

УДК 379.822 (477)

Цитування:

Сенько Т. В. Креативні практики в сучасному вітчизняному культурно-дозвілєвому просторі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 1. С. 120–126.

Senko T. (2023). Creative Practices in Modern Domestic Cultural and Leisure Space. National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal, 1, 120–126 [in Ukrainian].

*Сенько Тетяна Владиславівна,
аспірантка*

*Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв*

<https://orcid.org/0000-0002-1910-9466>

nauka@dakkim.edu.ua

КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ В СУЧАