратити ту будівлю, куди звикли ходити люди.
Представни_ця закладів культури

Чи задовольняє наявна в місті культурна інфраструктура потреби молоді у дозвіллі та відпочинку?

Думки щодо того, чи задовольняє культурні потреби молоді наявна інфраструктура у Херсоні, були різними. Чиновни_ця з Управління молоді та спорту міської ради Херсона наголошувала **на браку повноцінної мережі молодіжної інфраструктури, а також нестачі окремих просторів, де молодь могла б влаштовувати заходи.**

Молодіжна інфраструктура у нас трохи більше нуля. У нас немає молодіжних комунальних закладів, установ, ні молодіжних центрів, ні молодіжних просторів.
Представни_ця органів влади

Представни_ця громадської організації звернула увагу на іншу проблему: незацікавленість і необізнаність молоді про можливості культурного дозвілля. Деякі молоді люди на ФГД також наголошували на цьому аспекті.

З іншого боку, учасни_ці фокус-груп говорили про те, **що культурних закладів, а також подій у Херсоні недостатньо.** Серед тих, які існують, поширені застарілі підходи до роботи або мейнстримний, не завжди якісний контент. Деякі учасни_ці згадували, що заклади культури поступово змінюють свої методи до роботи, наймають молодих людей, адаптуються до сучасних вимог:

Як і в усіх музеях є виставки постійні, і чим мені подобається сучасна тенденція в музеях, на відміну від радянської, там ти прийшов, послухав і пішов. Воно все стаціонарне, не змінюється нічого, все так покривається пилом, іноді змітається. Зараз наші всі музеї переходять потрошку до того, що виставки є інтерактивними, що не лише прийти, подивитися і послухати, можна ще й торкнутися, задати питання і не боятися, що тобі скажуть. Воркшопи, якісь хенд майстер-класи проводять постійно [...].
Чоловік, культура і креативність

Бібліотеки здебільшого асоціювалися в учасни_ць фокус-груп з традиційним уявленням про ці заклади як про місце для видачі книжок для студент_ок або науков_иць: частина молодих людей відвідували бібліотеки під час навчання в школі або університеті. Примітно, що бібліотеки в більшості молодих людей не асоціюються з інтелектуальними та культурними осередками, які можуть бути місцями соціалізації або проведення подій.

Я не слідкував за подіями, які були і які там планувались. Ну, я якось більше не проявляв інтересу, тому що, як на мене, у мене там кліше у бібліотек, що там теми, пов'язані з книгами, щось іще. Ну, тобто, пов'язано з тим, що мене це не цікавить.

Чоловік, IT

Обрання бібліотеки може також залежати від наявності дітей. Молоді люди з дітьми ходять саме в дитячі бібліотеки, але самостійно не ходять у дорослі. При чому відвідують бібліотеки для дітей здебільшого не для книжок, а для тематичних подій. Відповідно, можна припустити, що молоді люди ставлять пріоритети і зацікавленість дітей вище власних, адже, за їхніми словами, вони відвідують бібліотеки з ініціативи самих дітей.

Як позитивний приклад учасни_ці фокус-груп виокремлювали Херсонську обласну універсальну наукову бібліотеку ім. Олесея Гончара. Саме ця бібліотека є певним культурним хабом, де люди можуть не лише взяти книжки, а й відвідати різні події: історичний фестиваль, клуби англійської мови, зустрічі з письменниками, виставки, лекції, дитячі заходи. Серед інших згадували також кілька районних бібліотек, які переважно орієнтовані на роботу з дітьми.

Я хотіла сказати, що я останній раз була також у бібліотеці Гончара, там проходив історичний фестиваль, я не пам'ятаю, як він називався, але було досить цікаво. На кожному поверсі була своя тема, там проходили лекції, тобто можна було прийти, послухати тему, яка тебе цікавить. Завчасно були списки із усіма лекціями, семінарами. Можна було взяти брошурку, підійти і подивитися. Ще у Гончара є молодіжні рухи, якісь групи людей збираються і дуже часто у бібліотеці Гончара щось обговорюють.

Жінка, IT

У нас жив відомий художник в Херсоні, Валерій Маругін. І дуже часто в бібліотеці Гончара проводяться вечори, присвячені його творчості. Окрім того, що його роботи представляються, він ще й писав вірші, вірші читають кількома мовами. І ще Ірина Скиданова прекрасно співає та грає на гітарі.

Жінка, культура і креативність

Кінотеатри. Під час обговорення кінотеатрів у Херсоні учасни_ці фокус-груп згадували приватний кінотеатр «Мультиплекс», розташований у ТРЦ «Фабрика», та муніципальний кіноконцертний зал «Ювілейний». **Під час вибору кінотеатру молоді люди здебільшого звертають увагу на оснащення кінотеатру, розташування, різноманіття сеансів та інфраструктуру поруч.** Тож «Мультиплекс» здебільшого подобається молодим людям Херсона через наявність зручної розважальної інфраструктури, обслуговування, технічних спроможностей кінотеатру та зручне розташування. Водночас для них основною перевагою є те, що «Мультиплекс» розташований у ТРЦ — відповідно, там одразу можна поїсти, подивитися кіно і розважитись. Це відображає практики споживацької культури: **кінотеатр сприймається як комфортний лише в поєднанні з їжею та іншими благами**, натомість меншого значення набуває саме кіно.

По-перше, мені по місцерозташуванню близько «Мультиплекс» в ТРЦ «Фабрика». По-друге, по сприйняттю — теж «Мультиплекс». Мені подобається сама організація закладу. Я можу замовити квитки онлайн, я можу скасувати без проблем, я можу не купувати квитки в паперовому форматі. Це все швидко робиться. Якщо захотіла піти в кіно, я просто взяла і пішла.

Жінка, IT

Про «Ювілейний» інформант_ки також відзначали позитивні аспекти, через які обирають саме цей кінотеатр. Зокрема, це невелика кількість людей на сеансах. Також ішлося про те, що в «Ювілейному» показують не лише комерційне кіно, на відміну від «Мультиплекса». Крім кіносеансів, у «Ювілейному» інформант_ки відвідують також і музичні концерти.

Стосовно «Мультиплексу» і «Ювілейного», я завжди обираю «Ювілейний». Народу менше, дешевше, фільми, на які хочу піти, зазвичай теж є в прокаті. Мені ближче, комфортніше. Там приходиш, більше народу, поведуть себе не завжди так добре, як хотілося б. А тут приходиш, тебе зустрічають, все добре, завжди фільми один одного повторюють, що там є, що тут є. У мене більше вибір на «Ювілейний» падає завжди.

Жінка, IT

Водночас, порівнюючи ці два кінотеатри, учасни_ці фокус-груп частіше скаржилися на застарілий стан «Ювілейного», попри те, що там зробили ремонт, а також на брак достатньої інфраструктури навколо. Також серед негативних моментів відзначали, що у Ювілейному можуть скасувати сеанс, якщо на нього прийдуть лише 2-3 людини. На користь «Мультиплексу» інформант_ки також приймаються рішення через те, що ціна квитків здебільшого майже не відрізняється, а якість обслуговування у приватному кінотеатрі краща.

В «Мультиплекс» ти заходиш, і ти хочеш повернутися саме через обслуговування. Все дуже стерильно, до тебе охайні люди звертаються, охайно з тобою розмовляють, не «хамлять», нічого. Коли ти ідеш купляти попкорн в «Мультиплексі», тобі хочеться ще раз його купити. Так, мабуть, ціни кусаються, але все охайно, все гарно виставлено. Коли ти ідеш купляти в «Ювілейному» попкорн, тоді хочеться втекти якнайшвидше. Стоїть якась жіночка така і дивиться на тебе, що «Що ти від мене хочеш?».

Чоловік, культура і креативність

Концертний зал «Ювілейний», який був довгий час на реконструкції та все інше. Ну, і що ми отримали в кінцевому результаті, що змінилося? Дерев'яна підлога так і залишилась, а сидіння обтягнуті новою обшивкою. Ось вам і вся реконструкція «Ювілейного». Я можу... ну не посперечатися, а мені чомусь здається, що грошей по фінансуванню було виділено набагато більше, ніж було зроблено. Тому проблема в тому, що вони кудись йдуть і все.

Чоловік, сфера послуг

Однак варто зазначити, що деякі інформант_ки зауважували, що вибір кінотеатру залежить від того, де вони живуть. Відповідно, ті, хто живуть ближче до «Ювілейного», частіше його відвідують, а ті, хто живуть ближче до ТРЦ «Фабрика», відвідують «Мультиплекс». Водночас є люди, які можуть проживати далеко від обох кінотеатрів, і тому вони матимуть менше можливостей відвідувати кіно. **Саме тому потрібно розвивати інфраструктуру культурних закладів не лише в окремих осередках міста, а й у спальних районах для задоволення потреб місцевої молоді.**

Театр. В Херсоні є два основні театри: Херсонський обласний академічний музично-драматичний театр ім. М. Куліша та Херсонський обласний театр ляльок. Саме ці два театри учасни_ці фокус-груп згадували найчастіше. Про театр ім. М. Куліша молоді люди відгукувалися по-різному. Попри те, що цей театр відвідують і частина інформант_ок задоволені походами до цього закладу, деякі учасни_ці ФГД відзначали брак конкуренції, бо такий театр у місті один, та репертуар, який

складається здебільшого з класичних п'єс і натомість не показує сучасних. Таким чином виходить, що у житель_ок немає альтернативних варіантів, крім театрів з інших міст — наприклад, «Дикого театру» — або вистав, які за участі іноземних труп і труп з інших українських міст проходять у рамках театрального фестивалю «Мельпомена Таврії».

Я можу розказати, що я б був заядлим театралом, якби 70% вистав не були дуже попсовані. Мабуть, я сноблю, але у нас як гарна вистава із заслуженою акторкою України Галл-Савальською Оленою, не згадаю зараз, вона доросла і серйозна, а всі інші, я не ходив на більшість, але ті, що був, 75% спрямовані, дуже переповнені сексизмом, навіть не сексизмом, а сексуальністю, примітивізацією, спрощенням, тобто там більше сексуальних сцен.

Чоловік, культура та креативність

З приводу драматичного театру, деякі люди в нас люблять ходити, інші не люблять. Але все-таки в основному аудиторія туди ходить за 25, за 30, як правило. Вони тому що більше класичне грають. Так, молодці, класно, і приїжджають «приїжджі» театри. Але от за рахунок того, що у нас один театр, у нього немає конкуренції. Ось він звик свою класику робити, і ось люди на класику і ходять. Мало сміливих вистав. Пробували, щоб під молодих як би, у них не вийшло. 2, 3, 4 рази вони зробили, воно не зайшло — все.

Чоловік, сфера послуг

Мені не подобається традиційний театр, тому я також знаю про театр Куліша, але туди не ходжу, не знаю, на жаль чи на щастя. Я ходжу на вистави або якщо це приїжджі трупи експериментального театру, «Дикий театр» приїздив, або якщо це місцевий — Totem Theatre Lab ставить якісь п'єси, то я на них ходжу. В основному вони ставлять свої п'єси або в театрі «Делюкс», або на інших майданчиках.

Жінка, IT

Про ляльковий театр згадували лише ті учасниці ФГД, які мають дітей, на яких цей театр більше орієнтований. Відповідно, він також відіграє роль у дозвіллі молодих людей, які мають дітей. Цікаво, що обговорюючи цей театр, житель_ки Херсона більше говорили про враження дітей від цього театру, ніж про власні:

Дуже подобається у нас дитячий ляльковий театр. Дітям також подобається. Дуже подобається взагалі, особливо перед Новим роком. Коли там не тільки вистава іде, а ще й розважальна програма, дискотека для дітей. Їм це дуже подобається. Бувають безкоштовні подарунки. Бувають для тих, хто прийшов, всім безкоштовні подарунки.

Жінка, сфера послуг

Музеї. Деякі молоді люди в Херсоні відвідували музеї ще коли вчилися у школі/університеті — робили це не з власної ініціативи, а ходили з групою, класом або викладачем. Деякі розказували, що спочатку не хотіли йти, адже це було примусово. Попри це, вони відзначають, що в них залишилися приємні враження про ці музеї. Однак такі відвідування повпливали на їхнє сприйняття музеїв у майбутньому. Зокрема, вони вважають, що немає сенсу знову відвідувати музеї, адже експозиція залишається незмінною. **Відповідно, через практику примусового відві-**

дування музеїв вони перестають асоціюватися в молоді з місцями проведення дозвілля.

Спочатку я не дуже хотіла, але у нас не було вибору, всі йшли. Потім ти придивляєшся, щось бачиш цікаве, тоді так. Перші рази не особливо хотілось, а потім навіть цікаво було.

Жінка, IT

Натомість були й ті, хто відвідують музеї з певною регулярністю. Здебільшого схвальні відгуки були про літературний музей «Літературна Херсонщина». Серед переваг відзначали як наповнення, так і його загальний стан. Зокрема йшлося про те, що цей музей має суто локальний контекст, тобто розповідає саме про херсонських письменників. Також одна з інформанток розповіла, що нещодавно у приміщенні цього музею зробили ремонт, тому у ньому приємно перебувати.

Це літературний музей. Все життя повз нього проходив, і вперше до карантину ми з дружиною пішли подивитися, там авангард показували, 100 років назад і те, що зараз. І нова якась експозиція. Ну, і стару подивились, цікавий дуже музей. Звісно, слабка експозиція, але контент там класний.

Чоловік, IT

Херсонський природничо-екологічний музей також доволі часто згадували учасники ФГД. Цікавість цього музею пояснювали наявністю унікальних експонатів — наприклад, скелету кита. Проте одна з інформанток також зауважила, що цей музей у поганому стані та потребує ремонту через брак фінансування. Також на ФГД згадували про Художній обласний музей ім. Олексія Шовкуненка та Херсонський краєзнавчий музей як приклади хороших і цікавих музеїв.

Я тоді скажу, мабуть, про більш локальний музей — це музей Шовкуненка. Це в нас музей, який повністю присвячений творчості, це картинна галерея, можна так сказати. Там є постійна експозиція і, що, мабуть, важливо, вони постійно приймають експозиції інших музеїв. Я був сам на виставці робіт Мурашко, просто шикарна виставка, три зали були зайняті, та була чудова виставка, наприклад, експонатів, пов'язаних з буддизмом.

Чоловік, культура і креативність

У нас є краєзнавчий музей. Там розкажується про Другу світову війну та про Велику вітчизняну і Першу світову війну. І там є достатньо хороший чоловік. Він сам історик і там проводить екскурсії в краєзнавчому музеї. Достатньо там багато чого подивитися можна. І є що послухати. Але половина музею вже закрита, тому що реставрації не проводяться. І те, що там знаходиться, вже не можна показувати в принципі.

Жінка, сфера послуг

Однак із відповідей інформанток також стало зрозуміло, що здебільшого вони відвідують ті музеї, в яких є не лише постійна експозиція, яка не змінюється, а різні виставки чи події. Натомість якщо вони вже один раз побували в музеї з незмінною експозицією, вони не бачать сенс відвідувати його вдруге.

Під час ФГД учасники також називали інші недержавні культурні заклади або простори, які їм подобаються і які вони відвідують, зокрема «Урбан сад», «Тотем», Виставкову залу Херсонської організації Національної спілки художників України, «Арт-масон». Перевагою Виставкової зали є те, що там постійно оновлюються виставки та представляється не лише класичне мистецтво, а й сучасне. Натомість

«Урбан сад» слугує певною альтернативою державним закладам культури, адже там проводять події після 18:00 у неробочий час.

...і от коли бізнес з'являється, як «Урбан сад», який створює альтернативу, тому що в нас бібліотеки закриваються трохи раніше шостої години, хоча до шостої мають працювати.
Чоловік, культура і креативність

Також згадували про приватний планетарій, який знаходиться в Херсоні. Примітно, що про нього згадували лише жінки, які працюють у сфері послуг і мають дітей. Хоча вони підкреслювали, що планетарій розрахований на широку аудиторію, але вони здебільшого його відвідують з дітьми.

Одна з головних проблем, яку відзначали під час ФГД — це **недостатнє інформаційне висвітлення як самих культурних закладів, так і подій, які у них відбуваються**. Деякі учасни_ці зазначали, що не знали про існування деяких державних закладів, про які говорили інші інформант_ки. Схожа ситуація з подіями, які проходять у цих закладах: на думку молодих людей, про них багато хто не знає, і вони самі іноді дізнавалися про такі події лише постфактум. Наприклад, частина з них ніколи не чули або не цікавилися подіями в бібліотеках. Це може свідчити про недостатню комунікацію з боку культурних інституцій. З іншого боку, крім недостатньої кількості реклами, учасни_ці відзначали її низьку якість:

Тобто виходить, проходив я там часто, але ніяких висновків не було. Я думав, що це якась занедбана школа, тому що в школи як би, зрозуміло... Школа, зрозуміло, дуже гучна, а це не гучна будівля, огорожена хвірткою, і я навіть не намагався туди проникнути, щоб подивитися, що це таке. Тобто я думав, що це нефункціональна будівля. Виявилось, бібліотека не постаралась оголосити всім, що вона існує, окрім дітей. Можливо, зі школами вони працюють.
Чоловік, культура і креативність

Стосовно театру Куліша хочу ще додати. Ось йдеш ти, стоїть банер перед театром з рекламою екскурсії, а потім підіймаєш такий голову подивитися, що зараз іде в театрі, я живу просто недалеко... І ти бачиш ці банери, вони виглядають реально як реклама дешевих бургерів на ринку. Тобто це абсолютно... Я не відвідую, коли бачу, як це підносять, і немає бажання відвідати таку подію, тому що пахає несмаком абсолютним.
Чоловік, культура і креативність

Йшлося також про кілька **структурних проблем**. Одна з них полягає в тому, що частина закладів працюють здебільшого у робочий час з 9:00 до 18:00. Люди з фіксованим робочим графіком часто не встигають туди потрапити. З іншого боку, якщо окремі **події проходять ввечері, то після них складно дістатися додому громадським транспортом**.

За словами учасни_ць ФГД, зайнятих у сфері культури і креативності, у Херсоні **не вистачає культурних майданчиків** для мисткинь і митців, актор_ок, музикант_ок, які б могли розвивати сучасну культуру Херсона. Водночас не вистачає як конкретних просторів, наприклад, мистецьких виставок, арт-об'єктів, так і загальних майданчиків, де просто можна було би проводити різноманітні події.

Так, це, знову-таки, концертний майданчик. Майданчик, де можна було би привозити реально сучасний театр, тобто проводити воркшопи, майстер-класи. Ось такого об'єднаного арт-простору реально на дуже хорошому рівні, тобто підготовленим, з хорошим приміщенням, хорошим сервісом — от мені от

цього не вистачає.
Чоловік, культура і креативність

Критична відсутність яких-небудь майданчиків для розвитку музикантів, тому що кафешки приймають кавер-бенди і не приймають якусь альтернативну музику, наприклад. В головному, відсутність все-таки конкуренції. Мікротеатрів усяких. Той же самий MacON або, наприклад, з «АртХабом», його просто задушили. Той «АртХаб» міг розвинути до якоїсь не франшизи, а деяких об'єднань для декількох театрів, і, наприклад, в «АртХабі» могли показувати альтернативне якесь кіно, не таке, як показують, таке, камерне. Тут був і фестиваль американського кіно, я згадую.
Чоловік, культура і креативність

Щодо недостатнього інформаційного висвітлення, на думку молодих людей, заклади культури потребують більше реклами, зокрема в соціальних мережах. Треба зауважити, що більшість закладів культури мають сторінки у соціальних мережах. Однак не всі учасни_ці ФГД знали про це і відвідували такі сторінки. Відповідно, з одного боку, реклама в соціальних мережах справді може привабити більше відвідувач_ок. З іншого ж боку, обмежуватися рекламою не варто, а привертати увагу жителя_ок більше буде якісна та різноманітна діяльність самого закладу.

Потреби та запити молоді щодо культурних закладів стосуються переважно:

- некомерційних культурних закладів і просторів для проведення заходів;
- медійного висвітлення роботи наявних закладів;
- представни_ці культури та креативності мали чіткіші запити на некомерційні культурні простори, де б можна було проводити заходи, натомість представни_ці інших сфер висловлювали загальну потребу в альтернативній культурі, але не могли її детально артикулювати.

Яка роль подій / фестивалів / ярмарків у дозвіллі молоді?

Під час розмов про великі події, які організуються у Херсоні, учасни_ці фокус-груп здебільшого згадували про ті, які безпосередньо відвідували, а також ті, про які просто чули, але самі не відвідували. Однак були й учасни_ці, які не відвідують такі заходи або не знають про них.

Умовно молодих людей можна поділити на кілька груп за тим, які функції для них виконує та чи інша подія. Перші відвідують такі заходи заради самих заходів і йдуть туди цілеспрямовано, натомість інші розглядають такі місця більше як спосіб провести час з близькими та друзями і не дуже вбачають цінність у самій події. У ще одній категорії молодих людей, які загалом не відвідують великі події, вони асоціюються передусім з великою кількістю людей і не завжди приємним контингентом.

Серед фестивалів інформант_ки найчастіше згадували театральний фестиваль «Мельпомена Таврії», фестиваль вуличної їжі «ХерсОН фест», рок-фестиваль «Крок у майбутнє», «Тышо-Тышо Фест» і театральний фестиваль «Лютий-февраль». Поміж іншого згадували концерти музичних гуртів, фестиваль «Херсон кавун», «Етнофест», День вуличної музики, мандрівний кінофестиваль «Докудейз» та інші. Зі щорічних свят, які організовує міська влада, молоді люди найчастіше називали День міста.

Загалом інформант_ки ділилися позитивним досвідом відвідування тих подій, на яких вони були. Про театральний фестиваль «Мельпомена Таврії» учасни_ці фокус-груп відгукувалися здебільшого схвально. Саме цю подію багато хто згадував однією з перших. На думку інформант_ок, ця подія є доволі медійно висвітленою, тому про неї багато хто знає. Відзначали високий рівень організації та різноманітне наповнення фестивалю: на подію з'їжджаються театральні трупи з різних країн і куточків України, а самі вистави є більш сучасними.

Під час «Мельпомени» був «Макбет» поставлений, і ця постановка була краще поставлена по якості, ніж херсонська. Класичний «Макбет»! Інший — «Гамлет», осучаснений постстімпанк якийсь.
Чоловік, культура і креативність

Ще один фестиваль, який найчастіше згадували — це приватний щорічний фестиваль вуличної їжі «ХерсON фест», який тричі проводився у Херсоні. Серед його переваг називали різноманіття локацій, які дають можливість проводити дозволя як дорослим, так і дітям, загальна логістика фестивалю, а також те, що він мав локальне забарвлення.

Мені найбільше сподобався і гарно запам'ятався «ХерсON фест» у минулому році. Мені здається, це захід був патріотично налаштований. Він якраз показував красу Херсонської області. Ми відвідували із чоловіком. Мені сподобалося, що були різні локації, ті ж картини виставляли. Також продавали їжу, напої. Такі, які показують Херсонщину.
Жінка, IT

Натомість учасни_ці фокус-груп відзначали кілька проблемних моментів, які стосуються цих двох фестивалів, а також деяких інших подій: **вартість подій, незручний час проведення подій, незручний розклад громадського транспорту**. Зокрема йшлося про те, що ціна на квитки на вистави в рамках «Мельпомени Таврії» є достатньо високою, що не дозволяє відвідувати одразу багато вистав. А на фестивалях «ХерсON фест» та «Тышо-Тышо Фест» невиправдано дорогою є їжа. Найчастіше високу вартість, яку не всі можуть собі дозволити, відзначали представни_ці сфери культури і креативності. Учасни_ці згадували, що деякі вистави в рамках «Мельпомени Таврії», а також музичні концерти проходять пізно ввечері. Після них незручно добиратися додому, адже громадський транспорт уже не ходить.

Але, мені здається, трошки невиправдано дорого. Ось що стосується цих місць, представники якихось різних кафе, ресторанів нашого міста, тобто де я була в цих закладах, я приблизно орієнтуюсь в цінах. І вони піднімали на цьому фестивалі в 2–3 рази іноді ціни, і тому, тобто... Ну, на мій погляд, єдиний мінус — це те, що у деяких організаторів невиправдано великі ціни. Ну, не в організаторів, а в співучасників.
Жінка, культура і креативність

Наприклад, якщо ціна ось на фестивалі [«Мельпомена Таврії»], там польський театр ми хотіли відвідати, 800–900 грн квиток. Сім'ї сходити, навіть з двох людей — це половина зарплати. Тобто це нереально. Плюс таксі, це занадто. Йти одному — в театр не підеш, не цікаво, а хочеться з близькими людьми чи з подругою. Тому комфортна ціна. Навіть ось Одеський театр музкомедії — шикарна трупа, так? Шикарна вистава. Найдорожчі квитки у них до 200 гривень.

Але коли ця група приїжджає в інше місто, звісно, це перевірка...
Жінка, культура і креативність

Менш позитивно учасни_ці ФГД відгукувалися про святкування, організовані органами місцевої влади, зокрема День міста та новорічне святкування. Зокрема йшлося про низький рівень організації таких подій, примітивні активності, а також про те, що після таких свят залишається багато бруду:

Погані напої, погані сосиски, все дорого і кричить музика, і купа багнюки, і незрозуміло взагалі, що там робити, крім того, щоб жерти і дивитися на стелу.
У нас все погано.
Чоловік, IT

Молоді люди зазначали, що варто розширювати тематику фестивалів і збільшувати їх кількість, а також варто краще рекламувати великі події. Серед можливих заходів називали музичні фестивалі (джаз, рок, вулична музика), автокінотеатр, тематичні виставки (картин, електроніки, автомобілів), історичні реконструкції. Попри це, треба зауважити, що під час обговорення інші учасни_ці казали, що подій достатньо і вже існують деякі події із запропонованих — наприклад, автокінотеатр. Це може свідчити про недостатнє інформаційне висвітлення таких подій, а також про їхню нерегулярність. Представни_ці культури і креативності, які пов'язані з музичною сферою, зазначали, що нерідко на подіях проблемою є погана якість звуку.

На думку учасни_ць ФГД, треба максимально застосовувати джерела інформації для того, щоб привертати увагу людей до цих подій: друківані листівки, соціальні мережі, білборди у місті. Адже деякі з інформант_ок під час обговорень зізнавалися, що ніколи не чули про деякі фестивалі, які називали їхні колеги.

Натомість основними способами інформації, за допомогою яких молоді люди дізнаються про події, є сарафанне радіо та соціальні мережі. Серед спільнот у Facebook та Instagram називали «Типовий Херсон», «Херсон вдень і вночі», «Херсон Daily», «Херсон онлайн», «Rest in Kherson Херсон». Однак усі ці сторінки не є офіційними. Натомість деякі інформант_ки висловлювали потребу в офіційних джерелах міської влади, де могли б публікуватися новини про події — соціальні мережі та окрема вкладка на сайті міської ради. Наразі у Facebook не існує офіційної сторінки Херсонської міської ради. На сайті є сторінка «Відзначення визначних подій у місті», однак інформація на ній є застарілою, а публікуються там лише державні свята, і навіть не всі. Сторінка «Херсон туристичний», де б також могла бути інформація як для місцевих жителів_ок, так і для приїжджих туристів_ок про події в місті, взагалі не працює¹⁸.

Молоді люди мають різні враження про події, які організовують органи влади. З одного боку, є «Мельпомена Таврії», яка організовується за сприяння міського театру і є радше позитивним винятком — її молодь оцінює позитивно. З іншого боку, події на кшталт державних свят викликали в інформант_ок радше негативні асоціації, а деякі фестивалі, такі як «Херсон-кавун», згадували набагато рідше. Натомість серед молоді існує запит на **різноформатність великих подій, які б органи влади організовували з незалежними мистецькими організаціями.**

18 <http://www.city.kherson.ua/c/znyayomstvo-z-mistom>

Як працюють державні та комунальні заклади культури?

Державні та комунальні заклади культури у Херсоні більше орієнтовані на широку аудиторію. Відповідно, такі заклади можуть відвідувати школярі, молоді люди від 18 до 35, люди середнього та літнього віку. Одна з інформант_ок зізналася, що однією з важкодоступних груп є люди від 35 років, тому що для них культурне дозвілля не є пріоритетом, вони більше зайняті роботою або дітьми.

Деякі заклади культури намагаються орієнтуватися на потреби деяких вразливих груп. Наприклад, влаштовують безкоштовні дні для людей літнього віку, ветеранів, дітей-сиріт, дітей з малозабезпечених сімей. У деяких закладах є пандуси, що дає змогу відвідувати такі заклади людям на інвалідних візках — однак це скоріше виняток. Більше того, представни_ці громадських організацій підкреслювали, що часто заклади культури у Херсоні є «умовно доступними». Це означає, що частина пандусів побудована не за нормативами, а це створює додаткові перешкоди людині, яка пересувається за допомогою візка і врешті не може самостійно потрапити у будівлю. Під час інтерв'ю активист_ка громадської організації згадувала свій досвід організації інклюзивного кінопоказу, коли зрештою не вдалося знайти приміщення, яке, по-перше, було б доступним для людей на візках, а по-друге, не вимагало би значних фінансових витрат від організатор_ок події. Також говорили, що у закладах культури бракує туалетних кімнат, облаштованих з урахуванням потреб маломобільних груп населення.

Бібліотеки були побудовані в місті часто давним-давно, коли таке питання не піднімалося. Ми виходили, намагалися пробувати інші варіанти. Ми ставили дзвіночки на вході в бібліотеку, тривожний дзвінок. Можна було під'їхати, зателефонувати. І спускався бібліотекар, брав замовлення, приносив книги. Пандусів в нашій бібліотеці, в нашій системі немає.
Представни_ця закладів культури

Одним з небагатьох прикладів справжньої фізичної доступності для людей з інвалідністю серед державних закладів культури є Херсонський обласний академічний музично-драматичний театр імені Миколи Куліша, в якому пандус побудований за нормативами, встановлений спеціальний ліфт, а також обладнана спеціальна туалетна кімната. За словами представни_ць громадянського суспільства, це дозволяє людям з інвалідністю за власної ініціативи й без спеціальної допомоги відвідувати театр ім. М. Куліша.

Вже дуже давно ми зробили пандус класний. Вписали його в інтер'єр театру. Ми з фондом «Захист», нам допоміг, зібрав кошти 70 тисяч гривень, і ми встановили ліфт. Тому що в нас з першого поверху є такий підйом, на який там три східці, але не подолати їх. І єдина в нас була проблема — не було туалетної кімнати для цієї категорії. Але ми все-таки в минулому році знайшли можливість і обладнали, такий навіть туалет є.
Представни_ця закладів культури

Зклади культури більше націлені на співпрацю зі студент_ками коледжів та університетів. В деяких закладах навіть є окремі відділи, які займаються співпрацею з навчальними закладами. Студент_ок заохочують відвідувати заклади, надають можливість безкоштовно приходити з групою на вистави, кіносеанси та інші події. Натомість заклади культури переважно не мають сформованої стратегії залучення випускни_ць університетів, працюючої молоді. Деякі заклади влашто-

вують заходи для дітей, куди приходять молоді люди з дітьми. Однак цього недостатньо, і мають бути заходи, спрямовані також на інші групи молоді.

Для того, щоб зрозуміти своїх глядач_ок та відвідувач_ок, заклади культури, з якими ми спілкувалися, проводять анкетування. Збір зворотнього зв'язку проводять різними способами як онлайн, так і офлайн. Переважно вони збирають інформацію про вік відвідувач_ок, враження від закладу і звідки вони дізналися про захід. Представни_ця одного з закладів розповіла, що за допомогою такого аналізу аудиторії їм вдалося змінити час подій, підлаштувавши його під бажаний час для відвідувач_ок. А також змінити жанри відповідно до вподобання людей і загальне обслуговування в закладі.

Одним зі способів розширення і популяризації закладів культури серед населення міста є різні джерела комунікації. Здебільшого заклади користуються як онлайн- (сторінки в соціальних мережах, зокрема Facebook та Instagram, сайт, реклама на телебаченні й у місцевих медіа), так і офлайн-можливостями (банери, афіші в місті). У закладах, з якими ми говорили, зазвичай є людина, яка займається комунікаціями. Збір зворотнього зв'язку також допомагає закладам культури зрозуміти, які способи комунікації є найдієвішими. Одна з працівни_ць закладу культури поділилася, як вони адаптували свої комунікації під час карантину в соціальних мережах, які дозволили їм привернути увагу відвідувач_ок:

От, ви знаєте, ми, наприклад, під час карантину, я тут своїх, щоб не сиділи дома, не спали, там придумували, почали записувати кліпи. Так у нас перегляди кліпів були по 35 тисяч. Я змусив акторів, говорю, давайте читати казки. От сьогодні батьки вдома сидять з дітьми, давайте, ви актори, ви знаєте, давайте будемо. Почали читати казки. По 35 тисяч переглядів. Тобто це були цікаві такі речі. Значить, для молоді працює це.

Представни_ця закладів культури

Для залучення більшої кількості відвідувач_ок і задоволення їхніх потреб працівни_ці установ намагаються організувати різноманітні заходи: організація подій як у самих закладах (конкурси, ігрові формати, виставки херсонських художни_ць, творчі зустрічі тощо), так і на місцевих святкуваннях (наприклад, День міста, День конституції). Частина з цих заходів все одно орієнтована на школяр_ок та студент_ок, що можна пояснити тим, що вони є однією з цільових аудиторій, з якою найбільше працюють заклади. Однак частина з цих заходів орієнтована на ширшу аудиторію. Цікавою є практика одного закладу проводити так звані Дні інформації, в рамках яких працівни_ці розповідають про принципи роботи закладу:

Дні інформації у нас проводяться вже теж довгі роки. Вони мають різний формат. Протягом дня ми проводимо цикл подій, які направлені на різні формати роботи. Десь ми зустрічаємось з цікавими людьми, яких хотіли б почути та побачити наші читачі. Тут ми розповідаємо про нові технології, які можуть використовуватись в роботі з нашими користувачами. Враховуємо різний вік наших клієнтів. День інформації проходить у нас в бібліотеці вже протягом семи років, конкретна наша періодичність.

Представни_ця закладів культури

Активності, які створюють заклади культури, аби якось збільшувати свої аудиторії і підтримувати діяльність закладу, працівни_ці роблять багато в чому самотужки. Те саме стосується і матеріально-технічного забезпечення та навіть проведення ремонтів.

Відбувається через це брак фінансування з міського та обласного бюджетів на забезпечення установ, залежно від того, кому вони підпорядковані. Брак коштів

призводить до цілої низки проблем: браку капітальних ремонтів, неспроможності забезпечити гідними умовами праці наявних робітниця і складнощів з працевлаштуванням нових, браку житла у деяких з робітниця.

Да, звичайно, недостатнє фінансування. Особливо, ну, можливо, ми хочемо в цьому році більше упор зробити на, можливо, щоб подавати на проектну діяльність, більше цим займатися. Тому що бюджет, на жаль, не в спроможі нас забезпечити.

Представниця закладів культури

Капітальні ремонти є дуже важливими для цих установ, адже частина будівель зведені пів століття тому. Хоча треба зауважити, що в деяких закладах проводяться оновлення приміщень за рахунок коштів з обласного та міського бюджетів, а в деяких вони роблять це самостійно за власні зароблені кошти або за підтримки спонсорів та меценатів.

Представниця деяких закладів намагаються наймати молодь для того, щоб вона теж сприяла реформуванню закладу. Натомість молоді люди не завжди готові працювати на ту маленьку заробітну плату, яку може їм запропонувати державний або комунальний заклад культури. Через недостатній рівень оплати праці робітниця деяких культурних інституцій не мають можливостей самостійно винаймати житло. Працівниця одного закладу розповіла, що вони самостійно організували гуртожиток для своїх робітниця.

Звісно, хотілось би побачити в колективі свого кінотеатру більше молодих людей. Але враховуючи наші зарплати, молодь не особливо... Ось працюють у нас дві людини такі, молоді, продвинуті. Ми на них молимося, як то кажуть. А взагалі колектив такий жорсткий, і у кожного великий стаж роботи.

Представниця закладів культури

Попри брак достатнього забезпечення, їм вдається також залучати і грантове фінансування, зокрема інших країн та Українського культурного фонду. Однак цих коштів вистачає лише на забезпечення якихось окремих ініціатив, а не повної підтримки життєдіяльності закладів.

Представниця закладів культури, з якими ми розмовляли, взаємодіють здебільшого з управлінням культури ОДА та депутатським корпусом обласної ради. Є два способи взаємодії: формальний і особистий.

Формальний полягає в тому, що працівниця закладів культури подають на розгляд свої проекти та пропозиції, а також звітують про свою роботу Управлінню культури ОДА. За їхніми словами, Управління культури їх здебільшого підтримує і допомагає у реалізації пропозицій. Серед недоліків співпраці відзначали урізання фінансування програм культури на користь інших обласних програм. Однак, за словами однієї з інформанток, від цієї проблеми страждає не лише сфера культури, а й інші, наприклад, сфера спорту. Так само виникають проблеми, коли установи звертаються з проханням профінансувати щось конкретне — це можуть бути як ремонтні роботи, так і матеріально-технічне забезпечення. Їм можуть або відмовити у виділенні коштів, або ж процес реалізації буде затягуватися:

Ми звернулись до обласної ради, щоб нам виділили гроші і ми взяли другий проектор, тому що вартість не маленька. Але не знаю, може, нас до кінця року підтримають у цьому питанні. Вони нам не відмовили, ми сподіваємося, що по кінцевому фінансуванню вирішать нам це питання. Здобудемо і зможемо собі і клуб зробити якийсь. Трохи легше нам буде.

Представниця закладів культури

Особистий рівень взаємодії може проявлятися у співпраці з депутат_ками. Про взаємодію з депутатським корпусом відгукувалися як схвально завдяки окремим депутат_кам, які йдуть на співпрацю, так і скаржилися на бездіяльність інших депутат_ок. Інформант_ки зауважували, що вони сподіваються на підтримку та допомогу нових депутат_ок, які мають прийти до обласної ради в результаті цього-річних виборів.

Ми хотіли зробити капітальний ремонт великої зали, тому що дуже стара підлога. Тому в плані він забитий, але на кожен рік? Сказали, найближчим часом — поняття відносно, я вам не скажу, коли. Зараз перше питання — хоча б фойє довести до ладу. А якщо все вирішиться по нашому фестивалю, може, депутати нового скликання і допоможуть нам вирішити питання з підлогою.
Представни_ця закладів культури

Деякі заклади культури також співпрацюють з громадськими організаціями — про це нам розказали як представни_ці закладів культури, так і громадського сектору. Здебільшого установи надають майданчики для проведення подій громадських організацій і благодійних організацій, а також можуть організувати й спільні події на різні тематики:

Там із цими, як вони називаються правильно, іншими національними меншинами. З національними меншинами працюємо. Часто до нас звертаються то болгарська спільнота, то грузинська, то російська навіть є у нас. Дуже про українська російська організація, яка співпрацює, яка ходить на вистави, яка купує квитки, і часто ми з ними співпрацюємо і надаємо їм своє приміщення того ж театру-кафе для проведення якихось заходів.
Представни_ця закладів культури

Розділ 4 ●
Дозвілля і культура:
Івано-Франківськ

Якими є культурні та молодіжні політики міста?

Культурний розвиток міста відображений у двох стратегіях місцевого та обласного значення: Стратегії розвитку міста Івано-Франківська на період до 2028 року та Стратегії розвитку Івано-Франківської області на 2021–2027 роки. В рамках цього дослідження ми аналізували лише стратегію міста на предмет того, яке місце в ній займає культура та задоволення потреб молоді.

У Стратегії міста розвиток культури включений до одного зі стратегічних напрямів, а саме «Місто якісної освіти, медицини, різноформатного культурного середовища». Водночас далі ця ціль розкривається через стратегічні проблеми та стратегічні цілі, які є доволі поверховими та узагальненими. Наприклад, однією зі стратегічних проблем автор_ки Стратегії називають «відторгнення від культурних надбань значної частини соціуму». Однак ця проблема є необґрунтованою: у стратегії немає результатів досліджень або інших даних, які б могли це підтвердити. Хоча тут зазначена і доволі реальна проблема про те, що необхідно шукати альтернативні джерела фінансування для кількох сфер, серед яких і культура. Здебільшого культура у стратегії подана з акцентом на популяризації культурної спадщини та українського мистецтва, а також розвитку туризму у місті.

Стратегія Івано-Франківська ставить перед собою три основні стратегічні цілі, пов'язані з культурою:

- Просвітницьку, а саме популяризацію культурної спадщини, українського мистецтва та розвиток туризму у місті. Цікаво, що в цю ціль також входить «пропаганда здорового способу життя», яка не має стосунку до культури.
- Доступність культурних послуг, які зможуть забезпечити культурне дозвілля для всіх верств суспільства. Важливо, що тут зроблено особливий акцент на інтеграції у культурне життя людей з інвалідністю. Однак не згадано про інші вразливі групи.
- Підтримка творчих процесів та творчої молоді. За допомогою цієї цілі автор_ки хочуть розвивати різноманітні жанри українського мистецтва та залучати до цього процесу молодь. Остання ціль є недостатньо конкретизованою, адже не зрозуміло, яким чином чиновни_ці бачать процес залучення молоді до цих процесів.

Однією зі стратегічних цілей є «розвиток інфраструктури дозвілля та відпочинку», що належить до стратегічного напрямку «Місто енергоефективності та дружньої до довкілля інфраструктури». Заходи, зазначені для виконання цієї цілі, здебільшого стосуються розвитку інфраструктури **для дітей, реконструкції спортивних споруд та облаштування публічних просторів**. Останнє спрямовано на облаштування відпочинку біля озер, велодоріжки, зони для дозвілля у мікрорайонах, а також модернізацію бібліотек. Відповідно, в цьому контексті дозвілля майже не асоціюється з культурою, крім перетворення бібліотек на публічні простори. Водночас у стратегії бракує пояснення, чому саме бібліотеки мають ставати модернізованими публічними просторами, адже інші заклади культури теж можуть виконувати ці функції. Варто зауважити, що дозвілля згадано й у стратегічних цілях, пов'язаних з культурою — однак воно існує в розумінні кількості культурно-мистецьких заходів.

У більшості стратегічних цілей Стратегії Івано-Франківська або зазначено загальну групу, на яку орієнтована та чи інша ціль, або взагалі нічого не зазначено, або вказано загальною «на всіх». Наприклад, культурні послуги мають бути, на думку автор_ок стратегії, доступними для всіх, у тому числі для людей з інвалідністю.

Однією зі стратегічних цілей Стратегії є підтримка, пошук та залучення молоді до творчих процесів. Водночас не уточнено, про яку саме молодь йдеться: шко-

ляр_ок, студент_ок, працюючих осіб, молоді сім'ї. Також не прописані механізми, за якими чиновни_ці збираються долучати молодь до творчих процесів і активізувати її, крім розвитку мистецької освіти.

Культурні політики. Культурою в Івано-Франківську опікуються два основні органи влади: Департамент культури Івано-Франківської міської ради та Управління культури, національностей та релігій Івано-Франківської ОДА.

В Управлінні культури, національностей та релігій Івано-Франківської ОДА є кілька основних напрямків роботи:

- охорона культурної спадщини, що стосується об'єктів як національного значення, так і місцевого;
- діяльність бібліотек, музеїв, концертно-театральних установ, закладів освіти в сфері культури, які підпорядковані обласній адміністрації;
- співпраця з творчими спілками, з майстрами декоративно-ужиткового мистецтва;
- реалізація різних творчих проектів як у сфері народного мистецтва, так і сучасного, як професійного, музичного, а також театрального мистецтва — тобто є різножанрові напрямки, які охоплює сфера діяльності управління;
- діяльність релігійних організацій, етнокультурних товариств, меншин.

На сайті Управління зазначено, що нині реалізуються три обласні програми: «Культура Івано-Франківщини 2016–2020», «Теплий заклад культури Прикарпаття 2016–2020» та «Духовне життя 2016–2020». Чиновни_ці розповідали, що під час розробки цих програм вони керуються низкою документів державного рівня: Законом України «Про культуру», Законом України «Про охорону культурної спадщини» та іншими законами, які стосуються театрального, музейного напрямків; постановами Кабінету Міністрів; наказами Міністерства культури; постановами Верховної Ради; рішеннями депутатів обласної ради.

Працівни_ці Управління культури, національностей та релігій розказали, що програма «Культура Івано-Франківщини 2016–2020» розроблялась першопочатково у 2006 році і мала на меті сприяти збереженню культурної спадщини, розвитку закладів культури — театрів, музеїв, бібліотек, — аматорському мистецтву та розвитку мистецьких навчальних закладів. До розробки цієї програми були долучені працівни_ці закладів культури, член_кині профільних творчих спілок (художни_ць, письменни_ць, краєзнав_иць) з усієї області. Під час розробки програми чиновни_ці також спілкувалися з колегами з інших областей. Однак вони не зазначали, що до цієї програми долучали громадських активіст_ок. Якщо порівняти версію програми за 2011–2015 роки та чинну програму на 2016–2020 роки, можна побачити, що вона змінилася скоріше формально — загальна структура була скорочена, але мета та завдання здебільшого залишилися тими самими. Більше того, в чинній версії немає тематичних розділів із зазначенням сфери та переліку основних завдань у ній, а залишилися лише конкретні заходи, на які потрібне фінансування. Крім того, більшість очікуваних результатів програми перейшли з попередньої версії. Відповідно, програма не була достатньо оновлена.

В обласному Управлінні культури нам також розказали, що в деяких програмах є пункти, більше орієнтовані на молодь — зокрема, в програмі «Культура Івано-Франківщини 2016–2020» є окремий розділ про проведення культурних заходів. За словами чиновни_ць, події розраховані на молодь різного віку — як підлітків, так і вже старшу молодь. При чому є заходи, які розраховані в основному на одну категорію людей, а є ті, що розраховані на всіх — насамперед фестивалі. Однак частіше йшлося все-таки про заходи для дітей та підлітків.

Припустимо, в рік ми проводимо в області понад сто різних фестивалів. Зрозуміло, що не всі вони фінансуються з обласного бюджету, але самі великі проекти, такі як «Різдво в Карпатах», «Коляда на майзлях», «Карпатський про-

стір», «Родослав», є міжнародний фестиваль «Гуцульський» і т. д. Там охоплено, по суті, молодь найширшого віку. Є десятки різних жанрових напрямків. Є багато локацій. І ми обов'язково залучаємо молодь, тому що важливо, щоб вони були активні в цьому процесі.

Представни_ця органів влади

Вивченням потреб молоді в обласному Управлінні культури займається комунальна установа «Навчально-методичний центр культури і туризму Прикарпаття», що проводить дослідження серед міської та сільської молоді. Також тут відстежують динаміку розвитку аматорських колективів та співпрацюють з вищими навчальними закладами. За словами чиновни_ць, в університетах вони також влаштовують обговорення зі студент_ками на тему сучасного мистецтва. Однак виходить, що зазначені методи вивчають потреби здебільшого підлітків та студент_ок, а не всіх категорій молоді.

І там [в університеті] також у нас відбуваються зустрічі практичні з молоддю, де можна побачити їхні настрої, де можна поговорити на тему сучасного мистецтва чи сучасних поглядів молоді на якісь процеси в культурі. Тобто тут є інтерактив.

Представни_ця органів влади

За словами чиновни_ць, фінансування на культуру не є достатнім, але воно покращилося за останні 5 років за каденції чинної обласної ради. Управління культури, національностей та релігій ОДА співпрацює з міським Департаментом культури. Зокрема, їхня взаємодія полягає у проведенні спільних подій, які співфінансують обидва органи. Серед таких подій називали фестивалі «Коляда на майзлях», «Карпатський простір», Дні гуцульської культури.

На жаль, представни_ці Департаменту культури Івано-Франківської міської ради не змогли з нами поспілкуватися. Натомість є міська цільова програма підтримки і розвитку культури, яка здебільшого направлена на діяльність та забезпечення конкретних культурних закладів, серед яких заклади клубного культурного типу, спеціалізовані мистецькі навчальні класи та бібліотеки. Також вона орієнтована на організацію культурних заходів, підвищення кваліфікації працівни_ць закладів культури та мистецьку освіту дітей.

Одним із завдань програми є «підтримка творчої молоді», яку чиновни_ці, судячи з програми, збираються реалізовувати за допомогою закладів клубного типу та початкових спеціалізованих мистецьких класів. Вочевидь, такі заклади мають бути орієнтовані на дітей і забезпечувати їм можливість початкової мистецької освіти. Культурне дозвілля молоді мають забезпечувати й клуби народного типу, але, судячи з програми, вони більше розраховані на учнівство старших класів та студент_ок. Оскільки в Україні вік тих, кого визначають як молодь, варіюється від 14 до 35, пункти про молодь у цій програмі потребують уточнення щодо вікових меж.

У програмі також йдеться про те, що вона направлена на організацію культурних заходів. Однак більшість заходів, які зазначені в програмі, є, власне, не подіями проведення дозвілля, а радше місцями для реалізації в основному для дітей — наприклад, Міжнародний дитячий фестиваль хорової музики «Передзвін», фестиваль-конкурс молодіжної музики «Едельвейс», фестиваль для дітей «Барви дитинства».

Молодіжна політика. За словами працівни_ці Департаменту молодіжної політики та спорту, культура не є одним із пріоритетних напрямків молодіжної політики Івано-Франківська. За словами чиновни_ці, культурний розвиток більше на-

лежить до відповідальності Департаменту культури. Однак було зазначено, що ці два департаменти співпрацюють між собою під час організації подій у місті.

Серед основних напрямків роботи департаменту виокремлювали кілька тематичних: національно-патріотичне виховання, профорієнтаційна робота з молоддю, популяризація здорового способу життя, запобігання наслідкам шкідливих звичок, протидія домашньому та гендерно обумовленому насильству, підтримка сімей тощо.

Однією з програм національно-патріотичного виховання є програма «Чорний ліс», яка розрахована на учнів старших класів.

Ця національно-патріотична програма побудована на принципах, десь історичних принципах, для того, щоб нагадати учням про їхнє минуле, героїчне минуле їхніх дідів, прадідів, які боролися в лісах за незалежність нашої держави. В рамках цього заходу ми намагаємося наблизити дітей до польових умов. Умов для умінь та формування, зрештою, умінь до виживання в польових умовах. Готування, розкладання наметів, в'язання вузлів, конкурси різні строю та пісні, лісової пластики, кашоваріння, де діти вчаться в польових умовах готувати їжу. Зі стрільби, складання, розкладання зброї. Конкурсу пісні патріотичної. Ось це все разом — воно утворює собою таку національно-патріотичну програму, яка називається «Чорний ліс».

Представни_ця органів влади

Програма «Молодь Івано-Франківська 2016-2020» розрахована на молодь від 14 до 35 років. Однак програма не містить категоризації на різні групи молоді і не враховує того, що в різному віці у молодих людей можуть бути різні потреби. Хоча у головних принципах програми йдеться про те, що вона базується на «всебічному забезпеченні інтересів і потреб молодих громадян міста з урахуванням особливостей та специфіки різних соціальних категорій і груп молоді (дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, дітей з особливими потребами, сільської молоді тощо)», тут сказано лише про різні групи дітей, у тому числі вразливі, проте не зазначено про молодь старшого віку. **В Департаменті молоді нам розказали, що справді не розділяють молодь за віком, за соціальним статусом тощо. Зі слів чиновни_ць, вони сприймають молодь як окрему категорію населення і тому не бачать сенсу в тому, щоб її якось розділяти.**

У Департаменті підкреслили, що при розробці цієї програми вони орієнтуються не лише на державні нормативно-правові акти та програми, а й роблять засідання молодіжної ради, звертаються до партнерських громадських організацій. Також як метод залучення молодих людей (здебільшого підлітків та студентської молоді) використовують опитування для врахування їхніх потреб, які проводять у професійно-технічних та вищих навчальних закладах. Натомість про дослідження серед старшої молоді не йшлося.

На думку працівни_ць Департаменту молодіжної політики та спорту, вони використовують одразу кілька ефективних механізмів співпраці з громадськими організаціями — конкурс проектів та молодіжну раду. У рамках конкурсу проектів громадські організації можуть подавати свої пропозиції та отримати співфінансування:

Ну, наприклад, я не знаю, чи в інших регіонах України є конкурс проектів. Щорічно у департаменті молодіжної політики передбачається виділення певного фонду. Здебільшого це орієнтовно тисяч 100-150, у цьому діапазоні. Коли ми на умовах, на конкурсних умовах, оголошуємо конкурс ініціатив в інституті громадянського суспільства по різних напрямках роботи. Є конкурсна комісія, громадські організації до нас звертаються з відповідними заявками. Представни_ця органів влади

Молодіжна рада є інструментом, за допомогою якого найбільше вдається працювати з молоддю, яка збирається щоквартально — це створює певний майданчик, де можуть бути озвучені проблеми молоді.

Молодіжна рада — це такий робочий інструмент, де в неформальній атмосфері збирається молодь, небайдужі люди, активісти, які бачать ті чи інші проблеми у молодіжному середовищі. Мають напрацювання і пропонують варіант вирішення цих проблем. Тому вважаємо цей інструмент також важливим, в контексті побудови якісного діалогу між органами місцевого самоврядування і молодіжним середовищем.

Представни_ця органів влади

Водночас на думку деяких представни_ць громадських організацій молодіжна рада має радше декларативний характер, і її рішення не беруть до уваги. Власне, це було проілюстровано на прикладі, коли молодіжна рада хотіла утворити молодіжний центр у відреставрованій будівлі в центрі міста.

От у центрі міста шикарне приміщення триповерхове. І тут вся молодіжна рада раптом зібралася і хотіла зробити там молодіжний центр. В них була команда, були люди, які хотіли взяти на себе управління і так далі. І все зупинилося на моменті, коли міська рада сказала їм, що потрібно створювати комунальне підприємство. Точніше, ви можете не створювати комунальне підприємство, а руководити буде міськвиконком.

Представни_ця громадського сектору

У Департаменті молодіжної політики та спорту також розповіли, що громадські організації зазвичай самі звертаються до них зі своїми ідеями. Водночас є випадки, коли ініціативи могли бути підтримані попри те, що це не було закладено в бюджеті. Інший спосіб — звернутися до міського голови, і він може виділити додаткове фінансування на той чи інший проект. **Однак яким чином міський голова зможе вносити зміни до попередньо затвердженого бюджету, не зазначалося.** На думку чиновни_ць, міський голова відкритий до співпраці і вважає молодіжну політику пріоритетним напрямком роботи.

За словами громадських активіст_ок, підтримка проектів часто залежить від особистих зв'язків з органами влади, але загалом знаходить підтримку.

Хоча тут керівництво більш-менш відкрито. І от ми також з дуже різними працювали департаментами, з культурою, з освітою, молоді і спорту. Десь ти просто приходиш, десь дзвониш по телефону, десь через когось заходиш. Але вони тебе реально підтримують. Якщо в тебе є реальний проект і ти конкретно говориш, що тобі потрібно знижку на готель, то вони тобі можуть дати знижку на готель. Але це можливо, якщо тебе привів хтось і сказав, що це хороші ребята, їм потрібно допомогти, або коли ти приходиш і кажеш, що в нас міжнародний проект. От слово «міжнародний» на них діє безвідмовно.

Представни_ця громадського сектору

Однак деякі представни_ці громадських організацій згадували про проблему копіювання міською радою ідей громадських ініціатив. На їхню думку, чиновни_ці починають втілювати деякі заходи лише після того, як дізнаються про таку ідею від громадськості, або намагаються втрутитися в такі проекти своєю присутністю. Можна припустити, що таким чином **місцеві органи влади намагаються встановити монополію на проведення заходів та подій у місті.** Крім цього, на думку

представни_ць громадського сектору, недостатньо прозорим є проведення конкурсів серед громадських організацій на залучення фінансування.

То в нас був досвід, ми почали реанімувати зелену зону не в центрі міста, а в районі. Там раніше нічого не робилось. Ми почали робити там спочатку спортмайданчик, трек для велосипедистів, а коли ми там хотіли зробити і відкрити свято спорту, то нам зателефонували на передодні і сказали: «Ви ж не проти, якщо мер приїде і відкриє ваш майданчик».

Представни_ця громадського сектору

Ну, дивіться, ось цей останній «Карпатський простір», то він дуже нагадував Porto Franko Gogol Fest. Прямо дуже сильно. Навіть з промоціями, з промоційними заходами, з інтервенціями в місті. От прямо сильно. Потім був фестиваль, я не пам'ятаю, як він називається, це був фестиваль на німецькому озері, то я розмовляла із цим активістом, і він розповідав, як вони починали, і потім на себе це перебрали депутати.

Представни_ця громадського сектору

Як враховують потреби вразливих груп молоді при розробці культурних і молодіжних політик?

На думку представни_ць громадського сектору, є кілька груп, зокрема молоді, виключених з культурного життя Івано-Франківська: іноземні студент_ки, представни_ці ромських спільнот, мусульман_ки та представни_ці протестантської спільноти.

В Івано-Франківську налічується близько 3000 іноземних студент_ок, які виключені з культурного життя, за словами громадських активіст_ок. В Управлінні культури, національностей та релігій ОДА зазначили, що найбільше іноземних студент_ок вчать в медичних університетах, де раз на рік проводять фестиваль культур. За словами чиновни_ці, вони мають контакти з представни_цями цих університетів і готові допомогти, якщо до них звертатимуться іноземні молоді люди. Наразі це є радше винятком.

Оскільки міські органи влади не займаються цією групою, їхній інтегрованості у суспільство сприяють деякі місцеві ГО, а також протестантські церкви. Залученість до цього процесу протестантської церкви пояснювали тим, що самі іноземні студент_ки є представни_цями цієї конфесії. Ба більше, протестантська молодь може страждати від дискримінації за релігійною ознакою через наявність домінантної церкви — греко-католицької. Наявність расової дискримінації сприяє виключенню інозем_ок з міського життя, зокрема культурного. Зазначалося, що в Івано-Франківську були випадки нападів на інозем_ок¹⁹.

З виключеністю та дискримінацією, за словами представни_ць громадських організацій, стикаються національні меншини, зокрема ром_ки. **Проблема полягає в тому, що не задовольняються базові права ромських спільнот — наприклад, право на освіту.** Відповідно, з культурного життя вони також виключені. Поміж іншого вказували, що іншим національним меншинам — як, наприклад, мусульман_кам — важко інтегруватися в міське життя, адже місцева влада загалом

19 Детальніше про це на Zmina.info "В Івано-Франківську група молодиків побила темношкірого іноземця", публікація від 28 квітня 2017 року.

не підтримує інтеркультурність. При чому в Управлінні культури, національностей та релігій ОДА відзначили, що проблем із ромською спільнотою немає, адже їх в області налічується небагато. Також вони це пояснюють тим, що до них ніколи не зверталися представни_ці ромської спільноти з наявними проблемами. Однак це скоріше ілюструє байдужість до ром_ок — адже органи влади мають не чекати, поки представни_ці спільноти до них звернуться, а вивчати їхні потреби та проблеми. Водночас дискримінацію за расовою ознакою також транслюють деякі представни_ці органів влади Івано-Франківська. Зокрема, у квітні 2020 року мер міста Руслан Марцінків доручив правоохоронцям вивести представни_ць місцевих ромських спільнот на Закарпаття²⁰.

У нас є школа, інтеркультурна третя школа, в якій вчиться більшість дітей різної національної і релігійної ідентичності. В народі вона називається «російсько-польська школа», але насправді там дуже багато молодих людей, які туди йдуть вчитися, наприклад, російською мовою, тому що вони не знають українську. Наприклад, вони з Узбекистану приїхали, чи з Кавказу. Або навпаки, йдуть вчитися туди польською мовою — так само це третя школа. І було багато спроб звільнити директорку цієї школи, і там був постійний тиск з боку міської влади, через те що інтеркультурність загалом не підтримується.
Представни_ця громадського сектору

У нас дуже мало в Закарпатті. У нас немає місць постійного компактного проживання ромів. Вони розсіяні по області. У нас якось проблем, дякувати богу, не було. Їх не дуже багато в області. За цей час, що я працюю, не було жодного звернення від ромської общини до управління культури області з приводу якогось клопотання.
Представни_ця органів влади

За словами представни_ці громадської організації, попри те, що культурні потреби ЛГБТК+ молоді забезпечуються, через неможливість проявляти свою ідентичність вони є виключеними з суспільства. Це пояснюється тим, що в Івано-Франківську існує потужний рух, спрямований на «традиційні цінності», який виступає проти ЛГБТК+. Зокрема, у 2016 році мер міста виступив проти мирного зібрання, організованого ЛГБТК+ — Руслан Марцінків давно відомий своїми гомофобними висловлюваннями²¹. У 2018 році депутат_ки Івано-Франківської ОДА подали звернення до президента, Верховної Ради, Кабінету Міністрів та Ради національної безпеки і оборони про «заборону Маршів рівності та пропаганди гомосексуалізму». Також існує загроза з боку парамілітарних угруповань. Наприклад, у 2018 році праворадикальні товариства «Карпатська Січ» і «Сокіл» зірвали в Івано-Франківську лекцію про фемінітиви. Однак, на думку деяких представни_ць громадських організацій, нині скорочується кількість нападів та використання мови ворожнечі щодо ЛГБТК+ в порівнянні з попередніми роками.

Водночас у Департаменті молоді та спорту виокремлюють інші групи молоді **як соціально незахищені**: це або діти та підлітки (діти-сироти, сільська молодь) або сім'ї (молоді, багатодітні). Також департамент займається питанням протидії домашньому насильству і торгівлі людьми. Однією з форм підтримки малозабезпечених та багатодітних сімей є так звані «пакунки малечі», які видають окремим категоріям населення. Крім цього, в Департаменті зазначили, що ця ініціатива з'явилася у них раніше, ніж її почали реалізовувати на державному рівні.

20 Детальніше про це на Zmina.info «Мер Івано-Франківська розпорядився «пакувати» ромів та вивозити їх на Закарпаття», публікація від 22 квітня 2020 року.

21 Детальніше про це на Zmina.info «Поліція перевірить, чи є дискримінація у висловлюваннях Марцінківського щодо геїв», публікація від 9 вересня 2020 року.

Департамент молоді та спорту не лише працює з жертвами домашнього та гендерно обумовленого насильства, а також займається просвітницьким висвітленням цієї теми. Зокрема проводить заходи різного формату: лекції в навчальних закладах, перфоманси.

Ось у нас була дуже цікава річ минулого року, яка також була пов'язана з гендерно зумовленим насильством. Знову ж таки, це більше для молоді вона була спрямована. Ми десь побачили цікаву ініціативу, яка була у Стамбулі, де на одній із адмінбудівель була розміщена інсталяція у вигляді, я вже не пригадую, 300 чи 600 пар жіночого взуття. Яке, власне, символізувало, кожна пара символізувала вбиту жінку від рук домашнього насильника. Нам дуже сподобалося, і ми вирішили таке реалізувати в місті Івано-Франківську. Однак трішечки трансформували цю ініціативу і поєднали її також із благодійністю. Дали клич по закладах загальної і середньої освіти щодо благодійного збору взуття для потреб малоімущих сімей. Сподівалися зібрати 286 пар взуття.
Представни_ця органів влади

В Управлінні культури, національностей та релігій ОДА теж виокремлюють зовсім **інші вразливі групи**: ВПО, ветеран_ок війни, учасни_ць бойових дій, національні меншини та людей з обмеженими можливостями. Здебільшого управління намагається підтримувати ці групи за допомогою різноманітних заходів. Наприклад, для ВПО, ветеран_ок війни, учасни_ць бойових дій та їхній сімей організують безкоштовні кінопокази та вистави, благодійні акції. Чиновни_ці зазначали, що існує понад 20 культурно-мистецьких товариств національних та етнічних спільнот — польських, російських, вірменських, єврейських та інших. З ними в управлінні намагаються співпрацювати й організувати спільні проекти та події. Одним із прикладів є «Дні польського кіно», які відбуваються в Івано-Франківську. За словами представни_ці Управління ОДА, людьми з обмеженими можливостями займаються здебільшого підрозділи з соціального захисту, однак і вони намагаються підтримувати такі творчі колективи. Наприклад, є товариство людей з порушеннями слуху, яким Управління фінансує гастролі в межах області та по всій Західній Україні. Таким чином вони надають їм можливість реалізувати свій творчий потенціал і заробити грошей.

Примітно, що виключеність вразливих груп відбувається і на рівні міських політик. Зокрема, у Стратегії розвитку міста Івано-Франківська єдина згадана вразлива група — це люди з інвалідністю, яких мають інтегрувати у культурне життя. При чому в деяких місцях вжито дискримінативну форму «інвалід». Натомість у міській програмі розвитку культури Івано-Франківська не згадано про людей з інвалідністю взагалі.

В Івано-Франківську є картка франківця, яка надає соціальні знижки для окремих категорій населення: осіб з інвалідністю, багатодітних з числа малозабезпечених, літніх людей, учасни_ць АТО тощо. За словами деяких представни_ць закладів культури, житель_ки, які мають цю картку, можуть отримати 30–40% знижки на відвідування закладів культури. Загалом, за словами як представни_ць громадського сектору, так і закладів культури, в Івано-Франківську не має гострої проблеми з фінансовою доступністю: більшість подій є безкоштовними, а квитки в закладах культури недорогі.

Комунальні та державні заклади культури не завжди є фізично доступними²². Попри слабку оснащеність закладів культури для людей з особливими потребами, деякі з них співпрацюють з окремими групами та влаштовують для них заходи. Зокрема йшлося про людей з порушеннями зору, а також людей з це-

22 Детальніше про фізичну доступність закладів культури Івано-Франківська див. у частині про те Як працюють державні та комунальні заклади культури?

ребральним паралічем. Деякі заклади співпрацюють з соціальними службами дітей та молоді, а також людьми, які потрапили у важкі життєві обставини.

Підсумовуючи, можна побачити, що в органів влади та громадського сектору немає спільного розуміння, хто такі соціально незахищені верстви населення — здебільшого вони включають туди різні групи. **Брак спільного бачення та дискримінаційне ставлення до окремих груп з боку представни_ць місцевих органів влади призводить до їхнього виключення з життя, зокрема культурного.** Натомість заклади культури не можуть задовольняти потреби молодих людей із соціально незахищених верств населення через брак інфраструктури та достатнього фінансування.

Якою є інфраструктура культурного дозвілля міста?

За словами представни_ць громадського сектору, культурне життя Івано-Франківська можна умовно поділити на кілька кластерів, навколо яких утворилися окремі спільноти і які частково відрізняються за форматом та тематичним наповненням подій:

- платформа «Тепле місто», що пов'язана з громадським рестораном «Urban Space 100», інноваційним центром «Промприлад. Реновація»;
- літературна спільнота, яка асоціює себе зі станіславським феноменом²³, зокрема письменниками Юрієм Андруховичем, Тарасом Прохаськом, Юрієм Іздриком та іншими, а також з видавництвами «Дискурсус» (Василь Карп'юк), «Вавилонська бібліотека», «Цивілізація» (Роман Малиновський);
- спільнота театрал_ок, яка формується навколо театральних студій та Івано-Франківського академічного обласного українського музично-драматичного театру імені Івана Франка, не в останню чергу завдяки діяльності його директора та художнього керівника Ростислава Держипільського.

Під час інтерв'ю і ФГД також згадували кав'ярню «Говорить Івано-Франківськ», музично-кулінарно-мистецький простір «Квадрат Курбаса», мистецький простір «Вагабундо», ресторан «Мануфактура», галерею «Бастіон», Палац Потоцьких, простір «Вдома» як місця тяжіння на культурній мапі міста. Серед громадських організацій та ініціатив, що мають вплив на культурне життя Івано-Франківська, називали ГО «Інша Освіта», ГО «Молодіжна організація "СТАН"», Івано-Франківський осередок ФРІ.

На думку представни_ць громадських організацій, спільнота, що існує навколо платформи «Тепле місто», має потужний вплив на культурно-мистецький розвиток Івано-Франківська. Натомість таких **спільнот бракує навколо державних і комунальних закладів культури міста** (винятком є Івано-Франківський академічний обласний український музично-драматичний театр імені Івана Франка). На думку інформант_ок, «Тепле місто» від початку свого існування були скоріше підприєм_цями з соціальною метою, ніж громадськими активіст_ками.

Все змінюється з появою «Теплого міста». Все змінюється в 2014-му, можливо, трошки швидше, бо вони вже тоді почали і запустили процес по логотипу міста, і тоді запустили процес «Альтгамеру», тобто це, якщо ви знаєте, був запрошений польський митець, і він робив перформанс, але разом з тим людям, всьому місту, було дозволено, видано навіть пензлики, люди могли обмальо-

23 Група письменни_ць, яка утворилася у 90-х роках і пов'язана з постмодерністською літературою.

увати готель «Дністер». І це було такою важливою точкою, що культура в місті не завершилася на процесах культуральних станіславського феномену, вона все ж таки є, є люди, які готові брати на себе ініціативу.
Представни_ця громадського сектору

Представни_ці громадянського суспільства й органів влади зазначали, що можливостей культурного дозвілля в Івано-Франківську загалом достатньо для такої кількості населення, згадували, що до карантину часто була конкуренція між культурними подіями, адже кілька якісних подій могли відбуватися одночасно у різних місцях. Також говорили, що після створення «Теплого міста» з'явилося більше альтернативних культурних заходів, більше пов'язаних із сучасним мистецтвом, ніж із традиційною українською культурою. Якість таких подій, на думку представни_ці громадського сектору, зазвичай є достатньою, натомість їхня кількість могла б бути більшою.

До цього найосновнішими проблемами були, що немає культурного майданчику і вся історія культури зводилася до того, що на великі свята в нас тут на Ринковій Площі збиралися люди і співали українських народних пісень у вишиванках. Все. Не було альтернативи.
Представни_ця громадського сектору

Яка роль подій / фестивалів / ярмарків у дозвіллі молоді?

Однією з важливих культурних подій для сучасного культурного життя Івано-Франківська став фестиваль сучасного мистецтва «Porto Franko», який викликав серію неоднозначних реакцій, зокрема з боку органів місцевої влади, через виступ гурту ХЗВ у 2018 році. Водночас на інтерв'ю говорили про мистецький фестиваль країн Карпатського регіону «Карпатський простір», організований за підтримки органів місцевої, обласної та державної влади, як про своєрідну альтернативу «Porto Franko», проте більш масову й комерціалізовану, а також розраховану на ширшу аудиторію.

Якщо «Porto Franko» — це [...] видовище, це переосмислення, це коли літак видає певну ноту, це просто феноменально. І як альтернатива з'являється «Карпатський простір», який такий, не знаю, спрощення тих сенсів, спрощення виконавців, тобто більше масовість починає. Те, що «Porto Franko» привіз Бернарда — це чудово просто, це така альтернативна бельгійська музика [...], а «Карпатський простір», ну, привозять відомих, там, поп-виконавців.
Представни_ця громадського сектору

На думку більшості учасни_ць ФГД, в Івано-Франківську вистачає можливостей культурного дозвілля як для тих, хто віддають перевагу більш традиційним і масовим заходам, так і для тих, кому цікавіше відвідувати альтернативні або нішеві культурні події, що пов'язані з сучасним мистецтвом. **Під час обговорень інформант_ки всіх сфер зайнятості й гендерів найчастіше згадували фестиваль «Porto Franko» як приклад якісно організованої масштабної культурної події, яка пов'язана з сучасним мистецтвом і яку вони б хотіли відвідати знову.** Водночас частина молодих людей говорили і про фестиваль «Карпатський простір» як про якісно організований культурний захід, попри його критику з боку громадського

сектору як більш «мейнстримної» альтернативи «Porto Franko». Учасни_ці ФГД означували «Porto Franko» як «нетиповий», «культурний» (на протигагу «традиційному» Святу ковалів), «різноманітний» фестиваль. Це означає, що «Porto Franko» якісно виділяється з-поміж більш «типових» і «одноманітних» масових культурних заходів, а отже, дає містян_кам можливість задовольнити потребу у відвідуванні альтернативних, не мейнстримних подій. Врешті-решт, про важливість «Porto Franko» для мешкан_ок Івано-Франківська свідчить те, що інформант_ки висловлювали жаль щодо минулорічного скасування цього фестивалю.

Якщо, дійсно, хочеться кудись вийти, погуляти, у Франківську завжди є велика кількість фестивалів.
Жінка, сфера послуг

На мою думку, насправді в нас за останній час Франківськ у цьому [культурних подіях, фестивалях] дуже і дуже продвинувся. В нас зараз багато різних штук цікавих є.
Чоловік, ІТ

Дуже жаль, що його [«Porto Franko»] зараз відмінили, минулого року, і цього року теж, відповідно. Це дуже такий... Мені, наприклад, він найбільше подобався з франківських фестивалів. Він дуже такий різноманітний і насичений багатьма нетиповими для Франківська подіями і якимись івентами.
Чоловік, культура і креативність

Більшість учасни_ць ФГД позитивно відгукувалися про День міста та інші святкування, «Свято ковалів», заходи у Палаці Потоцьких, «Квадрат Курбаса», День вуличної музики, різноманітні гастрономічні фестивалі — наприклад, меду, сиру, вина, пива. Серед позитивних прикладів фестивалів називали музичний фестиваль «Underhill», хоча він і проходить за межами міста, але загалом також говорили, що у місті відбувається достатньо музичних заходів. Інформант_ки, які мають дітей, частіше говорили про заходи, інклюзивні щодо дитячих потреб у дозвіллі, зокрема згадували «Фестиваль сім'ї» та інші події, що відбуваються у міському парку ім. Т. Шевченка.

Музичного мистецтва дуже багато. Кожного тижня, це не зараз, до карантину було, відбувався концерт у центрі міста, це могло бути у парку, у палаці Потоцьких, тобто вважаю, що із цим взагалі проблем немає.
Жінка, культура і креативність

Не всі учасни_ці ФГД погоджувалися з позитивною оцінкою, яку давали інші учасни_ці культурним заходам, що організовані за підтримки органів місцевої влади. Більш критично налаштованою щодо таких заходів була зайнята в культурній сфері молодь. На думку молодих людей зі сфери культури, якість організації фестивалів, що відбуваються коштом міського бюджету, і рівень залучення ними аудиторії не завжди задовільні. За словами кількох учасни_ць ФГД, у музичній програмі таких заходів як День міста, День Незалежності, День прапора та інших міських святкувань часто опиняються гурти, що безпосередньо пов'язані з міською владою, перебувають «на балансі» міста. На думку учасни_ць ФГД, попри активну

діяльність багатьох «позамуніципальних» музичних гуртів, організатор_ки таких подій свідомо вибирають їх не залучати.

Якщо оцінювати фестивалі, події, конкурси, які проводяться у нашому місті і фінансуються з бюджету міста, то це все є слабенько і сумненько. Насправді хотілося б кращого результату, кращої підготовки, сцени, звуку і так далі [...]. Ці події, які відбуваються в парку щонеділі, я вважаю, що вони є абсолютно безглуздими, тому що витрачаються гроші на світло, на звук, а перед сценою сидить четверо людей, і це чотири мами, які підтримують своїх дітей.
Жінка, культура і креативність

Чому не популярні такі заходи серед молоді? Бо ти часто стикаєшся з тим, що ти проходиш нехай ту саму сцену, [...] ти десь там щось гарне почув, послухав і залишився. А там часто, якщо управління культури тим займається, дають... просто наганяють колективи. От від вас 3 номери, від вас 2. І вони випускають що мають. А часто це безголосі діти, йдеш і думаєш, що краще би цією вулицю не йшов.
Чоловік, культура і креативність

Зайняті у сфері культури інформант_ки також більш критично ставляться до гастрономічних фестивалів. Попри те, що частина учасни_ць ФГД зі сфери культури періодично відвідують такі фестивалі, деякі з них зазначали, що загалом у місті забагато гастроподій, оскільки влітку ці фестивалі відбуваються щотижня і навіть попри їхню умовну безкоштовність можуть сприяти комерціалізації публічного простору. Одним із критичних зауважень щодо гастрономічних фестивалей з боку жінок, які брали участь у фокус-групах, було те, що їхнє проведення збільшує ймовірність зіштовхнутися на вулиці з чоловічою компанією у стані алкогольного сп'яніння. Це може знижувати рівень комфорту й відчуття безпеки при перебуванні у міському просторі, навіть у центральній частині міста. Крім того, учасни_ці ФГД зазначали, що однією з проблем масштабних культурних заходів — не тільки гастрономічних, а й, наприклад, Дня міста — є легковажне ставлення до довкілля і продукування значної кількості сміття, що, зі свого боку, може впливати на забруднення середовища.

Серед проблемних місць учасни_ці ФГД виокремлювали надмірну політичну ангажованість частини культурних заходів, зокрема на користь окремих політичних сил. Це свідчить про часткове використання культурних подій як простору для політичної агітації з боку органів місцевого самоврядування, що може впливати на те, з якими громадськими організаціями вони співпрацюють (наприклад, можуть відмовлятися від взаємодії з «незручними» організаціями, які не бажають надавати майданчик для просування політичних партій на своїх заходах) і який контент санкціонують як прийнятний для підтримки коштом міського бюджету (історія зі скасуванням «Porto Franko» через виступ гурту ХЗВ є унаочненням такого підходу). Крім того, представни_ці громадського сектору згадували, що інколи символіка партії «Свобода» з'являлася на масових заходах — наприклад, спортивних, — організованих коштом громади.

Ці міські заходи супроводжуються владою, влада акцентує увагу на тому, що це ми, ми є тут, голова виступає, фракції, Свобода і так далі. Я розумію, що це все політика, але мені здається, можна бути трішки скромнішим у цьому плані.
Жінка, культура і креативність

Молоді люди говорили, що переважно культурні події, особливо фестивалі, в Івано-Франківську є безкоштовними, що означає можливість цих заходів бути більш доступними для економічно непривілейованих груп населення.

Чи задовольняє наявна в місті культурна інфраструктура потреби у дозвіллі та відпочинку молоді?

Як представни_ці громадянського суспільства, так і учасни_ці ФГД зазначали, що загалом проблеми з браком культурних просторів і подій в Івано-Франківську немає. Водночас говорили, що більша кількість таких просторів збільшила б можливості для професійної та творчої реалізації молодих художни_ць, які можуть мати обмежений доступ до професійних мистецьких платформ (наприклад, під час одного інтерв'ю говорили, що фактичний доступ до виставкового простору муніципальної галереї Івано-Франківська мають лише член_кині Спілки художників).

Якщо людина хоче відвідувати якісь події, то в неї немає з цим проблем, але якщо людина хоче себе реалізувати в творчій сфері, то це вже більш складно, бо не так багато є просторів, де молода людина може зробити.

Представни_ця громадського сектору

Я думаю, культурних закладів досить достатньо. Не думаю, що варто додавати — і так досить є театрів, галерей, бастіонів. Єдине, що я хотів би додати, щоб якісь... Щось на кшталт цього, але щоб там могла реалізувати себе молодь, тобто не професійні художники, актори, а от саме молодь могла себе реалізовувати.

Чоловік, культура і креативність

Бібліотеки. Під час ФГД про бібліотеки частіше говорили у контексті видачі й читання книг, а не як про простори, де відбуваються культурні події. Частина інформант_ок зазначали, що взагалі не відвідують бібліотеки, оскільки купують паперові або електронні книжки, водночас деякі учасни_ці ФГД говорили, що час від часу відвідують бібліотеки саме для читання книг.

Частина інформант_ок зазначали, що знають про заходи у бібліотеках — наприклад, презентації книг, — але не завжди можуть на них потрапити, оскільки такі заходи зазвичай проходять у їхній робочий час. З іншого боку, деякі інформант_ки висловлювали запит на проведення подій у бібліотеках, так само говорили про презентації книг або збірок. Це може означати, що або бібліотеки недостатньо комунікують про наявні заходи, або кількість і тематичне наповнення цих заходів є недостатнім для частини молоді. Деякі учасни_ці говорили про застарілість і некомфортність бібліотечних приміщень, зокрема про незадоволення матеріально-технічним забезпеченням бібліотек. Також згадували про вимогу деяких бібліотек залишити власний паспорт в обмін на книгу, що не є зручним для читацтва.

Я в бібліотеки не ходжу: по-перше, краще мені, дійсно, або купити книжку, або почитати в інтернеті той же самий твір, який цікавий. Для мене бібліотека

асоціюється з якоюсь школою, підручниками.
Жінка, сфера послуг

Наші бібліотеки ще, знаєте, занадто застарілі. [...] Я от в Європі була, там була реально триповерхова будівля — бібліотека. Там можна сісти на гарні м'які дивани, лягти і собі почитати. Тобто більш комфортніше, а наші бібліотеки — асоціації, дійсно, як хтось там говорив, школа, книжки — все так дуже по-совковому.
Жінка, сфера послуг

На ФГД згадували Івано-Франківську обласну універсальну наукову бібліотеку, Центральну міську бібліотеку Івано-Франківська та Івано-Франківську обласну бібліотеку для дітей як місця, де відбуваються культурні заходи, зокрема презентації, зустрічі з письменниками, книжкові й мистецькі виставки, літературні вечори, тренінги. Учасники ФГД також згадували про «тиху вечірку», яка відбулася у 2019 році у Центральній міській бібліотеці як частина акції «Всеукраїнська тиха вечірка». Переважна більшість подій у бібліотеках є безкоштовними, проте інформанти ФГД згадували, що відвідувачки можуть залишити зручну для них суму на розвиток бібліотеки й організацію майбутніх подій.

Музеї. Учасники ФГД переважно говорили про музеї у контексті їхньої постійної експозиції або тимчасових виставок, власних вражень від музейних експонатів та перетину інтересів молодих людей зі сферою діяльності конкретного музею. Музеї не означувалися як інституції, де відбувається постійний обмін досвідом і неакадемічне або неформальне навчання у культурно-мистецькій сфері.

Серед державних музеїв згадували Івано-Франківський краєзнавчий музей, Музей мистецтв Прикарпаття, Народний музей освіти Прикарпаття, Літературний музей Прикарпаття, Історико-меморіальний музей Олекси Довбуша, Івано-Франківський обласний музей визвольної боротьби ім. С. Бандери, Геологічний музей при Івано-Франківському національному технічному університеті нафти і газу, а серед приватних — галерею-музей Михайла Фіголя, Музей Небесної Сотні, Музей родинних професій. Попри те, що частина учасників ФГД відвідують музеї під час подорожей іншими містами або країнами, вони досить рідко ходять у музеї Івано-Франківська. За словами учасників усіх ФГД, брак оновлення музейних колекцій у державних музеях є однією з найбільш видимих проблем музейної сфери Івано-Франківська. Учасники безпосередньо не говорили про застарілість наративів у музейних експозиціях. Проте можна припустити, що методи й форми роботи з конструюванням наративів й дискурсів, які формують експозицію, переважно не є основним фокусом рефлексії та трансформації серед працівників державних музеїв Івано-Франківська. Зрештою це впливає на бажання містян охочих відвідати музеї і загальне зацікавлення міськими музейними просторами.

Ні державі, ні людям вони вже не цікаві. Вони не активні, грубо кажучи. Вони в сплячому режимі. Як на мене, це потребує великої якоїсь такої реновації і такої різкої переміни структури музеїв Івано-Франківська для того, щоб вони дійсно почали цікавити людей.

Чоловік, сфера послуг

Якось бажання зайти не було, бо здавалось, там щось таке нудне, нецікаве, тому у Франківську, на жаль, з музеями не дуже.

Жінка, сфера послуг

Частина інформантів охочих згадували про періодичне відвідування державних музеїв, таких як краєзнавчий або художній, у шкільні роки, що тоді сприймалося як привід прогуляти навчання. За їхніми словами, відвідування цих музеїв під час

шкільного навчання дало їм уявлення про музейні колекції, а оскільки протягом останніх 10–20 років вони недостатньо оновлювалися, то бажання чи потреби відвідувати музеї у дорослому віці у частини учасни_ць ФГД не виникало. Одна учасниця згадала про екскурсії, які їй доводилося відвідувати в музеях Івано-Франківська, і зазначила, що цей досвід був негативний, бо, за її враженнями, розповідь екскурсовод_ки була нудною і нецікавою. Зрештою, деякі інформант_ки висловили запит на зміну підходів і форматів роботи музейних працівни_ць, зокрема екскурсовод_ок, у роботі як з дорослою аудиторією, так і з дитячою. За їхніми словами, це могло б мотивувати їх частіше відвідувати музеї міста.

У нас не оновлюється асортимент в наших музеях, ну, в принципі, один раз подивисься — і на 10 років вистачить. Наступний раз невідомо, коли будеш знову.
Жінка, сфера послуг

Туди [в музеї] водять дітей в школі, при чому кілька раз. Експозиція наскільки я знаю, там вона якщо змінюється, то просто якась одна кімната, а краєзнавчий музей, історичний, там експозиція не змінюється. Так само можна сказати про художній музей.

Чоловік, культура і креативність

Попри переважно критичні висловлювання щодо музеїв Івано-Франківська, частина учасни_ць ФГД говорили про більш позитивний досвід відвідування та взаємодії з музейними просторами. Позитивні враження частіше асоціювалися або з «просунутими» можливостями музеїв (наприклад, інтерактивною взаємодією з експонатами), або з їхніми «позаекспозиційними» можливостями (наприклад, специфічними подіями).

Один із чоловіків, зайнятих у сфері ІТ, пригадав «тиху вечірку», яка проходила у Музеї мистецтв Прикарпаття і через яку він вперше потрапив у цей музей. Цю вечірку організувала львівська формація Night Ambassadors з благої метою. За словами учасника ФГД, йому сподобався такий формат подій, зокрема атмосфера й освітлення, і він би відвідував подібні заходи у музеях або інших культурних інституціях. Як приклад позитивної практики в Музеї мистецтв жінка зі сфери культури згадувала безкоштовний вхід до музею для студентства й викладацтва мистецької сфери, а також дітей з художньої школи.

Як приклад музею, який було цікаво відвідувати, зокрема з дітьми, називали приватний Музей родинних професій. За словами учасни_ць ФГД, у цьому музеї їх приваблює відносно нова експозиція, а також її інтерактивність, можливість взаємодіяти з експонатами. Частина інформант_ок висловили запит на впровадження партисипативних та інтерактивних елементів в інших міських музеях. Про брак впровадження сучасних технологій у музейних просторах Івано-Франківська також згадувала представни_ця ГО.

Найцікавіший музей у Франківську — це музей професій на вулиці Зоря, біля Бандери. Там дійсно цікаво. Тому що є багато таких експонатів, які бачив вперше в житті. До них можна доторкнутись. Якщо навіть робочі, то попрацювати.
Чоловік, сфера послуг

Немає менеджменту, не знаю, немає розуміння того, як про це говорити. І музеї, якщо ви знаєте, в світі роблять дуже інклюзивними, сучасними, інноваційними. Цього у Франківську немає, музейного життя міста немає
Представни_ця громадського сектору

Кінотеатри. Серед відвідуваних кінотеатрів учасни_ці ФГД називали всі міські кінотеатри: «Люм'єр»²⁴, «Космос»²⁵, «Кінобум». Інформант_ки говорили незначні відмінності між «Люм'єром» і «Космосом», проте найбільш суттєвою різницею між цими кінотеатрами називали розмір залів — у «Кінобумі» він найменший, а тому учасни_ці ФГД частіше віддають перевагу «Люм'єру» або «Космосу».

Кінотеатр «Космос» — масштабний, має великий екран. Коли хочеться щось масштабне подивитися, краще йти в «Космос». А якщо фільм більш затишний, мається на увазі, якимось не суттєво, то у «Люм'єр», також гарно.
Жінка, культура і креативність

Серед основних критеріїв вибору того чи іншого кінотеатру називали розмір і комфортність зали, ціну за відвідування, наявність конкретного фільму в репертуарі, час показу, технічні характеристики (акустика, якість кінопроекції, розмір екрана). Попри те, що всі ці кінотеатри є приватними, за словами молоді, ціни на кінопокази не є завищеними, хоча частина людей зауважували, що ціни на попкорн і снеки є досить високими як для Івано-Франківська.

Ціна не є дуже дорогою, можна так сказати. Ціна, я вважаю, що є хороша для такої послуги. Можливо, ціна на те, що продається в кінотеатрі, попкорн і ще щось, є злегка завищеною. Але люди самі обирають, чи це купляти, чи ні.
Чоловік, сфера послуг

Кінотеатри переважно відвідують у компанії друзів, родини або дітей, рідше — наодинці. Серед фільмів найчастіше обирають комедії, екшн, жахи, сімейні фільми, при цьому учасни_ці ФГД майже не згадували авторське або артхаусне кіно, що може означати брак таких фільмів у кінопрокаті й репертуарі кінотеатрів. Це, зі свого боку, може бути пов'язане з тим, що всі кінотеатри Івано-Франківська є приватними інституціями, більше орієнтованими на прибуток, ніж муніципальні кінотеатри, яких у місті немає, але які потенційно могли б частіше показувати менш комерційне кіно й загалом мати більш просвітницькі цілі. З іншого боку, деякі інформант_ки висловлювали запит на більше кінопоказів під відкритим небом або навіть «альтернативний кінотеатр», який також міг би бути на відкритому повітрі. Серед причин невідвідування кінотеатрів називали можливість перегляду фільмів вдома завдяки торрентам або VOD-платформам на кшталт Netflix, а також брак у прокаті фільмів, які б зацікавили інформант_ок.

Театри. Загалом учасни_ці всіх ФГД схвально відгукувалися про сучасний стан і репертуар театрів Івано-Франківська, говорили про оновлення, що відбуваються останніми роками у театральній програмі, зокрема в Івано-Франківському академічному обласному українському музично-драматичному театрі імені Івана Франка завдяки діяльності його чинного директора й художнього керівника Ростислава Держипільського. Важливими критеріями вибору вистав для інформант_ок є креативний підхід до роботи з виставами як з боку режисер_ок, так і з боку актор_ок — наприклад, завдяки включенню інтерактивних елементів у вистави, — а також різноманіття репертуару, тобто наявність комедійних і драматичних, традиційних і сучасних вистав. Учасни_ці ФГД говорили, що ціна не є вирішальним критерієм при прийнятті рішення про похід у театр, оскільки, на їхню думку, загалом ціни на вистави івано-франківських театрів є доступними. Згадували, що на деякі постановки драматичного театру, особливо найбільш популярні, такі як «Гуцулка Ксеня», часто можуть бути продані всі квитки задовго до самої вистави.

24 Приватний кінотеатр у колишньому приміщенні кінотеатру ім. Івана Франка.
25 Входить у комерційну мережу кінотеатрів «Лінія кіно».

Крім того, частина учасни_ць зі сфери культури, особливо студентство, мають право отримати знижку на відвідування або навіть безкоштовний квиток.

Декілька учасни_ць ФГД говорили про постановки Івано-Франківського Нового театру, вистави якого зараз відбуваються у приміщенні філармонії, як про приклади менш традиційного підходу до роботи з виставою й більшого залучення аудиторії, наприклад, через взаємодію актор_ок з глядач_ками, яка уможливується завдяки розміщенню глядацького залу на одному рівні зі сценою та коловою розташуванню стільців для відвідувач_ок.

Найбільше я люблю те, що вистави осучаснюють. Нема такого, як з цими картинними галереями, що їх поставили, і вони там стоять 20 років. Є багато сучасних вистав, є старі вистави — це мені дуже подобається.

Чоловік, культура і креативність

Інформант_ки, які мають дітей, згадували про відвідування Івано-Франківського академічного обласного театру ляльок ім. Марійки Підгірянки. Учасни_ці ФГД описували й оцінювали театр ляльок переважно фокусуючись на враженнях та почуттях дітей, а не через власний досвід.

Деякі учасни_ці ФГД згадували про свій досвід відвідування театрів зі школою й зазначали, що ці спогади викликають радше негативні асоціації: шумні однокласни_ці, неможливість сконцентруватися на виставі.

У мене трошки так відбили бажання у школі, нас ввели досить часто у старших класах. Я пам'ятаю, але досить таке враження залишилося... По-перше, нічого не було чути, всі шуміли, всі там на купу, тобто навіть якщо хто подивитися, все одно однокласники не сильно давали це зробити. Якась така була атмосфера, і вона залишила свій слід.

Жінка, сфера послуг

Інші заклади культури. Учасни_ці ФГД говорили про Палац Потоцьких, який нещодавно повернули у комунальну власність (Суровська, 2018), як простір для проведення культурного дозвілля. У 2005 році Палац Потоцьких було приватизовано, а новим власником став мільярдер Олег Бахматюк. Проте приватний власник не займався розвитком Палацу, там не відбувалися події, а будівля була зачиненою для відвідувач_ок і поступово руйнувалася. Після добровільного повернення будівель Палацу у комунальну власність органи міської влади почали планувати його реновацію, виділили кошти на діяльність закладу, відкрили його для відвідування містян_ок. Нова команда Палацу стала активно займатися розвитком простору як майданчику для культурних заходів, організованих як органами місцевого самоврядування, так і немуніципальними ініціативами й організаціями.

Палац Потоцьких у нас багато років не працював, було закрито. Тепер вже нарешті останні ривки, його відкрили. Мені подобається, що там на свіжому повітрі проводяться різноманітні заходи, святкування, якісь концерти.

Жінка, сфера послуг

Частина інформант_ок називали галерею «Бастіон» як приклад простору, де можна приємно провести час з друзями або родиною, зокрема завдяки тому, що там є можливість посидіти й попиту каву у кафе. Попри те, що «Бастіон» можна означувати як унаочнення комерціалізованого культурного дозвілля, яке пропонують приватні підприєм_иці, одна учасниця ФГД назвала його найбільш сучасним закладом культури Івано-Франківська. Крім «Бастіона», серед недержавних культурних інституцій та просторів для культурного дозвілля найчастіше згадували

про «Промприлад», «Простір ВДОМА», «Вагабундо», «Urban Space 100», «Квадрат Курбаса».

На думку представни_ць громадського сектору, частина молоді може бути виключена з культурного життя міста, оскільки заходи, що відбуваються у таких місцях, як «Промприлад» або «Urban Space 100», відвідує більш **привілейована частина молоді, що має вищий рівень економічного, соціального чи культурного капіталу**. Водночас учасни_ці більшості ФГД згадували і «Промприлад», і «Urban Space 100» як простори, які вони інколи або регулярно відвідують. Це може означати, що ці місця насправді є відомими й відкритими ширшому колу людей, оскільки організовані там події можуть бути цікавими не тільки вузькій «просунутій» аудиторії. Водночас це може означати, що учасни_ці ФГД, зокрема зі сфер культури і креативності або ІТ, належать до частини населення, яка має більше доступу до інформації і на яку орієнтуються у цих просторах при плануванні подій.

Тут є дуже чіткий розподіл на тих, хто прогресивний і має доступ до інформації, і тих, хто з окраїн чи, скажімо, не дуже прогресивний, з не дуже хорошої школи, хто приїхав сюди з села вчитися і не має доступу до інформації. Тобто як у будь-якому місті, так і у Франківську можна зустріти людину, яка у Франківську ніколи не була в «Urban Space 100», при тому, що він є у всіх путівниках про Україну, умовно кажучи, топ-10.

Представни_ця громадського сектору

В «Urban Space» йшли зазвичай досить різносторонні заходи. Так як зараз карантин, і це відбувається набагато рідше. Тобто там відбувалися заходи по саморозвитку, могли бути по психології, по тому самому мистецькому розвитку. Там були виступи гуртів.

Чоловік, сфера послуг

За словами представни_ць громадського сектору, в Івано-Франківську бракує муніципального молодіжного центру як потенційного ресурсу для розвитку сфери культури у місті. У місті існує студентський молодіжний центр «Параграф», створений у Прикарпатському національному університеті. На думку громадських активіст_ок, цей простір не має впливу на культурне життя Івано-Франківська, а організовані там події переважно не дуже високої якості. Під час інтерв'ю з експерт_ками ми з'ясували, що спроби створити муніципальний молодіжний центр вже здійснювала міська молодіжна рада. Під час реалізації цієї ініціативи член_кині Ради дізналися, що мають створити комунальне підприємство, на прийняття рішень у якому вони фактично не матимуть реального впливу. Врешті активіст_ки відмовилися від ідеї створення молодіжного центру, бо зрозуміли, що при запропонованій місцевою владою системі управління такий центр не відповідатиме найбільш актуальним потребам і запитам молоді.

У нас є молодіжний центр «Параграф», але він трошки... самопроголошений. Тобто він є, але це студентський молодіжний центр на базі підвалу університету, який через те, що інших молодіжних центрів взагалі не створено в Івано-Франківській області, він як би відіграє роль обласного.

Представни_ця громадського сектору

Вони [міська рада] сказали: добре, але створюйте комунальне підприємство, і натякнули, що вони все одно керівником цього комунального підприємства поставлять свою людину. Але тоді цей молодіжний центр буде також працювати для галочки і робити те, що потрібно, а не те, що хотіла б молодь.

Представни_ця громадського сектору

Отже, враховуючи висловлене учасни_цями ФГД, можна виокремити декілька основних аспектів культурної інфраструктури Івано-Франківська, зокрема у державних і комунальних закладах культури:

- Програми і формати діяльності державних закладів культури, особливо у бібліотеках і музеях, переважно є застарілими. Молоді люди говорили, що їм не цікаво відвідувати частину закладів культури через брак змін у їхній роботі. Також зазначали, що деякі речі залишилися незмінними з часів їхнього дитинства, а тому викликають асоціації з «добровільно-примусовим» відвідуванням цих інституцій під час навчання у школі.
- Матеріально-технічне забезпечення не оновлюється, бракує реновації самих просторів. Молодь говорила, що в них не виникає бажання ходити в заклади культури, приміщення яких є некомфортними для відвідувач_ок.
- У державних і комунальних закладах культури бракує роботи з аудиторією, не в усіх закладах налагоджена комунікація про діяльність закладів та їхні події. Молоді люди зазначали, що переважно не отримують інформації про події, які відбуваються, наприклад, у бібліотеках міста.
- Брак муніципального молодіжного центру є однією з причин недостатньої кількості можливостей для реалізації молодих людей, задоволення їхніх культурних потреб і запитів.

У молодих людей є запит на збільшення кількості просторів, зокрема альтернативних форматів, де можна було би проводити вільний час, займатися професійною і творчою самореалізацією. Таким простором міг би бути муніципальний молодіжний центр, проте за умови надання його команді якомога ширшої свободи у діяльності, а також мінімізації політичного впливу з боку органів місцевого самоврядування. Водночас у молоді є запит на реновацію і модернізацію державних закладів культури. Ця модернізація мала б стосуватися не тільки стану приміщень, а й методів і форматів роботи державних культурних інституцій, що могло б заохотити молодих людей частіше відвідувати муніципальні заклади культури.

Як працюють державні та комунальні заклади культури?

Існує неформальний розподіл між державними і недержавними закладами культури у тому, які формати подій вони обирають, з якими художни_цями співпрацюють, на яку аудиторію розраховують. Державні заклади культури більше асоціюються з масовою культурою, що доступна широким групам населення²⁶, натомість недержавні культурні інституції частіше працюють з альтернативними й експериментальними мистецькими форматами. Саме це робить їх, на думку громадських активіст_ок, менш відкритими для «широкої публіки» й більш елітарними. Представни_ці громадянського суспільства зазначали, що муніципальні заклади культури навряд чи підтримають проведення таких подій, як, наприклад, гараж-сейли або воркшопи з апсайклінгу, тому такі події зазвичай відбуваються у «Промприладі» або схожих місцях. Водночас, за словами активіст_ок громадських організацій, саме такі заходи часто приваблюють молодих людей.

У місті стає проблема того, що от класне місто з багатьма митцями, які тут творили в 1990-х, але немає майданчика для цього. Немає майданчика для

26 Під час інтерв'ю серед прикладів масових культурних заходів, що відбуваються в Івано-Франківську, згадували трембітування та гастрономічні фестивалі.

того, щоб привозити якихось інтелектуалів, які можуть говорити. І це тому, власне, на базі цього і такого ж фокусу створюється «Urban Space 100» як безкоштовний майданчик для проведення подій.
Представни_ця громадського сектору

За словами представни_ць державних і комунальних закладів культури, їхня аудиторія переважно складається з молоді та людей старшого віку. З інтерв'ю з працівни_цями кількох державних і комунальних культурних інституцій ми з'ясували, що у частини з них інформація про аудиторію ґрунтується на проаналізованих даних відвідувач_ок, натомість в інших дані про аудиторію спираються на особисті враження та припущення представни_ць цих закладів. Деяким працівни_цям закладів культури було складно виокремити конкретні групи відвідувач_ок, оскільки події, що відбуваються в їхньому закладі, є тематично різними, а тому можуть приваблювати досить різні аудиторії (наприклад, відвідувач_ки презентації книги можуть сильно відрізнитися від відвідувач_ок події, що пов'язана зі спортом). Попри те, що представни_ці закладів культури називали молодь як одну з їхніх цільових аудиторій, вони не говорили про конкретні стратегії або практики проактивного залучення цієї категорії населення. Щодо залучення вразливих груп населення, то в деяких закладах культури є практика безкоштовного входу для людей з обмеженнями опорно-рухового апарату, а в деяких організують спеціальні події, зокрема для людей з інвалідністю та літніх людей.

Ми як проводили таке невеличке дослідження, то практично з кожної галузі читачі у нас є [...]. Ми читацькі квитки оформляємо, ми записуємо, хто людина по професії і де працює. Тому що дуже багато, що людина по професії одна, а працює зовсім за іншою професією. Із цих записів, які ми маємо, ми просто таке невеличке дослідження проводили.
Представни_ця закладів культури

Умовно люди від 18 до 30 років, десь так. Хоча, знаєте як, ми не ведемо ніякого соціологічного дослідження. Я бачу з того, хто приблизно виходить і сидить у залі. А так — досить багато старших поколінь.
Представни_ця закладів культури

Працівни_ці закладів культури намагалися небагато говорити про проблеми їхніх інституцій. Однією з основних проблем називали брак фінансування на потреби закладів культури, зокрема комплексну реновацію й ремонт приміщень. З іншого боку, проінтерв'ювані нами представни_ці культурних інституцій переважно не говорили про брак оновлення у підходах і форматах роботи з програмою й аудиторією. Це може свідчити про те, що вони не оцінюють критично власні методи роботи і не розглядають їх як такі, що потребують трансформації з урахуванням сучасних культурно-мистецьких тенденцій (Institute of Museum and Library Services Office of Strategic Partnerships, 2009; Сирбу & Рибак, 2020) і запитів відвідувач_ок²⁷.

Найбільше, що нас турбує, це фінансування.
Представни_ця закладів культури

Попри те, що останніми роками державні й комунальні заклади культури намагаються зробити більш інклюзивними для людей з інвалідністю, у частині закла-

²⁷ Детальніше про запити мешкан_ок Івано-Франківська — у частині 5.5 «Чи задовольняє наявна в місті культурна інфраструктура потреби у дозвіллі та відпочинку молоді?».

дів є проблема з доступністю будівлі для людей з обмеженнями опорно-рухового апарату. Наявність у будівлі пандусів не гарантує, що людина, яка використовує інвалідний візок, зможе самотійно, без сторонньої допомоги потрапити у приміщення. Це означає, що такі заклади культури врешті є лише «умовно» доступними, адже реальна доступність передбачає, що людина з маломобільних груп населення може самотійно потрапити у приміщення, пересуватися ним без сторонньої допомоги, а також мати доступ до спеціально облаштованої туалетної кімнати. Заклади культури також не адаптовані для людей з порушеннями зору: здебільшого в них немає оснащення шрифтом Брайля. Однак одна з працівни_ць розказала, що в них є книги, оснащені для людей з порушеннями зору.

У частині державних закладів культури постійно або періодично відбуваються безкоштовні події, що дозволяє залучати економічно непривілейовані аудиторії. Частина закладів культури залучають додаткове грантове фінансування на власні потреби, співпрацюють з представництвами інших держав, співпрацюють з волонтер_ками для реалізації власних проєктів, зокрема спрямованих на людей із вразливих груп населення.

Працівни_ці однієї з міських бібліотек говорили про те, що частина їхніх подій не пов'язані з основною діяльністю бібліотеки, тобто видачею книг — це, наприклад, мовні клуби, регулярні опитування читацтва, щоб розуміти їхні потреби у тих чи інших книжках.

Ми для того, щоб правильно комплектувати фонди бібліотеки, ми час від часу мусимо проводити серед читачів якісь опитування — що їх цікавить і що їм потрібно. Ви розумієте, грошей зараз багато не виділяють на літературу. І для того, щоб закупити саме те, що потрібно, а не так, щоб просто книжка рахувалася в фонді, тому ми отакі внутрішні дослідження час від часу проводимо.

Представни_ця закладів культури

Працівни_ці кількох державних закладів культури згадували про співпрацю з громадським сектором, проте про таку співпрацю говорили небагато й переважно не називали ГО, з якими взаємодіють. З іншого боку, представни_ця громадянського суспільства розповіла про історію створення музею міста за ініціативи активних мешкан_ок міста. Міські активіст_ки відкрили тимчасову експозицію музею у просторі Палацу Потоцьких, проте, за їхніми словами, керівництво цього закладу врешті активно сприяло виїзду музею з приміщення Палацу. Це свідчить про брак підтримки незалежних неприбуткових проєктів з боку органів місцевого самоврядування, а також їхнє прагнення посилити власний вплив на сферу культури.

В рамках «Карпатського простору» вони відкрили локацію «Музей міста», вони його облаштували. Вони казали, що це тимчасово, але потім у них виникли суперечки, і ті не хотіли виїжджати. Ну, реально, вони створили хороший заклад, який користувався популярністю, в нього були дуже хороші відгуки. Але чомусь Палац Потоцьких дуже сильно хотів їх звідти виселити. Міська влада їм так і не надала приміщення, де вони могли б розміститися.

Представни_ця громадського сектору

Основними й найбільш ефективними джерелами комунікації та поширення інформації про діяльність для закладів культури є онлайн-платформи, такі як власний сайт і сторінки у соціальних мережах. Серед способів комунікації також згадували рекламу на радіо й телебаченні, друк і поширення афіш, а також «сарфанне радіо». У більшості закладів культури немає спеціальної працівни_ці, комунікаційної менеджер_ки, яка б відповідала за створення й поширення інформації

про роботу закладу, тому ці обов'язки зазвичай беруть на себе інші працівни_ці, які суміщають це зі своїми основними обов'язками.

У нас є сторінка у фейсбуці, тож найбільше комунікуємо в фейсбуці. Якщо якісь певні заходи, то, звичайно, через поліграфію, але в основному це все ж таки... на даний момент фейсбук — це №1. Є сторінка в інстаграмі, але не така велика, як фейсбук.

Представни_ця закладів культури

Представни_ці одного закладу культури говорили, що намагаються залучати молодь через свою сторінку в мережі Instagram, оскільки молодь активніше використовує цю соціальну мережу. В іншому закладі привернути увагу молоді намагаються завдяки створенню промо-відеороликів інституції та її подій.

Ми наразі зрозуміли, наприклад, щоб залучити більше молоді, все-таки треба бути в інстаграмі. І тому ми зараз взяли напрямом на інстаграм [...]. І ми хочемо, щоб все-таки молодь йшла не тому, що викладач сказав їти, а щоб це було особисте бажання молоді. Тому ми так вирішили, що зараз на інстаграм, що треба все-таки десь заходити на цю соціальну мережу і максимально її використовувати для просування.

Представни_ця закладів культури

Однією з головних проблем щодо комунікації з аудиторіями називали брак коштів на рекламу як у соціальних мережах, так і в більш традиційних медіа, що, за словами працівни_ць закладів культури, зменшує можливості комунікувати про діяльність закладу. Це відповідає тому, що говорили учасни_ці ФГД щодо браку реклами державних культурних інституцій. Водночас представни_ці закладів культури майже не говорили про потребу у навчанні щодо форматів комунікації (працівни_ці одного закладу культури згадали, що незабаром проходитимуть курс з роботи в інстаграмі), у розробці комунікаційної стратегії та в залученні спеціаліст_ок з брендування. Проте, **на нашу думку, навіть потенційне збільшення рекламних бюджетів за умови браку критичної рефлексії та структурних змін у підходах до методів комунікації навряд чи автоматично призведе до якісного й кількісного збільшення аудиторій закладів культури.**

Ми маємо сторінку в Instagram. Зараз ми записались на курс, де ми будемо вчитись, як максимально ефективно працювати в інстаграмі. Тому що ми плануємо відкрити сторінку бібліотеки в інстаграмі, але хочемо так, щоб максимально привернути до неї користувачів. От як правильно робити.

Представни_ця закладів культури

Розділ 5 ●
Дозвілля і культура:
Хмельницький

Якими є культурні та молодіжні політики міста?

Для розгляду політики міста Хмельницького у сфері культури і дозвілля ми звернули увагу на Стратегію розвитку міста, Програму розвитку культури та Програму реалізації молодіжної політики та розвитку фізичної культури і спорту.

Документ «Стратегія міста Хмельницького 2025» розділений на три сфери: місто-підприємець, комфортне і безпечне місто та відповідальне місто. У другій сфері однією з ключових цілей розвитку Хмельницького є «Молодіжне місто сучасної культури, мистецтва та спорту». Зазначено, що ціль, серед іншого, передбачає «формування іміджу міста як освітнього, культурного та спортивного центру Хмельницької області та Поділля». Для цього передбачається робота над створенням нових майданчиків у культурно-мистецькому просторі міста, розвитком різних напрямів сучасного мистецтва та розвитком спортивної інфраструктури, поєднаним із залученням молоді до занять фізичною культурою та спортом.

Одними з показників моніторингу та оцінювання реалізації сфери визначено кількість споруд для занять спортом, спортивних майданчиків та кількість туристичних об'єктів. Такі індикатори неповною мірою відображають зазначені в Стратегії цілі, зокрема не відображена мета щодо культурно-мистецьких майданчиків та розвитку напрямів сучасного мистецтва, хоча й передбачені проекти для реалізації цих цілей.

Стратегія передбачає двоетапний план дій з реалізації: перший — 2017–2020 роки; другий — 2021–2025 роки. Саме з плану дій зрозуміло, які проекти міська влада прагнула реалізувати за останні декілька років: від створення музею кіно, центру артхаусного кіно до нанесення муралів і будівництва Льодового палацу. Впродовж чотирьох років на розвиток культурної інфраструктури планували виділити 102,5 млн гривень, а на сучасне мистецтво — 16,6 млн гривень.

Культурні політики. Програма розвитку культури Хмельницького «50 кроків, що змінять місто» містить перелік завдань і заходів за такими 6 стратегічними напрямками: культурна спадщина і традиції; нові культурні об'єкти; історія міста і туризм; розвиток мистецтв та початкової мистецької освіти; мистецькі заходи та проекти; бібліотеки — сучасні соціально-культурні центри. Програма була ухвалена на період від 2016 до 2020 року включно, тобто на 5 років.

Під час глибинного інтерв'ю представни_ця органів влади уже назвала перспективні напрямки, що, ймовірно, будуть включені до наступної програми як ключові:

Зараз ми робимо акцент на туризм, акцент на сучасне мистецтво і робимо акцент на подієвий туризм. Тому ось ці такі напрямки, операційні цілі будуть основними.

Представни_ця органів влади

За розробку чинної програми розвитку культури відповідало Управління культури і туризму міської ради. Для цього Управління збирало пропозиції кількома шляхами: передусім співробітни_ці зверталися до муніципальних культурних закладів міста різного спрямування, співпрацювали з різними громадськими організаціями і вивчали їхні ініціативи, а також проводили обговорення з дорадчим органом, що працює при Управлінні культури і туризму — Художньою громадською радою.

Працівни_ця органів влади також зазначила, що під час розробки всіх програмних документів вони орієнтуються на загальноукраїнські пріоритети і напрями:

Будь-який документ, який приймається в державі, [...] розписується нам, доходить до Управління, а потім вже, якщо потрібно, на цей документ складаються заходи, ці заходи в результаті потім вливаються в якусь стратегію, в якийсь план, в якусь програму і так далі.

Втім, інформант_ка не зазначила назви жодного документа, ідеї і напрацювання якого були корисними для розробки програми у Хмельницькому. Інша працівниця органів влади, яка не була залучена до написання цієї програми, зазначила: «Не думаю, що попередня програма орієнтувалася» на Довгострокову стратегію розвитку української культури.

Після підготовки проекту програми відбувається його публічне обговорення, і це є ще однією можливістю надати пропозиції до документа.

Нині відповідальні органи займаються розробкою нової програми на наступний п'ятирічний термін. За словами однієї з інформанток, робочі групи працюють ті заходи, що ввійдуть до програми розвитку культури Хмельницького. До складу робочих груп входять представники громадських організацій, бізнесу і працівники відповідних управлінь міської ради. Заходи цієї програми мають відповідати стратегічним цілям розвитку міста, які ухвалені до 2025 року. На думку інформантки, завдяки тому, що стратегія міста має чіткий план, що реалізується в два етапи і містить індикатори досягнення цілей, робочим групам залишається максимально детально описати показники ефективності, терміни реалізації, обсяги фінансування з міського бюджету для кожного заходу.

Молодіжні політики. У Хмельницькому також діє Програма реалізації молодіжної політики та розвитку фізичної культури і спорту на 2017–2021 роки, окремі заходи якої спрямовані на залучення молоді до культурного життя міста й організацію молодіжного дозвілля. Основні напрямки молодіжної політики стосуються національно-патріотичного виховання та громадянської свідомості, здорового і безпечного способу життя, розвитку неформальної освіти, сприяння зайнятості, соціального захисту, творчого розвитку та забезпечення житлом.

Працівниця органів влади назвала два основні напрямки програми, які стосуються культури і дозвілля молоді — це національно-патріотичне виховання і молодіжні заходи. Молодіжних культурних заходів у програмі дещо менше, ніж національно-патріотичних, і це заходи, що спрямовані переважно на залучення молоді через інституції, тобто учнівської та студентської молоді. Серед прикладів молодіжних заходів є талант-шоу серед студентської молоді «Арт-місто XXI», конкурс краси серед студентської молоді «Подільська красуня» та відвідування міських музеїв. Самі назви і формати деяких із цих молодіжних заходів ставлять під сумнів те, наскільки інновативним і гендерно чутливим є підхід до складання програми молодіжної політики.

Більшість культурних заходів пропонують оптику національно-патріотичного спрямування. Це заходи, спрямовані на популяризацію історії України, народних традицій, проведення військово-патріотичних ігор («Зірниця», «Сокіл-Джура»), відзначення військових свят. Працівниця органів влади навела приклад одного з таких заходів:

[...] ми запровадили в місті таке нове свято, ми ніколи його не відзначали, це День героїв, який відзначається 23 травня, де ми вшановуємо всіх героїв всіх часів, які боролися за незалежність України. От в цей день традиційно ми показуємо показові виступи військових частин, які в нас дислокуються в місті, нашої Національної прикордонної академії, це надзвичайно всім цікаво. Ну, приїздять і рок-гурти, які виконують патріотичні пісні. І я так скажу, що з кожним роком це свято стає популярнішим.

Отже, хоча Програма молодіжної політики передбачає заходи, пов'язані з культурою та дозвіллям, здебільшого під ними мають на увазі національно-патріотичне виховання. Заходи такого вузького тематичного спрямування не можуть задовольнити потреби різних груп молодих людей.

Окремою ціллю молодіжної політики за напрямком «Неформальна освіта» було сприяння розвитку мережі молодіжних центрів. Це втілювалося у 2019 році з початком роботи першого Молодіжного центру у Хмельницькому. Центр працює як комунальна установа, а до його штату входять молоді люди, що є водночас членами громадських організацій і благодійних ініціатив. За словами працівни_ці органів влади, у Молодіжному центрі є працівни_ця, яка окремо відповідає за національно-патріотичний напрямок.

Підготовкою програми молодіжної політики займалося Управління молоді та спорту спільно з Управлінням освіти, Управлінням культури та іншими структурними підрозділами. За словами працівни_ці органів влади, для розробки програми використовували два ключові документи: державну цільову соціальну програму «Молодь України» та попередню Програму молодіжної політики, фізичної культури і спорту в Хмельницькому. Крім цього, працівни_ці управління, як і їхні колеги, теж збирали пропозиції громадськості, а саме молодіжних громадських об'єднань міста. Працівни_ця органів влади повідомила, що молодь залучали у різні способи:

Ми і на сторінці міської ради розміщали інформацію про те, що створюється програма, просимо активних долучитися. Також ті громадські організації, з якими ми співпрацюємо або про які ми знаємо, ми направляли їм електронною поштою листи для того, щоб вони подавали свої пропозиції. [...] Вони давали пропозиції, і те, що було важливо, також було включено до програми.

Цільові аудиторії культурних і молодіжних політик не є виокремленими у програмах — наприклад, за віком, гендером чи соціально-економічним статусом. Інформант_ки тільки зазначали, що їхня робота орієнтована переважно на місцевих мешкан_ок, а не турист_ок з інших міст України чи з-за кордону.

Більше того, житель_ок Хмельницького намагаються не розділяти на різні цільові аудиторії, прописуючи стратегічні документи чи програми заходів. Працівни_ця органів влади розповіла, що цільовою аудиторією заходів, які вони організовують, є **вся молодь міста** — але заходи відвідують також інші категорії населення. Таку стратегію визначення цільової аудиторії обрали, на думку інформант_ки, для більшого згуртування житель_ок міста і їхнього комфорту:

[...] ми намагаємося на заходах наших об'єднувати всю молодь і до неї долучати іще не молодь, а малюків, скажімо так. І щоб комфортно було і навіть старшим людям. [...] намагаємося об'єднувати їх, і щоб їм разом було комфортно.
Представни_ця органів влади

[...] якщо подивитися по статистиці мешкан_ок, то, в принципі, третина нашого міста — це молодь. Звісно, третина — діти, третина — дорослі, середній і старший вік. Тому... Все ж таки більшість заходів спрямовано на дітей і молодь.
Представни_ця органів влади

За словами працівни_ці органів влади, хоч і є заходи для вікової категорії від 14 років і до 35 років, але на практиці вони охоплюють і ширшу аудиторію. Тож ін-

формант_кам було складно навести приклад заходу для конкретної цільової аудиторії, що був би організований за кошти міського бюджету:

Але це не означає, що для людей середнього і старшого віку вони [заходи] не будуть цікаві, тому що, ну, вік — це взагалі стан душі... [...] не можна відділити, що цей захід у нас для молоді, а цей — для людей старшого віку. Ви знаєте, навіть рок-фестиваль збирає від дітей до людей надзвичайно такого старшого віку.

Представни_ця органів влади

Інша представни_ця органів влади підтвердила, що при створенні програми розвитку культури міста не було виокремлено заходів для молоді, але зазначила: нову програму планують писати «уже трошки по-іншому». Адже спеціаліст_ки організації, що займаються культурними проектами, за останні кілька років мали нагоду писати проектні заявки і в них чітко вказували вікові категорії, які планують залучати під час реалізації проекту. Також заклади культури дещо розвинули своє розуміння культурного менеджменту і необхідності працювати з конкретними аудиторіями:

Коли люди почали писати заявки, [...] культурні інституції, вони зрозуміли важливість, тобто, такої структурованої заявки, які мають бути цільові групи, для чого, яка мета практик, кількісні і якісні показники. Це, можливо, дало їм навіть більше бачення того, що вони отримають в кінцевому результаті.

Представни_ця органів влади

Як Управління культури і туризму, так і Управління молоді та спорту щороку складають і публікують паспорти бюджетних програм²⁸²⁹. Додатково управління культури публікує План роботи на рік і плани роботи на кожен місяць³⁰. За словами працівни_ці органів влади, попри те, що заходи мають відповідати п'ятирічній програмі, загалом можливе досить гнучке планування. У разі, якщо виникає ідея нового проекту і є можливість його реалізувати, програму діяльності можна доповнити, прийнявши відповідні зміни.

Представни_ця органів влади наголошувала, що вони заохочують молодіжні громадські організації подавати пропозиції до бюджету на тому етапі, коли складається його проект. Орієнтовно у жовтні-листопаді Управління молоді і спорту оголошує про збір таких пропозицій на наступний рік.

Представни_ця органів влади зазначила: хоча остаточне рішення про підтримку бюджету приймає міська рада на сесійному засіданні, вона не пригадує, щоб пропозицію громадськості відхилили. Також додала, що є декілька умов для того, щоб ідею громадської організації підтримали. По-перше, пропозиція має бути подана завчасно, оскільки в Управління обмежені ресурси і немає практики часто перепланувати роботу в межах року. По-друге, захід має відповідати стратегічним цілям розвитку міста і програмі розвитку культури:

Якщо це дійсно позитивний якийсь молодіжний захід, якщо він не пов'язаний із політикою, ні з алкоголем, ні з якими там забороненими речами, якщо він направлений на якийсь розвиток або дозвілля молоді, то ми зазвичай підтримуємо.

Представни_ця органів влади

28 <https://www.kult.km.ua/Publichni-dokumenti>

29 <https://molod-sport.khm.gov.ua/>

30 <https://www.kult.km.ua/Plani-roboti>

Для визначення культурних потреб житель_ок Хмельницького, зокрема молоді, немає окремої усталеної процедури. Загалом за безпосередньої ініціативи органів місцевого самоврядування регулярні обстеження рівня задоволеності культурним життям і можливостями дозволя у місті не відбуваються. За словами інформант_ок, були випадки, коли напередодні проведення якогось заходу, початку важливого проекту проводили опитування аудиторії сторінок у соцмережах або опитування через поширення онлайн-анкети:

[...] коли ми, наприклад, щось проводимо і в нас є певні сумніви, то ми запускаємо анкетування через Гугл-форму в соціальних мережах і в принципі отримуємо таку зворотну реакцію, як нам тут вчинити, і бачимо зріз, хто за що голосує. Тобто отаким чином, це найбільш така дієвіша форма дослідження чогось.

Представни_ця органів влади

Зокрема, відомо, що такі опитування проводилися для збору думок про перспективи розвитку муніципального кінотеатру ім. Т. Шевченка, розробку бренду міста та стратегії його промоції, а також для оцінки рівня життя у місті. За розробку й аналіз таких опитувань зазвичай відповідає одна з комунальних установ міста, що підпорядковується міській раді, іноді спільно з громадськими організаціями. Інша представни_ця органів влади розповіла, що для опитувань вони використовують різні методи — залежно від того, на кого спрямоване опитування. Серед методів називали вуличне опитування із залученням волонтер_ок:

Одне опитування ми на вулицях проводили теж, [...] ми все ж таки працюємо з аудиторією соцмереж, і це переважно більш молодші люди, середнього [віку] люди. А якщо ми хочемо знати потреби вже старшої аудиторії, то це виключно анкетування. Або метод інтерв'ю... У нас є територіальний центр, ми можемо їх [покликати] допомогти, вони працюють зі старшими людьми.

Втім, невідомо, чи при публікації результатів таких опитувань зазначаються методологічні обмеження. Зокрема про те, що у випадку проведення опитувань онлайн або на вулиці вкрай складно досягти репрезентативності, і таким чином думка респондент_ок, що взяли участь в опитуванні, не є думкою всіх хмельничан_ок.

Для визначення потреб молодих людей Управління молоді та спорту проводить моніторинг кількості відвідувань, який, втім, не ведуть систематично, а «при необхідності». Передусім це стосується різних секцій міського Центру по роботі з дітьми та підлітками за місцем проживання, яких у місті є близько 20:

Якщо ми бачимо, ага, секція, вона не користується популярністю, діти туди не ходять, то ми намагаємося її перетворити в секцію, яка на даний час вже більш популярна. По моніторах, по відвідуваності дивимося, що зараз цікаво дітям, підліткам, молодим людям, чим займатися.

Представни_ця органів влади

Інформант_ки називали інші способи, у які дізнаються про потреби мешкан_ок міста, які, втім, потребують більших ресурсних затрат з боку самих мешкан_ок. Наприклад, начальни_ця Управління культури і туризму двічі на місяць проводить прийом громадян_ок у Центрі надання адміністративних послуг, і таким чином, за словами інформант_ки, люди можуть звернутися з пропозицією. Загалом інформант_ки з міської ради висловили переконання, що вони «відкриті для спілкування». Працівни_ця органів влади вважає, що до них досить просто звернутися з

якимось запитом — особливо для тих, хто знає співробітництво особисто або раніше співпрацювали з місцевою владою:

Буває, що одразу з листом звертаються до нас. А буває таке, що звертаються на міську голову з листом, а воно вже далі спускається до нас. [...] Ті, хто вже зверталися через міського голову до нас і вже знають нас добре, то вони знають, що не потрібно навіть такий великий робити обхід.

Варто відзначити, що одним із найбільш часто використовуваних механізмів співпраці міської влади та громадськості є створення консультативно-дорадчих органів управління при виконавчих органах міської ради. Так, Громадська художня рада діє при Управлінні культури і туризму, а Молодіжна рада — при Управлінні молоді та спорту.

Ну, при всіх практично є громадські ради. Представники громадськості там якісь пропозиції свої, інколи вони вкладають, інколи просто сваряться між собою (сміється), по-різному буває.

Представництво органів влади

Одна з інформанток підкреслювала: попри те, що міська рада і мер міста були зацікавлені у створенні такого дорадчого органу, Громадська молодіжна рада як нова інституція створювалася вкрай повільно. Таку ситуацію інформантка пояснює передусім низькою активністю та зацікавленістю молодих людей і зазначає, що з часом вони змогли самостійно організуватися і нині працюють ефективно. До її складу входять представники органів учнівського та студентського самоврядувань, членкині молодіжних громадських організацій або тих, що працюють з молоддю.

Набирали один склад, там, 1-2 зібрання — нуль, нікого більше нема. Другий склад. Але от останні, кажу, 2-3 роки, ну, щороку ми робимо вибори до складу молодіжної громадської ради, обираємо голову, секретаря. Ну, зараз вона досить дієва.

Представництво органів влади

Інформантки також відзначали практику організації молодіжних слухань при міській раді, які є нагодою обговорити різні питання, що хвилюють молодих людей:

Робимо як мінімум раз на рік підсумкові збори молодіжних громадських організацій і активної молоді міста, щоб вітати їхні пропозиції, їхні бачення на наступний рік. А також щоб вони поділилися своїм досвідом роботи за поточний рік.

Представництво органів влади

В Управлінні культури і туризму меншою мірою говорили про громадську раду і зазначили, що загалом усі заходи проводять спільно з представництвом різних громадських організацій. Інформантка назвала організації, що працюють у сфері культури і мистецтва: ГО «Територія», ГО «В культуру через майбутнє», ГО «Відродження традицій Поділля», Місцевий творчий осередок Національної хореографічної спілки, а також організації, що працюють з вразливими групами: БФ «Карітас», БФ «Хесед Бешт», а також Спілку поляків України. Працівники органів влади навела приклад тісної співпраці з кількома із зазначених організацій у напрямку проведення великого кількденного музично-мистецького фестивалю:

Ми маємо досвід співпраці з організацією, яка називається «Територія». Це організація [...] вони запровадили відомий в Україні фестиваль «Республіка», і ось вже 3 роки поспіль цей фестиваль був перенесений у Хмельницький. І от ми тісно співпрацювали саме для того, щоб один із днів фестивалю, а потім і всі дні фестивалю зробити для хмельничан безкоштовними для відвідування.

Інша працівни_ця органів влади назвала лише одну організацію, з якою вони співпрацювали. За її словами, громадська організація «Світ без бар'єрів» звернулася до них з ідеєю створити інклюзивний майданчик для гри в бочче (боча). Представни_ці органів влади надали допомогу в створенні проекту, і зрештою майданчик встановили на території комунального спортивно-культурного центру «Плоскирів».

Як враховують потреби вразливих груп молоді при розробці культурних і молодіжних політик?

Можна стверджувати, що міські культурні програми і політики переважно не враховують потреби та інтереси вразливих груп молоді, так само немає і спеціальних програм, спрямованих на залучення вразливих груп до культурного дозвілля у місті.

Одна з інформант_ок згадувала, що в програмі розвитку Хмельницького прописані конкретні заходи для таких вразливих груп, як внутрішньо переміщені особи, люди похилого віку, малозабезпечені і люди з інвалідністю. Проте насправді заходи містяться у Плані реалізації стратегії та стосуються здебільшого соціального захисту: забезпечення житлом, покращення доступності до об'єктів соціальної інфраструктури міста, створення соціального таксі для людей з інвалідністю. Лише декілька з низки запланованих заходів частково стосуються дозвілля і культури вразливих груп. Це проведення культурних заходів для «інвалідів, ветеранів війни та праці, соціально незахищених верств населення», проведення зустрічей і культурно-мистецьких заходів для людей похилого віку та «залучення дітей, що потребують особливої соціальної уваги та підтримки», до занять у мистецьких і спортивних секціях (План дій з реалізації Стратегії розвитку міста Хмельницького на 2017–2020 роки, 2017).

Працівни_ця органів влади назвала такі групи, не згадані в Стратегії розвитку міста чи в Програмі розвитку міста у сфері культури: **ЛГБТКІ+, національні та етнічні спільноти, жінки**. За її словами, «такі моменти не прописуються у жодному документі».

Інша працівни_ця органів влади радше не була готова навести приклади програм для залучення вразливих категорій населення, аргументуючи це тим, що у них і так немає будь-яких перешкод:

Ну, щодо малозабезпечених, то у нас всі заходи безкоштовні, ми не беремо плату ні за які заходи. Щодо національних меншин маєте на увазі? Ну, я не знаю, у нас немає, якихось обмежень не встановлено.

Представни_ця органів влади

Одна із інформант_ок натомість висловила впевненість, що потреби вразливих груп враховуються при написанні тих проєктів, які фінансують фонди чи міжнародні донорські організації.

[...] майже всі проєктні заявки передбачають, навіть Українського культурного фонду, те саме Culture Bridges, то вони всі передбачають задоволення потреб вразливих аудиторій. Ми для таких людей окремо прописуємо заходи, як ми передбачаємо задоволення саме таких потреб, доступності. [...] Треба, наприклад, щоб була кількість жінок, які залучені в проєкті, дотримуємось.

Представни_ця органів влади

На думку працівни_ці благодійної організації, що працює з сім'ями у складних життєвих обставинах і людьми з інвалідністю, муніципальні громадські заклади не є достатньо доступними для людей з інвалідністю. Інформант_ка назвала Хмельницький інклюзивно-ресурсний центр № 1 як такий заклад, що найбільше відповідає потребам цієї групи. Також серед доступних закладів згадувала залізничний вокзал, деякі комунальні установи, структурний підрозділ Університету «Україна» (приватний ЗВО) та Молодіжний центр.

Згаданий інклюзивний центр працює лише для дітей дошкільного та шкільного віку³¹ й не залучає студентство та молодь, яка не навчається або завершила формальне навчання. Інформант_ка не змогла назвати жодного подібного простору для молодих людей, окрім хіба що новоствореного Молодіжного центру, який зараз лише розвиває інклюзивний напрямок. Тож інформант_ка додала, що необхідна ефективніша інституційна підтримка молоді з інвалідністю через те, що громадські організації своєю роботою не спроможні охопити всіх:

[...] здається, одного інклюзивного центру мало. Треба, щоб вони хоча би були в декількох районах. Для прикладу, в нас, умовно, 5 районів, щоб був такий інклюзивний центр, який працює по місцю проживання з тою чи іншою верствою населення, яка має інвалідність. Щоб вони просто мали якісь цінності і певний, так би мовити... координатора, який робив би для них ті чи інші проєкти в культурному напрямку.

Представни_ця органів влади

Попри брак комплексних політик, спрямованих на дозвілля вразливих груп, є приклади заходів, в рамках яких міська рада врахувала потреби деяких із цих груп і створила умови для їхнього культурного дозвілля. Представни_ця органів влади навела приклад залучення людей з інвалідністю до участі у фестивалі «MyFest», що вже двічі відбувався у Хмельницькому:

[...] в нас навіть були на вечірні дискотеки передбачені майданчики для людей з інклюзією, ну, підвищення, щоб вони могли побачити концерт зірок, скажімо так. Спортивні розваги також для людей з інклюзією. Ну, для візочників у нас були представлені... В нас у місті діє соціальне таксі для людей з інклюзією і їх доставляють на наші фестивалі, хто не може сам добратися. Розвозять по домам.

31 <https://khm.gov.ua/uk/content/pro-stvorennya-hmelnyckogo-inklyuzyvno-resursnogo-centru-no1-ta-zatverdzhennya-statutu>

Якою є інфраструктура культурного дозвілля міста?

Органи влади, громадські організації та молодь прагнуть змінити образ Хмельницького як «базарного» міста, де розвиток комерції переважає над іншими сферами, зокрема сферою культури. Це уявлення про місто виникло відносно нещодавно завдяки створенню наприкінці 1980-х років Хмельницького речового ринку. У програмі розвитку міста Хмельницького у сфері культури на період до 2020 року «50 кроків, що змінять місто» йдеться про необхідність у Хмельницькому «формування культурного простору як обласного центру Поділля, створення власного обличчя, нових культурних об'єктів, які зламали б стереотипне уявлення про нього як про “місто базарів”». Такі наміри можуть пояснювати той факт, що останніми роками у Хмельницькому зросла кількість масштабних культурних заходів, підтриманих органами місцевої влади. Містян_ки і представни_ці органів влади вважають несправедливим, що місто асоціюється з базаром:

Так сталося, що більшість вважає, що це базарне місто і так далі, хоча це є не так.

Чоловік, культура і креативність

Тісна співпраця органів місцевої влади і громадського сектору.

У Хмельницькому існує кілька муніципальних інституцій, які активно займаються розвитком міського простору, зокрема закладів культури. Комунальне підприємство «Агенція розвитку Хмельницького» спільно з громадською організацією ProProstir відповідають за трансформацію комунального кінотеатру ім. Т. Шевченка. У 2017 році вони провели громадські обговорення щодо майбутнього кінотеатру (Дядюк, 2017). Учасни_ці обговорень були солідарні у необхідності збереження кінозали, а також мали можливість висловити свої побажання щодо розвитку кінотеатру. Згодом робоча група з представни_ць ГО ProProstir, Агенції розвитку Хмельницького і Хмельницької міської ради розробила та представила концепцію розвитку кінотеатру (Концепція розвитку кінотеатру ім. Т. Шевченка, 2018). **Вона має сприяти перетворенню його на сучасний муніципальний центр дозвілля.**

У Хмельницькому є розвинена мережа закладів культури, багато фестивалів, які переважно організовані за підтримки органів місцевої влади («Respublica FEST», «TRANSLATORIUM», «Rock&Buh», «ART MAJOR SHOW», «Hlushenkov Folk Fest», «My Fest» (колишній «GreenFest»), «Джаз-фест Поділля»), громадські організації та комунальні установи, які займаються розвитком міського простору (ProProstir, Агенція розвитку Хмельницького). **Після розмов з молоддю, представни_цями органів місцевої влади і громадських організацій ми зробили висновок, що протягом останніх кількох років у Хмельницькому зросла і кількість, і якість культурних подій.** З іншого боку, на нашу думку, у місті бракує громадських організацій, ініціатив і просторів, які б займалися розвитком альтернативної культури, зокрема сучасного мистецтва.

Окрім муніципальних закладів культури, одними з основних публічних просторів Хмельницького, де відбуваються культурні події, такі як фестивалі або кінопокази, є парк «Молодіжний» і площа перед кінотеатром ім. Т. Шевченка. У 2020 році архітектор_ки rd architectural group (співзасновни_ці цього бюро є також представни_цями громадської організації ProProstir) представили проміжний проект-концепцію оновлення парку «Молодіжний», яка стала продовженням попередньої концепції, так само розробленої громадською організацією ProProstir спільно з 20 архітектор_ками з України під час архітектурного воркшопу. Це, по-перше, знову підтверджує нашу тезу про те, що органи місцевої влади активно

залучають громадський сектор задля розвитку міського простору, а по-друге, демонструє прагнення органів місцевої влади трансформувати міське середовище у більш комфортне для мешкан_ок міста.

На відміну від Херсона й Івано-Франківська, у Хмельницькому вже існує муніципальний молодіжний центр, де відбуваються культурні події для молоді. Однією з цілей молодіжного центру є «створення умов для змістовного відпочинку та дозвілля молоді». Під час ФГД кілька молодих людей говорили про молодіжний центр як про місце, де часто відбуваються культурні події, і згадували про власні відвідування цього простору. Крім того, представни_ці кількох закладів культури наводили позитивні приклади співпраці їхніх інституцій з молодіжним центром. Окрім культурних заходів, у молодіжному центрі постійно відбуваються правозахисні й екологічні події, а також інклюзивні заходи для молодих людей з інвалідністю.

Вони коли ще не мали приміщення, в нас багато часу проводили. Вони були на відкритті, і в них був постійний час свій, кружки і чай. [...] Ну, вони потужно працюють, в них є своє приміщення, є своя діяльність, тому ми в дуже гарних стосунках. Вони нас запрошували на навчання, [...] ось ходили нещодавно. Представни_ця закладів культури

У нас є молодіжний центр. Це тепер, наскільки я розумію, комунальна установа, але роблять і молодь, і громадська організація «Молодь за краще майбутнє». Вони постійно проводять молодіжні якісь заходи. І вони розраховані чисто на молодь-молодь. Тобто на молодь-студентство, на молодь-школярів [...] Чого раніше, наприклад, не було, коли я навчався. Або менше, скажімо, було таких речей. І вони постійно проводять різні заходи на тему, там, професійної освіти, на тему саморозвитку, якихось лідерських навичок, медійної освіти і так далі. Представни_ця органів влади

У Стратегії розвитку Хмельницького зазначено, що за результатами соціологічного опитування, проведеного у 2016 році³², однією з найпопулярніших відповідей на запитання про те, що мешкан_кам Хмельницького найбільше подобається у цьому місті, був варіант

«наявність місць для проведення дозвілля, культурного та активного відпочинку (культурно-розважальні, освітні, спортивні заклади, торгово-розважальні центри, заклади харчування тощо)».

Яка роль подій / фестивалів / ярмарків у дозвіллі молоді?

На думку більшості учасни_ць усіх ФГД, у Хмельницьку вистачає культурних заходів для молоді, зокрема тих, які організують органи місцевої влади. Деякі учасни_ці говорили, що у місті замало культурних подій, а тому обирати

32 Попри наявність такого опитування, його репрезентативність може бути суперечливою, оскільки у Стратегії вказано, що «за допомогою громадських організацій та навчальних закладів міста розповсюджено 2300 анкет, а також розміщено google-форму анкети в мережі Internet (до Хмельницької міської ради надійшло 2026 заповнених анкет)».

між різними варіантами зазвичай немає можливості. Однак переважно молоді люди позитивно оцінювали якість організації цих подій і загалом відзначали, що протягом останніх кількох років кількість і якість проведених у Хмельницькому культурних подій зростає. Вони також описували Хмельницький як «фестивальне місто». Серед позитивних прикладів масових культурних заходів називали фестивалі «Respublica FEST», «Rock&Buh», «Hlushenkov Folk Fest», «My Fest», «Джаз-фест Поділля», святкування до Дня міста, ярмарки різдвяні, новорічні, великодні. З іншого боку, частина учасни_ць критично оцінювали святкування, такі як День міста або День Незалежності, говорили, що на достатньому рівні органи місцевого самоврядування спроможні проводити лише державні святкування.

Наша міська рада на такі заходи бере дуже багато участі і дуже багато планують різних заходів, такі як ярмарки, концерти, то коли в нас є вільний час, то ми намагаємось туди йти, одразу біжимо.
Жінка, культура і креативність

В загальному хочу сказати, що Хмельницький стає таким культурним містом, чого не було ніколи. Я думаю, за останні п'ять років він став на рівень культури набагато вище.
Чоловік, культура і креативність

Ті фестивалі, які проводять як раз владою, наприклад, ті самі День міста або День Незалежності, це їхній максимум.
Чоловік, сфера послуг

Молоді люди на ФГД схвально відгукувалися про те, що більшість масових культурних заходів фінансово підтримують органи місцевої влади, що означає **безкоштовний вхід і може бути додатковим стимулом для молоді відвідувати культурні події**.

[Крім «Республіки»³³], всі інші фестивалі, вони відбувалися за підтримки міської влади, тому, в принципі, вони були безкоштовними. Фестивалі в нашому місті відбуваються безкоштовно [...]. Для молоді це плюс дуже великий.
Чоловік, культура і креативність

Я вважаю, що у нас у місті зараз дуже багато проводилося цікавих заходів, до карантину, які є безкоштовними. Це дуже важливо. Без проблем можна піти прогулятися із друзями і послухати цікаву музику улюблених виконавців.
Жінка, сфера послуг

На ФГД висловлювали запит на проведення більшої кількості гастрономічних подій і фестивалів. Також деякі учасни_ці, зайняті у сфері культури і креативності, говорили про брак заходів національно-патріотичного спрямування, які б, зокрема, були пов'язані з традиційною українською культурою. З іншого боку, органи міської влади та державні заклади культури активно розвивають цей напрямок, адже одним із напрямів програми «50 кроків, що змінять місто» є «культурна спадщина і традиції», а одним з його завдань — «відновлення та популяризація матеріального та нематеріального традиційного народного мистецтва». Крім того, у Програмі реалізації молодіжної політики та розвитку фізичної культури і спорту у м. Хмельницькому на 2017-2021 роки одним із пріоритетних напрямів роботи зі значним бюджетним фінансуванням є «відродження національно-патріотично-

33 Фестиваль, що проходить у Хмельницькому й Кам'янці-Подільському.

го виховання, утвердження громадянської свідомості і активної позиції молоді». Тому наявність незадоволеного запиту на заходи, пов'язані з традиційною культурою і мистецтвом, може означати, що органи місцевої влади або недостатньо поширюють інформацію про організовані за їхнього сприяння події, або якість цих подій не є достатньо високою для залучення молоді аудиторії.

Перше припущення щодо заходів традиційної культури частково підтверджується тим, що деякі учасни_ці ФГД говорили про брак джерел інформації про події, що відбуваються у місті, і висловлювали запит на збільшення кількості таргетованої реклами, створення веб-порталу, де б містилася інформація про культурні заходи (проте такий сайт вже існує³⁴, що може означати брак комунікації про це джерело інформації з боку його розробни_ць і команди). Загалом учасни_ці ФГД згадували про додаток MyCity, сайт www.0382.ua, офіційні сторінки міської ради у соціальних мережах як позитивні приклади комунікації про культурне життя міста від органів місцевої влади. Також говорили, що про події у місті дізнаються зі сторінок «Хмельницький LIVE» (Facebook, Telegram), «Типовий Хмельницький» (Facebook), «Хмельницький News» (Facebook), чатів у Viber, постів місцевих блогер_ок, репостів друзів і знайомих у соціальних мережах, міських афіш, радіо.

Можна зробити якийсь сайт офіційний, на якому буде детальна інформація про кожний фестиваль, який в якомусь часі буде проводитись.
Чоловік, сфера послуг

У містян_ок також є запит на посилення безпекових заходів під час проведення масових культурних подій. Жінки, які брали участь у ФГД, зокрема ті, що мають дітей, згадували, що під час таких заходів інколи відчувають дискомфорт і переживають за безпеку свою і своїх дітей через велику кількість людей у стані алкогольного сп'яніння, переважно чоловіків. Одна учасниця зазначала, що навіть збільшення кількості поліції могло б не вплинути на покращення ситуації, оскільки попри те, що зараз під час масових культурних заходів поліції зазвичай достатньо, це не робить ці заходи безпечнішими. Одним із місць, де ризик натрапити на людей у стані алкогольного сп'яніння під час культурних заходів є вищим, називали пляж у парку «Молодіжний».

З приводу цих [подій], що на пляжі відбуваються, я на них рідко коли ходжу. І мені ось там атмосфера не дуже подобається. [...] Певно, через те, що це є пляж. Це не є центр міста. Якось там більше люди розслабляються. І стає більше таких неконтрольованих компаній, які просто несуть якусь небезпеку для тебе.
Жінка, IT

Працівни_ці органів місцевого самоврядування неоднозначно оцінювали достатність можливостей для культурного дозвілля у Хмельницькому. Під час інтерв'ю говорили, що протягом останніх кількох років у місті з'явилося більше культурних подій, а отже, і можливостей для населення, зокрема молодих людей, проводити вільний час у публічному просторі. З іншого боку, одна з працівни_ць органів влади зауважила, що можливостей для молоді якісно проводити дозвілля

34 Йдеться про сайт www.0382.ua, створений за підтримки органів місцевої влади.

все ж бракує, а це є одним з чинників, що посилюють міграцію молодих людей з Хмельницького.

Останні 3–4 роки наша молодь, я думаю, дуже класно має можливості для розвитку, для відпочинку, для розширення кола знайомств.

Представни_ця органів влади

Взагалі все, що стосується дозвілля, звісно, недостатньо. Потрібно робити ще, хоч ми багато робимо, в порівнянні з попередніми роками. Але чи цього достатньо? Ні, ще не достатньо. Тому що якщо молодь досі обирає, наприклад, інші міста для того, щоб туди, навіть інші країни для навчання, то теж ми недопрацьовуємо.

Представни_ця органів влади

Учасни_ці кількох ФГД говорили про брак заходів, які б були пов'язані з альтернативною культурою, на прикладі музичних субкультур (ймовірно, це пов'язано з тим, що на ФГД, де обговорювали це питання, було більше представників музичної сфери), а також інституцій і просторів, які б займалися розвитком сучасного мистецтва. Запит на альтернативні культурні події та інституції висловлювала незначна кількість людей. Це може бути пов'язано з загальним браком таких заходів та інституцій у Хмельницькому, оскільки діяльність таких організацій і просторів могла б бути для молоді прикладом і сприяла б формуванню у них запиту на схожі події або інституції.

Суть у тому, щоб були якісь площадки або якась підтримка проведення якихось фестивалів важкої музики, наприклад. [...] Тобто хіп-хоп якісь фестивалі, реп-фестивалі. Звісно, аудиторія набагато менша, але це можна також все ж таки проводити. Але в менших масштабах, але щоб була якась підтримка для субкультур музичних.

Чоловік, культура і креативність

Чи задовольняє наявна в місті культурна інфраструктура потреби молоді у дозвіллі та відпочинку?

Бібліотеки. Більшість інформант_ок згадували, що відвідували бібліотеки ще в школі або в університеті з метою навчання — через це бібліотеки переважно асоціювалися в учасни_ць ФГД з читанням книжок, а не з відвідуванням культурних заходів. Саме тому деякі учасни_ці казали, що для них бібліотеки втратили актуальність, адже книжки вони можуть купити в магазині або прочитати онлайн. Однак були й молоді люди, які відвідують бібліотеки — згадували Хмельницьку обласну універсальну бібліотеку, Хмельницьку обласну юнацьку бібліотеку та Хмельницьку обласну бібліотеку для дітей. Серед заходів відзначали книжкові презентації, виставки картин, а також розмовний клуб англійської мови в рамках проекту «Вікно в Америку». Деякі учасни_ці вказували, що не чули про події, організовані в бібліотеках. З одного боку, це може свідчити про недостатню комунікацію діяльності бібліотек. З іншого, ці події можуть бути нецікавими для молодих людей.

Кінотеатри. Під час ФГД інформант_ки згадували про всі кінотеатри, які є у Хмельницькому: приватні «Мультиплекс» в ТЦ «Оазис» та «Смарт-сінема», а

також комунальні «Планета» та «Кінотеатр ім. Т. Г. Шевченка». Загалом інформанти_ки обирають кінотеатри за кількома критеріями: загальний стан кінотеатру, інфраструктура, цінова політика, різноманіття сеансів, розташування. Найчастіше молоді люди вказували, що відвідують кінотеатр «Мультиплекс» в ТЦ «Оазис». Серед переваг називали сучасний дизайн, можливість прийти зі своєю їжею, купити квитки онлайн і кращий асортимент фільмів. Однак деякі з них відзначали й недоліки, зокрема високу вартість квитків і велику кількість людей на окремих сеансах.

Кінотеатр сучасний, гарне зображення, дійсно, є атмосфера кінотеатру, якщо порівнювати з кінотеатром Шевченка, де нас було четверо на весь зал, двоє пішли, і ми залишилися взагалі одні. Але це також індивідуально. Мені подобається і звук, і якість, і обслуговування. Можна там докупити деякі продукти харчування. Зручно, в плані, інтер'єр гарний. Подобається. Місце розташування хороше, є парковка біля ТЦ «Оазис».

Жінка, сфера послуг

Щодо приватного кінотеатру Smart Cinema в ТЦ WoodMall відзначали схожі позитивні сторони. Натомість вказували на доволі дорогу вартість квитків і незручне розташування: кінотеатр знаходиться на околиці міста, і туди зручніше добиратися за наявності приватного авто.

Незручно, так. Туди [до кінотеатру Smart Cinema] і маршрутки не ходять. Якщо в тебе немає машини, взагалі якось не дуже хочеться туди їхати. І там проблема з прем'єрами, проблема з цінами. Поки що WoodMall, ну, я один раз прийшов туди на кіно, не пам'ятаю, яке конкретне, мені сказали, що ціна 250 гривень. І, відповідно, після цього я більше туди не заходив.

Чоловік, культура і креативність

А от щодо кінотеатрів «Планета» та «Кінотеатр ім. Т. Г. Шевченка», навпаки, зауважували низьку та доступну ціну, невелику кількість людей та високу якість кінопоказів. Щодо «Кінотеатру ім. Т. Г. Шевченка» також відзначали, що там привітний і приємний персонал. Натомість недоліки в комунальних кінотеатрів доволі схожі: **старий інтер'єр, незручні стільці, низька температура взимку, маленький вибір кіносеансів**. Про «Планету» також відзначали погані умови у вбиральнях.

Так само можу сказати про «Планету». Там максимально незручні стільці. Якщо ще зал, там є якісь різні зали, якщо це зал, де дивани стоять, то ще можна туди сходити. А якщо там, де стільці, вони також дуже тверді, і відстань між ними дуже маленька. Неможливо просто досидіти, хочеться вже встати і піти. Здається, що краще вже переплатити за той «Смартсінема» чи «Мультиплекс», але не мучитись.

Жінка, IT

Річ у тім, що в «Мультиплексі» є кілька залів і є вибір. А в Шевченка, грубо кажучи, там один сеанс, другий і третій. Все. Тобто там один зал і там одні умови, які ти або приймаєш або не приймаєш. Тобто ти або йдеш туди, або ти говориш: «Ні, я піду в інше місце». І виберу якийсь інший зал, інший кінотеатр чи інший спосіб розважитися, так, там, кудись в парк піду гуляти, припустимо. Не піду в кінотеатр.

Чоловік, культура і креативність

Музеї. Найчастіше учасни_ці ФГД розказували, що відвідували Музей-студію фотографії та Художній музей — ходили на різні виставки картин та фоторобіт, презентації книжок. А також вони згадували інші музеї: краєзнавчий, Музей про-скурівського підпілля, Музей науки і техніки «Еврика». Останній, до речі, є при-ватним, і хоча квиток туди недешевий, молоді люди вказували, що він коштує цих грошей через цікаву експозицію.

Ми були з друзями [в художньому музеї]. Нас було всього чотири людини. Я так розумію, у нас музеї також не користуються попитом. Це була виставка чорно-білої фотографії. Це було шикарно, насправді. Так сталося, що ми були вчотирьох, нам провели повну шикарну екскурсію і це коштувало, я не пам'я-таю, чи 30, чи 40 гривень. Така символічна ціна. Але той, хто цінує фотомисте-цтво, взагалі художнє мистецтво, варто відвідувати такі заходи.
Жінка, сфера послуг

Там [в музеї «Еврика»] багато експонатів красивих, ілюзія, головоломки. Кімната дзеркальна цікава є. Глобус красивий, він світиться. Варто відвідати. Гарний музей.
Жінка, сфера послуг

Водночас частина інформант_ок розказували, що відвідують музеї в інших мі-стах України або за кордоном, але не ходять до місцевих. Простежувалася й пев-на усталена думка про те, що у своєму місті не цікаво відвідувати музеї, на відміну від інших міст. Відвідувати музей востаннє учасни_ці дискусій могли ще під час навчання в школі або в університеті. Можна припустити, що це також пов'язано з тим, що походи в школі були обов'язковими, і через це в інформант_ок **залиши-лися про них неприємні спогади.** Також причиною може бути те, що не в усіх музеях періодично оновлюються експозиції або з'являються приїжджі виставки. Однак також треба зауважити, що є й інформант_ки, яким просто не цікаво відві-дувати музеї.

Я зазвичай музеї відвідую, але не пригадую, щоб у нашому місті була. Ми з хлопцем були у Чернівцях, у Києві, у Вінниці, але чомусь навіть не у нас. У мене хлопець місцевий, він каже, що немає нічого цікавого у нашому місті. Я не можу сказати, не знаю. Ми зазвичай відвідуємо в інших містах, коли ми по-дорожуємо. А тут ми зазвичай відвідуємо або виставки-ярмарки, або просто ярмарки. Ось так чомусь, саме у нашому місті.
Жінка, сфера послуг

Попри це, учасни_ці ФГД висловлювали запит на появу інтерактивних форматів у музеях, а також ілюстрації сучасного мистецтва — як приклад деякі наводили PinchukArtCentre у Києві.

Театри. Учасни_ці ФГД згадували про всі театри, які є у Хмельницькому: Хмельницький обласний український музично-драматичний театр ім. М. Старицького, Хмельницький академічний обласний театр ляльок та міський мо-нотеатр «Кут». Молоді люди відвідують їх радше ситуативно — коли побачили ре-кламу або розказали друзі. Звісно, були й ті, хто в театрі був ще під час навчання в школі або в університеті, і після цього вже не часто відвідували театри. На думку деяких учасни_ць ФГД, така **практика примусових візитів радше зменшує ба-жання ходити в театри в майбутньому.**

Просто таке враження, особливо після шкільних років, коли просто заганяють якось примусово і немає дисципліни цієї. І це якийсь такий час, який асоцію-

ється з якоюсь нудьгою, а не з якимось цікавим проведеним часом з користю. І щоб це було не гірше, ніж похід в кінотеатр. Оці стереотипи, які так закарбувалися в пам'яті, воно трошки заважає. Але бажання сходити на якийсь класний концерт чи виставу є.
Жінка, IT

Примітно, що представни_ці сфери культури та креативності були більше пов'язані зі сферою театру. Зокрема, деякі інформант_ки відвідували театральні репетиції під час навчання в профільних закладах або працювали в театрі. Але не можна сказати, що це вплинуло на їхнє сприйняття і відвідування театру – вони так само переважно ходять на те, що привернуло їхню увагу або порадили друзі.

Найчастіше згадували та схвально відгукувалися про театр ім. М. Старицького. За словами інформант_ок, їм подобається у театрі сама атмосфера, інтер'єр, тематика вистав та акторська гра. Деякі з них зазначали, що відвідували не класичні вистави, а молодіжні, і висловлювали запит на частіший показ таких вистав. За словами учасни_ць ФГД, квитки у цей театр на звичайні вистави стали доступнішими фінансово. Натомість якщо приїжджають якісь зірки або гастролери з інших міст, то ціна на квитки значно підвищується.

Він не дуже осучаснений, але, як на мене, має досить, ти туди заходиш і розумієш, що це театр. Я не скажу, що він супер новий, обладнаний, ні, цього немає. Але він достойно виглядає. Принаймні коли я була, на мою думку, це так.
Жінка, сфера послуг

Двічі мені доводилося бути на виставі, але вистава була така, суто молодіжна. Я хотіла сказати, що дійсно я отримала задоволення, і хотілося б, щоб таких вистав було більше. Щоб вони були суто на сучасну тему, такі, навіть можна сказати, що там була не зовсім цензурна лексика, але ось на цій виставі подавалися проблеми сучасної молоді, і дійсно, ця вистава мене захопила. Особисто мені хотілося б більше таких вистав відвідати.
Жінка, культура і креативність

Серед переваг монотеатру «Кут» відзначали незвичний формат театру одного актора, гру актора та саму тематику вистав. Йшлося також про низькі ціни та організацію благодійних заходів. Ляльковий театр переважно відвідують лише ті, в кого є діти.

Інші культурні інституції. Серед інших культурних закладів найчастіше згадували Хмельницьку обласну філармонію, Культурний центр Реріха, Подільський культурний просвітницький центр та Народний дім «Просвіта».

Молоді люди на ФГД озвучували як загальні проблеми закладів культури, наприклад, **осучаснення методів роботи**, так і більш конкретні – **оновлення рекламних стратегій**. Зокрема, на їхню думку, банери на стовпах не привернуть увагу молоді, натомість треба більше працювати з соціальними мережами і з диджиталом самої реклами. Можна припустити, що молодим людям важко було назвати конкретні недоліки, бо вони не так часто відвідують бібліотеки, театри і музеї. Адже, наприклад, щодо кінотеатрів вони могли описати наявні проблеми і недоліки. Відповідно, молоді житель_ки не дуже обізнані щодо того, якими мають бути заклади культури, бо не мають достатньої бази порівняння. Через це їм може бути важко сформулювати конкретні запити та проблеми, які існують з культурним дозвіллям у Хмельницькому.

Як працюють державні та комунальні заклади культури?

Працівни_ці закладів культури здебільшого зазначали, що орієнтуються на широку аудиторію — від дітей до людей похилого віку. Основна аудиторія, яку охоплюють майже всі заклади культури, — це діти, підлітки та студентська молодь. Це можна пояснити тим, що в деяких закладах є окремі програми співпраці з навчальними закладами. Група, яка трохи менше відвідує — люди старшого (від 35–40) і третього віку. **Найменше відвідують заклади культури молоді люди**, причому для різних вікових категорій можуть бути різні причини. Наприклад, деякі вказували, що до них менше ходить студентська молодь. На думку працівни_ць, це може бути зумовлено **нав'язливим відвідуванням театрів і музеїв під час навчання у школі**. Така практика радше може сформувати відразливе ставлення до цих закладів. З іншого боку, працевзайнята молодь може мати недостатньо вільного часу через роботу або наявність дітей.

Мені важко говорити. Розумієте, є така тенденція: багато людей ображені театром. В якому плані? Мають якусь певну травму з дитинства. Я взагалі вважаю, що ця індустрія, коли беруть школярів, насильно їх заганяють до театральної зали і показують їм виставу, яка їм в більшій мірі нецікава... Є діти, яким цікаво, але інші кричать, галдять, не дають слухати. І йде з дитинства (я пам'ятаю по собі) певне таке відношення, що там нічого хорошого немає. Тому людина, коли виростає з свого дитячого віку і стає більш дорослішою, то у неї є певний стереотип, що в театрі показують якусь фігню, нецікаво і нікому не потрібно.

Представни_ця закладів культури

На думку деяких інформант_ок, заклади культури більше відвідують жінки. За даними проекту «Гендерно-орієнтоване бюджетування у сфері культури», у Хмельницькій області бібліотеки більше відвідують жінки (60%) у порівнянні з чоловіками (41%) (Кисельова, 2020). За словами представни_ць закладів культури, відвідувач_ки можуть відрізнитися в різні дні тижня: в будні дні приходять турист_ки або переважно непрацевзайняті люди (школяр_ки, студент_ки, пенсіонер_ки), натомість на вихідних приходять працевзайняті та люди з дітьми. З іншого боку, відвідуваність певних груп залежить також від тематики конкретного заходу.

Доступ маломобільних груп до закладів культури є обмеженим. Проблема полягає в тому, що навіть у ті заклади, де є пандуси, люди на візках не можуть потрапити самостійно і потребуватимуть сторонньої допомоги. Деякі працівни_ці культури аргументували це тим, що заклади розташовані в історичних будівлях, де важко та дорого облаштувати якісні пандуси. В деяких закладах немає сходинок і, на думку працівниць, немає обмежень для людей з порушеннями опорно-рухового апарату. Водночас вони зазначали, що надавати таким людям допомогу, щоб вони могли потрапити до їхнього закладу, все ж доведеться. Однак у деяких закладах все ж планують робити більш зручні оснащення — наприклад, ліфти. За словами представни_ць громадського сектору, Хмельницький обласний академічний театр і Хмельницький міський монотеатр «Кут» не є доступними для людей з інвалідністю, дещо кращою є ситуація з доступом до філармонії та окремих приватних закладів (паби, кав'ярні).

Крім цього, деякі заклади культури проводять безкоштовні події для людей з порушеннями зору. В одному з місцевих музеїв є аудіогід для людей з порушеннями зору, але він доступний лише в постійній експозиції.

І через цей чорний вхід можуть такі люди заїхати. Порогів немає. Щоб все дійсно відповідало нормам, то такого немає. Але можна проїхати.
Представни_ця закладів культури

Ми знаходимося на першому поверсі, і у нас немає ніяких сходинок, тому як би немає ніяких перешкод, щоби потріпити до нашоо музею. Є, наприклад, на вході дзвіночок, який для виклику працівника. Тоді людина, у якої є фізична вада, чи та, що не може відкрити двері, то працівник може... ну, вийти зовні, провести людину всередину. Тут немає ніяких обмежень для людей з обмеженими можливостями.
Представни_ця закладів культури

Для розширення своїх аудиторій і залучення нових відвідувач_ок заклади культури запрошують письменни_ць, художни_ць, організують виставки й авторські екскурсії, намагаються експериментувати з наповненням, форматами, приймають у себе фестивалі. Працівни_ці деяких закладів наголошували, що вони намагаються не лише виконувати свої «традиційні функції», а й слугувати культурними центрами.

Ми якраз робимо ставку на те, що музей — це культурна платформа. Це платформа для діалогу і різних поколінь, і людей з різним бекграундом, тому ми запрошуємо, наприклад, на різні зустрічі художників з людьми, які не дотичні до мистецтва, щоб вони ділилися своїм досвідом і професійним, і культурно-мистецьким.
Представни_ця закладів культури

Рішення щодо тематичного наповнення та проведення подій приймають самостійно працівни_ці з різних підрозділів культурних закладів. Хоча органи влади здебільшого прямо не впливають на формування наповнення закладу, деякі інституції **радіяться з Управлінням культури про проведення тих чи інших подій.**

Ми радимося відповідно до того, що ми будемо проводити, яку фотовиставку, чи ці роботи можна експонувати у нашому музеї чи не можна. [...] Це може бути або наш профільний спеціаліст, або начальник управління культури. Ось.
Представни_ця закладів культури

Для того, щоб заохотити ходити молодь, в тому числі працезайняту, деякі заклади проводять заходи в позаробочий час про сучасне мистецтво. Однак деякі представни_ці інших закладів зауважували, що **не завжди можуть собі дозволити проводити заходи після 18:00 — це може бути небезпечно як для відвідувач_ок, так і для працівни_ць закладу, які пізно звільнятимуться після роботи, через незадовільний стан безпеки в окремих районах міста.** Водночас вони зазначали, що все ж можуть зробити виняток для якогось цікавого заходу і провести його ввечері.

Але після шостої? Ну, щоб вам пояснити, в нас не всі заклади, скажімо так... від фонаря ми. І в нас після п'ятої, особливо в темний період часу, треба вже брати дробовик і відбиватися від алкашів. То це дуже проблематично. Навіть є умова з поліцією, що вони будуть заїжджати.
Представни_ця закладів культури

Іншим способом розширення аудиторії закладів культури є різні канали комунікації — як офлайн, так і онлайн. Зовнішня реклама — це переважно банери та афіші,

розвішані в місті та в самих закладах культури і в будівлях органів влади, ролики на рекламних екранах. Використовують також рекламу на місцевих радіостанціях, телеканалах і газетах. Не менш важливими каналами є сайти та соціальні сторінки закладів: в основному використовують Facebook, рідше — Instagram. Одна з працівни_ць розказала, що використовує аудиторію особистої сторінки в мережі Facebook для популяризації свого закладу культури.

Щодо ефективності способів донесення інформації до цільових аудиторій думки були різними. Одні казали, що зовнішня реклама є більш ефективною, бо її бачать усі, а інші вказували на переваги соціальних мереж, зокрема, таргетованої реклами. «Сарафанне радіо» також є одним з ефективних методів популяризації закладу. Однак, за словами однієї з працівни_ць інституції, для того, щоб люди почали одне одному радити якийсь заклад або події, недостатньо самої лише реклами. Набагато важливішим є наповнення та якість запропонованих культурних активностей, які мають задовольняти відвідувач_ок. З цього можна зробити висновки, що закладам культури важливо не лише розвивати комунікаційні стратегії, а й працювати над дослідженням і задоволенням культурних потреб житель_ок.

Яка б не була реклама класна, всюди вона, вона офігезна і т. д., але якщо вони прийдуть і побачать те, що більшому процентному відношенню залу не сподобається, то вони потім не прийдуть. Мені здається, що гарна вистава — найкраща реклама.

Представни_ця закладів культури

Однак є і певні складнощі, з якими зіштовхуються працівни_ці культурних закладів у процесі комунікацій. Насамперед це брак окремих та **кваліфікованих комунікаційних менеджер_ок — плануванням комунікацій може займатися навіть керівництво інституції**. При чому основи онлайн-комунікацій — наприклад, SMM — деякі з них намагаються опанувати самостійно. На думку деяких представни_ць, рекламні дизайни, які вони використовують, є доволі застарілими. При чому цю думку підтверджували і на фокус-групах, що заклади культури потребують більш сучасної реклами. Серед іншого, також не вистачає грошей і на промоцію закладів культури.

Комусь окремо це в посадові не напишеш. В нас немає такої людини, що вона займається рекламою і, скажімо так, що це її обов'язки. Просто треба придивлятися до людини, яка телефон з рук не випускає, і їй давати таке навантаження.

Представни_ця закладів культури

Для того, щоб розширювати і покращувати роботу, деякі заклади культури залучають волонтер_ок — вони можуть бути з ГО або навчальних закладів і допомагати з організацією подій. Деякі відправляють своїх працівни_ць на курси підвищення кваліфікації — за їхніми словами, це відбувається регулярно, а курси тривають близько двох тижнів. Втім, на ці курси в основному ходять працівни_ці, які відповідають за технічне оснащення закладу. Загалом же працівни_ці інших закладів культури не згадували про практику регулярного підвищення кваліфікації серед своїх працівни_ць. **Для того, щоб залучити молодь, запрошують її взяти участь у конкретних заходах. Однак складно визначити, кого саме заклади культури мають на увазі під терміном «молодь».**

А якщо просто, там, презентація якоїсь книги краєзнавчої, то це треба добре постаратися, щоб молодь запросити. Хіба що ця молодь сама пише поезію. Ми залучаємо з нашими письменниками їх до збірок. Сьогодні презентували такий альманах, і якраз там є молодь, і вони сьогодні будуть присутні на презентації.

Представни_ця закладів культури

Недостатнє фінансування і пов'язані з цим інфраструктурні проблеми. Деякі працівни_ці закладів культури говорили про це з обережністю — ніби гроші виділяються в рамках можливостей, їх на щось вистачає, а на щось ні. Однак з відповідей робітни_ць стало зрозуміло, що є й конкретні проблеми, спровоковані браком коштів: брак ремонтів і матеріально технічного оснащення, недостатня кількість кваліфікованих працівни_ць і брак гідної заробітної плати. Більшість закладів культури, з представни_цями яких ми говорили, перебувають у незадовільному стані й потребують капітальних ремонтів. За їхніми, словами ремонти відбуваються нерегулярно і доволі вибірково.

Щодо ремонтів — у нас є страшні бібліотеки. В нас було прийнято, що будуть ремонти, 5 років, по три бібліотеки зробимо. Чомусь призупинилося, цього року на жодну не дали. Це мене також дуже турбує. Тому що так гарно розпочали, знаєте? Як в одній бібліотеці зробили ремонт, а в другій — ні, а я вимагаю зі всіх однаково. А там грибок, а там вже нові меблі і все сучасне.

Представни_ця закладів культури

Ще однією проблемою є недостатнє матеріально-технічне оснащення закладу — це залежить від конкретних потреб інституції. Наприклад, театри потребують зміни світла, проекторів, а бібліотекам потрібно закуповувати нові книжки.

Працівни_ця одного з музеїв скаржилася, що немає підтримки для оновлення і поповнення фондів — музейні експонати не реставруються. Також у закладів культури через брак фінансів немає можливості залучити сучасні інтерактивні методи подачі інформації, які б могли привабити більше відвідувач_ок — наприклад, створювати аудіогіди. Деякі працівни_ці також розказували, що через те, що їхні заклади не мають сучасного оснащення, відвідувач_ки віддають перевагу приватним закладам, які надають схожі послуги.

Тобто наші ці інновації в методах роботи з аудиторією, методах роботи з творами, вони стикаються з тим, коли шедевр висить на стіні, яка не ремонтувалася 35 років, ми можемо будь-що говорити, будь-як її підсвітлювати, будь-як переконувати. Ми не можемо закрити очі людей на те, що за картиною вони все одно побачать, як виглядає це все. Тому дуже багато проблем якраз у розвитку інституціональному.

Представни_ця закладів культури

Брак гідної заробітної плати спричиняє одразу дві складності: з одного боку, мольдь не хоче й не може собі дозволити працювати за такі маленькі гроші. З іншого — немає можливості залучити більш кваліфікованих працівни_ць. За словами деяких представни_ць, для виконання всіх завдань, які стоять перед інституцією, у них в принципі не вистачає людей: для такого обсягу роботи потрібен вдвічі або втричі більший штат. Також оплата праці є настільки низькою, що якщо працівни_ці не мають власного житла, їм може не вистачити коштів навіть на оренду житла.

Знову ж таки, проблеми які, ті, що молоді фахівці в мистецтві на сьогодні в Україні з'являються, але прийти до нас на роботу на 4000-5000 гривень вони не можуть собі дозволити. Це, безумовно, дуже низька оплата праці — це проблема. Якщо люди собі можуть дозволити, ще якісь додаткові джерела є, можливо, фінансування в сім'ї або заробітку, або ще щось, тоді це можливо.

Представни_ця закладів культури

Я по собі знаю, що дуже багато людей в нашому театрі молодих, перспективних, цікавих акторів. Вони їдуть у Польщу працювати на будівництві. Я питаю:

«Чому?». Вони кажуть: «У мене зараз буде дитина, і ця зарплата...». Окей, зарплата ще норм. «Я з села і в мене немає житла. А тут без житла просто ніяк». Це дуже нагальне питання. Мені здається, я бачу, що можна було б зробити кредити для молоді, навіть якесь службове житло.

Представни_ця закладів культури

Треба також зауважити, що деякі інституції намагаються самостійно робити невеликі ремонти, закуповувати книжки — вдається це робити коштом не місцевого бюджету, а з власноруч зароблених коштів, наприклад, за надання в оренду приміщень. Додаткове фінансування намагаються також залучати за допомогою грантів.

У нас дуже старе приміщення, ще з 40-го року, то тут є що змінити. Ми за період карантину своїми силами відновили фое, перефарбували, і, як казала, малюнок наніс художник-переможець. Але зовні — трошки страх! Можливо, цей момент якраз відлякує людей. Треба хоча б косметичний ремонт.

Представни_ця закладів культури

Ще однією проблемою є конфлікт поколінь: в інституціях працюють як молоді люди, так і люди старшого віку, і їм буває важко знайти компроміс між собою через різні погляди на розвиток закладу.

Під час глибинних інтерв'ю представни_ці закладів культури розповідали про співпрацю з управліннями культури як міської ради, так і обласної. При чому заклади обласного підпорядкування також співпрацюють з міською радою, адже розташовані безпосередньо у Хмельницькому. Про співпрацю з міським Управлінням культури і туризму здебільшого відгукувалися позитивно. Зокрема, там проводять щотижневі наради, під час яких збирають переважно управлінців закладів культури, і вони планують свою роботу. Іншим способом співпраці є бюджет участі — конкурс проектів, на який подаються заклади культури, що можуть реалізувати якусь ініціативу.

За їхніми словами, місцеві чиновни_ці є доволі відкритими: з ними відбувається регулярне спілкування в соціальних мережах, поштою тощо. Ба більше, так само відзначали і відкритість міського голови, до якого звертаються представни_ці закладів культури і можуть отримати відповідь. Деякі розказували, що коли до них в заклади приходять чиновни_ці, то працівни_ці намагаються акцентувати їхню увагу на наявних проблемах.

Якщо, наприклад, мер приходить до нас на захід, то я його швиденько веду і показую або так саджу, щоб він бачив, де в нас тече з потолка, з даху.

Представни_ця закладів культури

У контексті співпраці з місцевою владою часто згадували комунальну установу «Агенція розвитку міста». З нею культурні інституції також співпрацюють у різних форматах: агенція може підтримувати їх інформаційно, надавати консультації та планувати спільні проекти.

Одним із недоліків співпраці з міською радою називали незлагодженість процесів між самим чиновни_цями.

Іноді мені не вистачає інформації для прийняття рішень. Іноді ти приймаєш рішення, а потім виявляється, що воно не може бути підкріплене ні документально, ні фінансово. І ти просто не знаєш, куди ти витрачав свій час, енергію, і навіщо було це завдання.

Представни_ця закладів культури

Натомість про співпрацю з обласним Департаментом інформаційної діяльності, культури, національностей і релігій відгукувалися не так схвально. Зокрема, співпраця іноді є радше формальною через звітування. При чому, за словами представни_ці одного закладу культури, через коронавірус ця співпраця стала набагато меншою. Натомість в обласній раді також немає розуміння, чому деяким закладам потрібне фінансування. Крім цього, на думку представни_ць культурних інституцій, обласні чиновни_ці мають допомогти їм залучати фінансування.

Останній раз, наприклад, ми теж не просто собі таблички якісь вивішували, що треба зробити, зробити таку гарну і сучасну презентацію. Думали, що, можливо, не сприймуть. У результаті це були оплески. Сказали, що вперше був звіт бюджетної організації оплесками. Тобто «як це вам вдалось». Ми просто у поверпойнті зробили нормальну презентацію нашої роботи за рік, і це просто був фурор, ми їх розважили. [...] Але в результаті, чим закінчився цей звіт — тим, що ви і так гарно працюєте, нащо вам додаткові гроші. І тут виникає питання. Якщо так гарно звітувати, гарно впливати, тому дискусія, яка розвивається, нам треба дати ще гроші, щоб ми рухалися далі.

Представни_ця закладів культури

Одна з представни_ць закладів культури підкреслювала проблему з бюрократичними проблемами звітності. Зокрема, працівни_ці інституцій мають багато паперової роботи, яка займає час. Також від них вимагають здебільшого кількісні показники замість якісних.

Більше хочеться уваги приділити якості, ніж кількісним показникам. Кількісні, вони від цього не постраждають, але іноді те, що потрібно показати певну цифру, ти йдеш, робиш те, що не потрібно, або взагалі там щось потрібно вигадувати, знаєте? Замість того, щоб зробити щось корисне.

Представни_ця закладів культури

Досвід співпраці закладів культури і громадських організацій є різним. У деяких закладів така співпраця є рідкістю і відбувається за ініціативи ГО. А інші заклади, навпаки, самостійно шукають громадські організації та пропонують їм провести у себе події. До закладів культури звертаються організації, які працюють з окремими категоріями населення, благодійні фонди, молодіжні організації. Заходи здебільшого проводять для соціально незахищених категорій населення (наприклад, АТОВців). Водночас у деяких закладів є практика надання приміщень в оренду — як на безкоштовній, так і на платній основі. Безкоштовно надають можливості здебільшого для ГО, щоб вони могли цей простір використовувати як коворкінг. Натомість плату вони беруть з тих, хто має намір організувати комерційну подію. Таким чином, заклад, з одного боку, розвивається як соціокультурний центр, а з іншого — може залучити додаткове фінансування для власних потреб.

Висновки ●

Дозвілля є важливою складовою життя людини і певною формою самовираження. Якість і різноманітність дозвілля може впливати на здоров'я та відчуття добробуту людей. Сучасні підходи до вивчення дозвілля розглядають його не лише з точки зору вільного вибору й особистих зацікавлень людини. Дослідни_ці також звертають увагу на структурні передумови доступності дозвілля для різних груп людей. На те, яким є дозвілля людей, впливають різні фактори, зокрема сфера зайнятості та умови праці, кількість вільного часу, рівень доходу, гендер, вік, місце проживання, наявність і доступність інфраструктури для відпочинку і дозвілля.

У цьому дослідженні ми звернули увагу на дозвілля та культурні потреби молодих людей, які живуть у Херсоні, Івано-Франківську та Хмельницькому, а також працюють у сфері послуг, інформаційних технологій, культури і креативності. У фокус-групових дискусіях також брали участь студент_ки спеціальностей, які суміжні з цими сферами зайнятості. Крім цього, ми сфокусувалися на пріоритетах і процесах розробки культурних і молодіжних політик цих міст, а також описали деякі особливості роботи державних і комунальних закладів культури.

Дозвілля і відпочинок у молодих людей **не часто асоціюється з культурними подіями і закладами**. Відпочинок учасни_ці фокус-груп описували як простір для відновлення себе і власного ментального здоров'я. Вони також згадували, що відпочинок для них — це можливість не працювати і не думати про роботу. Частина молодих людей, які працюють у сфері послуг, згадували, що відпочинок для них — це задоволення базових потреб, наприклад, сон. Молоді люди, які працюють у сфері інформаційних технологій, зазначали, що іноді їхня робота і відпочинок не мають відмінностей. Крім цього, молоді люди майже не розділяли поняття «відпочинок» і «дозвілля». Однак деякі говорили, що відпочинок пов'язаний з відновленням і зазвичай відбувається у приватному просторі. Водночас дозвілля молоді люди пов'язували з публічними і громадськими просторами міст, а також із закладами культури.

Одним із факторів, які впливають на дозвілля молоді, є сфера, тип зайнятості та умови праці. Кількість вільного часу, який можна використати для дозвілля, залежить від тривалості робочого дня, фіксованості або гнучкості графіку роботи та інших умов праці. Так, люди, які працюють віддалено або є фрілансер_ками, говорили про те, що вони частіше проводять дозвілля вдома, адже в будь-який момент можуть отримати нове робоче завдання.

Для представни_ць так званих креативних індустрій, як і для працівни_ць сфери послуг, характерними є **тенденції до нестабільної зайнятості, стирання меж між роботою і вільним часом**. Молоді люди, які працюють у сфері культури і креативності, інколи ототожнюють роботу і дозвілля. Попри прекарні умови праці, вони схильні романтизувати свою роботу і сприймати її як покликання, яке приносить задоволення. Також вони скаржилися на різні об'єми роботи і доходи в різні періоди року, низьку заробітну плату в державних закладах культури. Люди, які працюють у сфері послуг, вказували на брак вільного часу та неможливість відвідувати публічні міські заходи, бо вони часто працюють у вихідні та святкові дні.

За результатами аналізу кількісних даних, у будні дні молоді люди у великих містах віддають перевагу приватному, домашньому відпочинку, а у вихідні частки тих, хто відпочиває вдома і поза домом, фактично зрівнюються. **Втім, відпочинок і дозвілля частіше сприймається як залишкове — час після роботи, навчання і хатніх справ**. Це проявляється і в тому, що серед усіх витрат зі свого бюджету молодь найбільше схильна економити на витратах на дозвілля (73%), відпустки і подорожі (71%). Найбільше молоді у великих містах проводять позаробочий час за **пасивним відпочинком**: хоча б раз на тиждень використовують інтернет (82%), слухають музику (67%), переглядають відео (55%) і телебачення (50%). **Порівняно набагато менше молоді принаймні раз на місяць відвідують кінотеатри (14%), концерти, театри і художні виставки (по 5%).**

Рівень доходу також впливає на способи проведення вільного часу серед молодих людей. За результатами аналізу кількісних даних ми помітили, що дозвілля людей з високим рівнем доходу є більш різноманітним порівняно з тими, хто заробляють менше. Серед молоді з доходом, вищим за середній рівень по Україні, досить велика частка (42%) читають книги протягом тижня. По мірі того, як зменшується рівень доходу, зменшується і частка жителів_ок, які займаються читанням. Проте серед респондент_ок з найнижчим рівнем доходу (менше за 2,5 тис. грн) читають майже так само багато, як і серед людей з найвищими доходами.

Варто також згадати про гендерні особливості дозвілля і вільного часу молодих людей. **Молоді чоловіки і жінки мають різну кількість вільного часу.** Наприклад, жінки займаються додатковою репродуктивною працею: хатні справи, догляд за дітьми. Вони частіше, ніж чоловіки, асоціюють відпочинок з часом, вільним не лише від роботи, а й від домашніх справ. Аналіз кількісних даних продемонстрував суттєву різницю між чоловіками і жінками у способах проведення вільного часу. 78% молодих жінок займаються турботою про житло після роботи. Водночас схожі обов'язки виконують лише 38% молодих чоловіків.

Відчуття безпеки по-різному впливає на дозвілля жінок і чоловіків. Жінки згадували, що після відвідування заходів увечері почуваються некомфортно, якщо повертаються додому наодинці. Молоді жінки також згадували про відчуття небезпеки під час відвідування масових культурних подій у містах, бо зазвичай на таких заходах вони можуть зустріти чоловіків у стані алкогольного сп'яніння. Крім цього, жінки говорили про те, що збільшення кількості поліцейських під час таких подій не впливає на їхнє відчуття захищеності та комфорту.

Ще однією відмінністю дозвілля жінок і чоловіків є різна **участь в активних видах відпочинку** — наприклад, у заняттях спортом. Під час фокус-групових дискусій чоловіки частіше, ніж жінки, згадували про спорт як частину дозвілля, а також говорили, що долучені до різних видів спорту. Для жінок заняття спортом є одним зі способів звільнитися від репродуктивної роботи вдома.

Наявність дітей є важливим чинником, який впливає на кількість вільного часу і дозвілля. Під час організації дозвілля молоді люди, які мають дітей, схильні передусім задовольняти потреби та інтереси дітей, і лише опісля дбати про себе. Чоловіки та жінки по-різному сприймали час, який вони проводять з дітьми. Жінки часто згадували, що їм доводиться виконувати різноманітні обов'язки з догляду — наприклад, відводити дітей у садочок. Жінки частіше, ніж чоловіки, зазначали, що «час для себе» є відпочинком не лише від роботи, а й від побутових справ і догляду за дітьми.

Сфера зайнятості, кількість вільного часу, рівень доходу, наявність дітей, долученість до культурного життя міста загалом впливають на потреби і запити молодих людей на проведення дозвілля. Молоді люди з різних сфер зайнятості в усіх містах висловлювали потребу в **альтернативній культурі**. Зазвичай під цим мали на увазі заходи, події або простори, які за тематичним наповненням або форматом будуть відрізнятися від наявних державних і комунальних установ. Іноді альтернативністю молоді люди називали відкритість закладів і просторів до співпраці та можливість ініціювати й організувати власні події.

З одного боку, молодь, яка працює у сфері культури і креативності, висловлювала детальні пропозиції, як можна розвивати альтернативне культурне дозвілля. Наприклад, у Херсоні люди, які займаються музикою, згадували про нестачу місць для репетицій і проведення подій. У всіх трьох містах учасни_ці ФГД згадували про брак подій, пов'язаних із сучасним мистецтвом, зокрема виставок, театральних вистав. З іншого боку, люди, які не працюють у сфері культури та креативності, а також не часто відвідують заклади культури, озвучували свої запити на альтернативну культуру по-іншому. Наприклад, деякі учасни_ці згадували про музеї воскових фігур або виставки ретро-машин. Опосередковано такі ідеї можуть

вказувати на незадоволення заходами і темами, які пропонують наявні заклади культури.

А також означає те, що під час розробки культурних політик і тематичного наповнення закладів варто досліджувати потенційну аудиторію і **працювати не над втіленням конкретних бажань, а над задоволенням потреб молодих людей.**

Молодь у всіх трьох містах озвучувала потребу в збільшенні кількості **некомерційних просторів — наприклад, для проведення власних заходів.**

Одним із прикладів таких місць є муніципальний молодіжний центр у Хмельницькому. Учасни_ці дискусій позитивно відгукувалися про цей простір, згадували про власний досвід відвідування. Водночас представни_ці закладів культури наводили приклади вдалої співпраці їхніх закладів і молодіжного центру. Крім культурних заходів, у молодіжному центрі постійно відбуваються правозахисні й екологічні події, а також інклюзивні заходи для молодих людей з інвалідністю. Під час дискусій у Херсоні та Івано-Франківську молоді люди згадували про потребу відкрити схожі муніципальні молодіжні центри у їхніх містах. Також вони говорили про те, що творча молодь має обмежений доступ до професійних мистецьких платформ.

Державні заклади культури здебільшого асоціюються у молоді з **масовою культурою, яка доступна широким групам населення.** Натомість недержавні культурні інституції часто пов'язують з **експериментальними мистецькими форматами.** Ще однією особливістю недержавних закладів культури, про яку згадували в Івано-Франківську, є **існування спільнот** довкола таких місць. Водночас державні та комунальні заклади часто не є такими центрами тяжіння і не згуртовують довкола себе людей.

Загалом більшість учасни_ць фокус-групових дискусій говорили, що **інфраструктури для дозвілля і відпочинку в їхніх містах достатньо.** Проте представни_ці громадських організацій і деякі молоді люди, які працюють у сфері культури, зазвичай критично оцінювали наявність і доступність інфраструктури для дозвілля і відпочинку. В Івано-Франківську згадували, що в місті бракує альтернативного театру, який працював би з соціальними проблемами і сприяв би розвитку громади. Натомість у Херсоні згадували про проблему приватизації і закриття деяких комунальних закладів культури — наприклад, кінотеатру «Ілюзіон». Хмельницький молоді люди описували як «фестивальне місто» і згадували про збільшення кількості і підвищення якості культурних подій. Однак молоді люди також згадували про нестачу заходів, пов'язаних із сучасним мистецтвом і якісним культурним дозвіллям, у Хмельницькому.

Важливою тенденцією є те, що молоді люди мають запит на **трансформацію, доповнення класичних функцій закладів культури.** Найкращим прикладом цього є бібліотеки. Більшість молодих людей не користуються **бібліотеками** для того, щоб взяти книги. Молодь у всіх трьох містах говорила про те, що вони відвідують бібліотеки заради тематичних подій, дискусій, фестивалів, обговорень. Існує запит на перетворення бібліотек на центри спільнот, у яких можна не лише вчитися, отримувати книги, а й проводити дозвілля, спілкуватися.

Змінитися також має підхід до залучення молодих людей до культурного дозвілля і закладів культури. В усіх трьох містах молоді люди згадували про неприємні враження, пов'язані з примусовим відвідуванням музеїв і театрів під час навчання у школі або закладі вищої освіти. Для деякого такі походи стали останніми в їхньому житті і закріпили асоціацію цих закладів культури з чимось директивним і нецікавим.

Варто зазначити, що **кінотеатри є закладами культури, які найчастіше відвідують молоді люди.** З одного боку, це підтверджує аналіз кількісних даних, адже серед різновидів занять, що зазвичай організовуються в закладах культури, найбільше міської молоді обирає відвідування кінотеатрів (14%) і набагато менше

молодих людей відвідують концерти, театри і виставки (по 5%). З іншого боку, ця тенденція опосередковано підтверджується тим, що учасни_ці ФГД формували свої запити щодо покращення роботи кінотеатрів більш чітко, ніж побажання до роботи інших закладів культури. Водночас молоді люди часто вважають кінотеатри комфортними лише в поєднанні з їжею та іншими розвагами, такими як шопінг, а саме кіно для них часто є другорядним. Таке сприйняття кінотеатрів є маркером споживацької культури загалом і відображає тенденцію до комерціалізації культури.

Державні і комунальні заклади культури в містах часто вважають молодь своєю цільовою аудиторією. Проте заклади культури іноді не мають окремих стратегій залучення молодих людей. Вони часто працюють з школяр_ками і студентством, а також з молодими людьми, які мають дітей. Водночас рідко мають спеціальні програми і події, що орієнтовані на працевзайняту молодь, яка завершила формальну освіту.

Окремі представни_ці закладів культури згадували, що найменше їх відвідують **молоді люди** – при чому для різних вікових категорій можуть бути різні причини. Наприклад, деякі вказували, що до них рідко ходить студентство. На думку працівни_ць закладів культури, це може бути зумовлено **нав'язливим відвідуванням театрів і музеїв під час навчання у школі**. З іншого боку, працевзайнята молодь може мати недостатньо вільного часу через роботу або наявність дітей. Одна з представни_ць закладів культури зізнавалася, що однією з важкодоступних груп є люди від 35 років, тому що для них культурне дозвілля не є пріоритетом, вони більше зайняті роботою або дітьми.

Серед важливих проблем державних і комунальних закладів культури можна виокремити брак фінансування, що тягне за собою незадовільний матеріально-технічний стан приміщень, нестачу персоналу, зокрема молодих людей серед працівни_ць. З браком фінансування і нестачею кваліфікованих кадрів може бути пов'язана неможливість розвивати альтернативні культурні формати і задовольняти потреби молодих людей у подіях, пов'язаних із сучасним мистецтвом.

Під час розробки культурних або молодіжних політик органи влади обраних міст орієнтуються на «молодь» загалом і не виокремлюють інших підкатегорій. Зазвичай у містах існують програми для підтримки деяких вразливих груп молоді – наприклад, людей з інвалідністю, малозабезпечених, молодих людей, які були дітьми-сиротами, переселен_ок. Проте більшість заходів стосуються соціальної підтримки цих людей, а не залучення їх до культурного життя міста.

Виключеними з культурного життя міст і практик публічного дозвілля також є інші групи молодих людей. В Івано-Франківську, за словами представни_ці громадської організації, поза культурним життям міста залишаються представни_ці **національних та етнічних спільнот, ром_ки, іноземці та іноземки**. А також ЛГБТКІ+, які можуть зіткнутися з дискримінацією, якщо заявлять про свою ідентичність або захочуть провести тематичну подію.

За словами представни_ць громадських організацій, у Херсоні під час розробки культурних і молодіжних політик не достатньо враховують потреби людей з інвалідністю. Громадські активіст_ки з Херсона також згадували, що жінок та ЛГБТКІ+-людей не надто активно долучають до культурних подій, які організовують органи влади у Херсоні.

У Хмельницькому представни_ці органів влади згадували, що не включають потреби окремих вразливих груп при проведенні різних культурних заходів, оскільки, на їхню думку, не існує перешкод для долучення цих людей до культурного дозвілля. Водночас наголошували, що в Стратегії розвитку міста у сфері культури окремо не згадано потреби жінок, національних меншин, ЛГБТКІ+-людей. Попри брак комплексних політик, спрямованих на дозвілля вразливих груп молоді, у кожному місті є окремі вдалі приклади залучення цих груп до культурного життя міста.

Культурні та молодіжні політики в усіх трьох містах, з одного боку, спрямовані на підлітків, студентство, молодих людей з дітьми. Однак поза увагою також залишаються студент_ки професійно-технічних закладів і працезайнята молодь без дітей.

Рекомендації ●

Рекомендації органам місцевого самоврядування

- Залучати різні групи мешкан_ок міста, а також громадські організації до створення стратегій розвитку культури та інших програм з підтримки культури та молоді. Створювати можливості для залучення якомога більшої кількості різних груп молоді. Залучати молодих людей на ранніх етапах розробки документів. Використовувати різні інструменти партисипації, зокрема інформування, консультації, проведення обговорень і круглих столів.
- Застосовувати гендерно чутливий підхід під час розробки культурних і молодіжних політик, написання стратегій розвитку міста тощо.
- Розробляти стратегії залучення «пасивної» молоді, яка не бере участі у дозвіллі та культурному житті міст.
- Вивчати потреби різних груп молоді, зокрема працевлаштованих молодих людей різних професій, людей, які навчаються у професійно-технічних закладах освіти, інозем_ок, молодих людей з інвалідністю, представни_ць різних національностей, ЛГБТКІ+.
- Створювати можливості для підтримки і розвитку незалежних культурних і мистецьких організацій. Наприклад, надавати муніципальні приміщення в пільгову оренду або безкоштовне користування громадським організаціям.
- Налагоджувати співпрацю з місцевими громадськими організаціями та ініціативами під час проведення культурних подій.
- Розвивати і підтримувати мережі державних і муніципальних закладів культури. Сприяти збереженню некомерційних закладів культури, наприклад, пропонувати системи пільгової оренди приміщень для таких закладів.
- Розробляти і впроваджувати стратегії децентралізації культури в межах міст. Наприклад, підтримувати розвиток і створення локальних осередків і закладів культури у різних районах міста.
- Розробляти і впроваджувати стратегії створення районних центрів спільнот на базі місцевих бібліотек.
- Сприяти проведенню капітальних ремонтів у місцевих закладах культури.
- Покращувати матеріально-технічне забезпечення закладів культури, аби вони могли використовувати сучасні та інтерактивні методи роботи з відвідувач_ками.
- Створювати та реалізовувати програми підвищення кваліфікації для працівни_ць закладів культури. Наприклад, освітні програми з комунікацій, роботи з молоддю, проектного менеджменту.
- Розробляти механізми диверсифікації фінансування закладів культури для забезпечення гідної оплати праці працівни_ць.
- Розробляти і впроваджувати нові стратегії комунікації заходів, які проводять та організують органи місцевої влади. Наприклад, поширювати інформацію через соціальні мережі. Залучати дизайнер_ок для розробки уніфікованої фірмової айдентики для наявних ресурсів. А також проводити навчання з SMM для працівни_ць, які відповідають за комунікації. Крім того, при розробці бюджетних програм варто закладати фінансування на рекламу в соціальних мережах.

Херсон

- Провести реорганізацію мережі бібліотек. Реорганізацію потрібно проводити з урахуванням потреб, інтересів і напрацювань працівників місцевих бібліотек.
- Сприяти створенню некомерційних просторів, де молоді люди можуть безкоштовно організовувати заходи. Такими просторами можуть бути молодіжні центри у різних районах міста, центри спільнот. До створення таких місць можна долучати міські бібліотеки.
- Повернути будівлю кінотеатру «Ілюзіон» у користування громадських організацій та ініціатив.
- Завершити процес створення муніципального Молодіжного центру.
- Провести аудит програмної діяльності державних закладів культури. Одним із завдань такого аудиту може стати спроба зрозуміти, чи задовольняють заклади запит населення на альтернативну культуру. А також це допоможе зрозуміти, які заклади культури мають спроможності працювати у цій сфері та кому з них потрібна фінансова підтримка для розвитку такого напрямку.
- Розробляти і впроваджувати програми з розвитку міської мобільності, зокрема громадського транспорту. Однією з перешкод на шляху задоволення культурних потреб у місті є проблеми з громадським транспортом. Наприклад, до деяких закладів культури може бути складно дістатися у вечірній час, коли відбуваються культурні заходи.
- Спростити і вдосконалити процедуру замовлення соціального таксі. Збільшити час роботи соціального таксі у місті.
- Створити сторінку міської ради в соціальних мережах і провести оновлення офіційного сайту.

Івано-Франківськ

- Розробляти і впроваджувати прозорі механізми залучення та співпраці громадських ініціатив, молодіжних організацій, незалежних митців і мисткинь з органами влади, зокрема під час організації та проведення масових публічних святкувань і концертів.
- Розробляти і впроваджувати комплексні стратегії залучення ромської спільноти в культурне життя міста. Створювати такі програми варто із залученням громадських організацій, які працюють з ром_ками. А також розробляти програми на основі якісних досліджень потреб та інтересів цієї групи.
- Завершити процедуру створення муніципального Молодіжного центру. Під час розробки тематичного наповнення такого центру варто врахувати потреби різних груп молоді, зокрема представників різних національностей.
- Спростити процедуру отримання фінансової підтримки для громадських організацій від органів місцевого самоврядування. Проводити консультації громадських організацій щодо процедури отримання таких грантів. Поширювати інформацію про такі можливості за допомогою різних каналів комунікацій.

Хмельницький

- Проводити консультації з дослідниками під час проведення опитувань щодо культурних потреб молодих людей.
- Розвивати альтернативні напрямки культури та культурного дозвілля.
- Покращити механізм функціонування та залучення до Художніх рад при закладах культури. Запровадити прозоріший механізм переобрання до таких рад.
- Запровадити механізми гнучкого планування бюджетів для підтримки більшої кількості молодіжних культурних ініціатив. Створити прозору систему надання грантової підтримки незалежним молодіжним ініціативам.
- Розширювати напрямки роботи Молодіжного центру для охоплення молодих людей, які не навчаються або завершили формальну освіту.

Рекомендації закладам культури

- Розробляти і впроваджувати практики з вивчення аудиторії закладу та її потреб. Наприклад, проводити консультації з дослідниками, опитування аудиторії, мапування, збирати зворотній зв'язок після подій, збирати кількісні та якісні дані про аудиторію закладів.
- Розробляти і впроваджувати стратегії залучення працевлаштованої молоді, яка вже закінчила навчання в університеті.
- Розробляти і впроваджувати стратегії залучення вразливих груп молоді, зокрема людей з інвалідністю, іноземцями, представництвом різних національностей, ЛГБТКІ+. Наприклад, адаптувати події та наповнення закладів культури для людей з порушеннями зору та слуху. За можливості переоблаштувати простір закладів, аби він був доступний людям з порушеннями опорно-рухового апарату. Проводити заходи, орієнтовані на іноземців — наприклад, розмовні клуби англійською. Створювати можливості для цих людей ініціювати події самостійно. Декларувати заклади культури дружніми до вразливих груп молоді.
- Налагоджувати прозорі механізми співпраці та партнерства з громадськими організаціями, незалежними митцями і мисткинями, навчальними закладами, міжнародними організаціями. Наприклад, проводити відкриті конкурси на спільну організацію подій. Безкоштовно надавати простори для проведення заходів незалежним митцям і мисткиням.
- Розміщувати інформацію про можливості та умови співпраці на сайтах, сторінках закладу в соціальних мережах.
- Залучати молодих людей до роботи у закладах культури. Наприклад, створювати можливості стажування, волонтерства у закладі.
- Адаптувати час роботи закладів і проведення подій, щоб працевлаштовані молоді люди могли їх відвідувати.
- Розробляти комунікаційні стратегії закладів з огляду на потреби та інтереси цільової аудиторії, а також з урахуванням недискримінаційного, гендерно чутливого підходу. Залучати фахівців з комунікації. Не лише використовувати різні канали комунікації, а й адаптовувати наповнення цих каналів відповідно до потреб аудиторії.
- Розробляти та впроваджувати візуальну айдентику закладів.

Джерела ●

- Allan, G., & Crow, G. (1991). Privatization, home-centredness and leisure. *Leisure Studies*, 10(1), 19-32.
- Bailey, C., Miles, S., & Stark, P. (2004). Culture-led urban regeneration and the revitalization of rooted identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England. *International Journal of Cultural Policy*, 10(1), 47-65. doi:10.1080/1028663042000212328
- Biggart, N. W. (1994). Labor and leisure. In N. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The Handbook of Economic Sociology* (pp. 672-690). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Campbell, C. (1995). Conspicuous confusion? A critique of Veblen's theory of conspicuous consumption. *Sociological theory*, 13(1), 37-47.
- Clarke, J., & Critcher, C. (2016). *The devil makes work: Leisure in capitalist Britain*. Macmillan International Higher Education.
- Colomb, C. (2011). Culture in the city, culture for the city? The political construction of the trickle-down in cultural regeneration strategies in Roubaix, France. *Town Planning Review*, 82(1), 77-99.
- Dashper, K. (2020). More-than-human emotions: Multispecies emotional labour in the tourism industry. *Gender, Work & Organization*, 27(1), 24-40. <https://doi.org/10.1111/gwao.12344>
- DOU. (2020, вересень 07). Жінки в IT: портрет, кар'єра і зарплата. Аналітика. dou.ua. <https://dou.ua/lenta/articles/it-woman-2020/>
- European Commission (2011). Eurobarometer. Well being. Aggregate report. ec.europa.eu. https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/quali/wellbeing_final_en.pdf
- Evans, G. (2001). *Cultural Planning: an Urban Renaissance?* London, Routledge.
- Evans, G. (2005). Measure for measure: evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration, *Urban Studies*, 42, 959-83, DOI: 10.1080/00420980500107102
- Florida, R., & Mellander, C. (2015). Talent, cities, and competitiveness. In: *The Oxford handbook of local competitiveness* (pp. 34-53). Oxford: Oxford University Press. 10.1093/oxfordhb/9780199993307.013.3
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International journal of cultural policy*, 11(1), 15-29.
- Gershuny, J. I., & Fisher, K. (1999). Leisure in the UK across the 20th Century. ESRC Research Centre on Micro-Social Change. https://www.iser.essex.ac.uk/files/iser_working_papers/1999-03.pdf
- Godbey, G., Crawford, D. W., & Shen, X. S. (2010). Assessing Hierarchical Leisure Constraints Theory after Two Decades. *Journal of Leisure Research*, 42(1), 111-134, DOI: 10.1080/00222216.2010.11950197
- Green, E., Woodward, D., & Herbon, S. (1990). *Women's Leisure, What Leisure?: A Feminist Analysis*. Macmillan International Higher Education.
- Harvey, D. (1985). The geopolitics of capitalism. In D. Gregory & J. Urry (Eds.), *Social relations and spatial structures* (pp. 128-163). Palgrave, London.
- Haworth, J., & Lewis, S. (2005). Work, leisure and well-being. *British Journal of*

- Guidance & Counselling, 33(1), 67-69. doi:10.1080/03069880412331335902
- Hilbrecht, M., Shaw, S. M., Johnson, L. C., & Andrey, J. (2013). Remixing work, family and leisure: teleworkers' experiences of everyday life. *New Technology, Work and Employment*, 28(2), DOI: 130-144, 10.1111/ntwe.12010
- Henderson, K. A., & Allen, K. R. (1991). The Ethic of Care: Leisure Possibilities and Constraints for Women. *Loisir et Société / Society and Leisure*, 14(1), 97-113, DOI: 10.1080/07053436.1991.10715374
- Institute of Museum and Library Services Office of Strategic Partnerships. (2009). *Museums, Libraries, and 21st Century Skills Report*. Washington, DC: Institute of Museum and Library Services. <https://www.ims.gov/assets/1/AssetManager/21stCenturySkills.pdf>
- Jackson, E. (2000). Will Research on Leisure Constraints Still Be Relevant in the Twenty-first Century? *Journal of Leisure Research*, 32(1), 62-68, DOI: 10.1080/00222216.2000.11949887
- Kuykendall, L., Zhu, Z., & Craig, L. (2020). How work constrains leisure: New ideas and directions for interdisciplinary research. *Journal of Leisure Research*, 1-8, DOI: 10.1080/00222216.2020.1807841
- Lewis, S. (2003). The integration of paid work and the rest of life: is post-industrial work the new leisure? *Leisure Studies*, 22(4), 343-345, DOI: 10.1080/02614360310001594131
- López-Sintas, J., Rojas-DeFrancisco, L., & García-Álvarez, E. (2017). Home-based digital leisure: Doing the same leisure activities, but digital. *Cogent Social Sciences*, 3(1).
- Mareque, M., de Prada Creo, E., & Gonzalez-Sanchez, M. B. (2019). Fostering creativity and communicative soft skills through leisure activities in management studies. *Education+ Training*, 61(1), 94-107. <https://doi.org/10.1108/ET-07-2018-0149>
- Matarasso, F. (1997). Use or ornament. The social impact of participation in the arts, 4(2).
- Mellander, C., & Florida, R. (2012). The rise of skills: Human capital, the creative class and regional development. In Royal Institute of Technology, CESIS-Centre of Excellence for Science and Innovation Studies (pp. 317-329).
- Mental Health Foundation. (2020, May). The COVID-19 pandemic, financial inequality and mental health. [www.mentalhealth.org.uk. https://www.mentalhealth.org.uk/our-work/research/coronavirus-mental-health-pandemic/covid-19-inequality-briefing](https://www.mentalhealth.org.uk/our-work/research/coronavirus-mental-health-pandemic/covid-19-inequality-briefing)
- Miles, S., & Paddison, R. (2005). Introduction: The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration. *Urban Studies*, 42(5-6), 833-839. doi:10.1080/00420980500107508
- Roberts, K. (1979). *Contemporary society and the growth of leisure*. Longman.
- Rojek, C. (1997). Leisure theory: Retrospect and prospect. *Loisir et société/Society and Leisure*, 20(2), 383-400.
- Schor, J. (2008). *The overworked American: The unexpected decline of leisure*. New York: Basic books.
- Scruton, S., & Watson, B. (2016). Leisure. In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. John Wiley & Sons, Ltd., 10.1002/9781405165518.wbeosl030.pub2
- Shaw, S. (1986). Leisure, Recreation or Free Time? Measuring Time Usage. *Journal of*

Leisure Research, 18(3), 177-189, DOI: 10.1080/00222216.1986.11969656

Sivan, A. (2003). Has leisure got anything to do with learning? An exploratory study of the lifestyles of young people in Hong Kong universities. *Leisure studies*, 22(2), 129-146. doi:10.1080/71377174

Wearing, B. (1998). *Leisure and feminist theory*. Sage Publications.

Агамян, М. (2020, 09 10). Культурне дозвілля Херсона: від футуризму до сучасного мистецтва. *Mistosite.org.ua*. <https://mistosite.org.ua/articles/kulturne-dozvillia-khersona-vid-futuryzmu-do-suchasnoho-mystetstva>

Веблен, Т. (1984). *Теория праздного класса*. Москва: Прогресс.

Главком. (2020, липень 30). Галузі, в яких найвища і найнижча зарплата. Дані за перше півріччя. *Glavcom.ua*. <https://glavcom.ua/news/galuzi-v-yakih-nayvishcha-i-naynizhcha-zarplata-dani-za-pershe-pivrichchya--695926.html>

Державна служба статистики України. (2017). Заклади культури, фізичної культури і спорту в Україні у 2017 році. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_zkm_2017.pdf

Державна служба статистика України. (2018). Населення України за 2018 рік. http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/12/zb_ukr_2018.pdf

Державна цільова соціальна програма “Молодь України” на 2016-2020 роки. (2016). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/148-2016-%D0%BF#n11>

Експертний комітет з економічного розвитку м. Херсона. (2009). Стратегічний план економічного розвитку Херсона. <http://www.city.kherson.ua/c/ekonomichna-sfera/s/strategichniy-plan-ekonomichnogo-rozvitku-mista>

Концепція розвитку кінотеатру ім. Т. Шевченка. (2018, квітень 13). <https://khm.gov.ua/uk/content/konceptsiya-rozvytku-kinoteatru-im-t-shevchenka>

Культурна мапа Херсону. (2013). http://www.city.kherson.ua/upload/Culture_map_ukr.pdf

Мовчан, Я., & Мовчан, С. (2019, квітень 01). Якщо немає куди тікати: в Херсоні відкрили перший кризовий центр для жертв домашнього насилля. *5.ua*. <https://www.5.ua/regiony/yakshcho-nikudy-tikaty-u-khersoni-vidkryly-pershyi-kryzovyi-tsentr-dlia-zhertv-domashnoho-nasyllia-189634.html>

Дядюк, К. (2017, жовтень 19). Спортзал і стриптиз-бар: що хочуть бачити хмельничани у кінотеатрі Шевченка. *Ye.ua*. https://ye.ua/kultura/32650_Sportzal_i_striptiz_bar_scho_hochut_bachiti_hmelnichani_u_kinoteatri_Shevchenka.html

Кисельова, О. (2020). Проблеми Гендерної рівності в галузі культури та мистецтва (М. Шаповал & І. Степанова, Редакційна рада). <http://grbproject.org/wp-content/uploads/2020/03/gob-culture.pdf>

Культура Івано-Франківщини на 2011-2015 роки. (2011). http://dev.orada.if.ua/fileadmin/documents/Rishennja/06_06/155-6.pdf

Культура Івано-Франківщини на 2016-2020 роки. (2015). http://dev.orada.if.ua/fileadmin/documents/Rishennja/06_39/1828-39.pdf

Комплексна програма підтримки та розвитку культури міста Івано-Франківська на 2016-2020 роки. (2015). <http://www.namvk.if.ua/dt/28474/>

Комплексна програма реалізації молодіжної політики та розвитку фізичної культури і спорту у м. Хмельницькому на 2017-2021 роки. (2016). <https://khm.gov.ua/uk/content/pro-zatverdzhennya-kompleksnoyi-programy-realizaciyi-molodizhnoyi->

[polityky-ta-rozvytku](#)

Кошкіна, С., & Бадьйор, Д. (2013). Михаил Кулиняк: «Нужно, чтобы музеи сами научились зарабатывать деньги. LB.ua. https://rus.lb.ua/culture/2013/02/04/188005_mihail_kulinyak_nuzhno_muzei.html

После долгих лет реконструкции вскоре откроется херсонский кинотеатр "Украина". (2019, жовтень 19). [favoritekherson.co. http://favoritekherson.co/2019/10/19/posle-dolghih-let-rekonstrukcii-vskore-otkroetsya-hersonskiy-kinoteatr-ukraina/](http://favoritekherson.co/2019/10/19/posle-dolghih-let-rekonstrukcii-vskore-otkroetsya-hersonskiy-kinoteatr-ukraina/)

План дій з реалізації Стратегії розвитку міста Хмельницького на 2017-2020 роки. (2017). http://dev.khm.gov.ua/sites/default/files/Economy/plan_dij_na_2017-2020_roky_vykonkom.pdf

Програма «Молодь міста Івано-Франківська» на 2016-2020 роки. (2016). <http://www.namvk.if.ua/dt/33840/>

Програма розвитку міста Хмельницького у сфері культури на період до 2020 року «50 кроків, що змінять місто». (2016). <https://www.kult.km.ua/uploads/files/50%20krokiv.pdf>

Програма реалізації молодіжної політики та розвитку фізичної культури і спорту у м. Хмельницькому на 2012-2016 роки. (2011). <https://khm.gov.ua/uk/content/pro-zatverdzhennya-kompleksnoyi-programy-realizaciyi-molodizhnoyi-polityky-ta-rozvytku-0>

Сирбу, О., & Рибак, К. (2020, червня 19). Мережі кінотеатрів: досвіди альтернативної взаємодії. Політична критика. <https://politkrytyka.org/2020/06/19/merezhi-kinoteatriv-dosvidy-alternatyvnoyi-vzayemodiyi/>

Скокова, Л. (2014). Структурні обмеження культурно-дозвіллевих практик. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки, (25). <http://apspp.soc.univ.kiev.ua/index.php/home/article/view/118>

Суровська, О. (2018, квітень 21). Палац Потоцьких у Франківську став комунальним. І що тепер? Репортер. <https://report.if.ua/akcent/palac-potockyh-u-frankivsku-stav-komunalnym-i-shcho-teper-foto/>

Стець, А. (2020, 02 20). Міська рада Херсона вирішила закрити одразу 5 бібліотек у місті. Zaxid.net. https://zaxid.net/miska_rada_hersona_virishila_zakriti_odrazu_5_bibliotek_filiy_u_misti_n1498053

Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021-2027 роки. (2020). <https://bit.ly/3m6nGkQ>

Стратегія розвитку міста Хмельницького до 2025 року. (2017). http://dev.khm.gov.ua/sites/default/files/Economy/strategiya_rozvytku_mista_hmelnytskoho_do_2025_roku_vykonkom.pdf

Стратегія розвитку міста Івано-Франківська на період до 2028 року. (2017). <http://www.mvk.if.ua/uploads/files/44957-1.pdf>

Херсонська міська рада. (2018). Програма економічного і соціального розвитку м. Херсона на 2019-2020 роки. <http://www.city.kherson.ua/articles/programma-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-m-hersona-na-2019-2021-roki>

Херсонська міська рада. (2018). Програма економічного і соціального розвитку м. Херсона на 2019 - 2021 роки. <http://www.city.kherson.ua/articles/>

programa-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-m-hersona-na-2019-2021-roki

ЮНІСЕФ. (2019). Громада дружня до дітей та молоді. Навчальний посібник для реалізації ініціативи на місцевому рівні в Україні. https://www.unicef.org/ukraine/media/2361/file/CCF_manual_ukr.pdf

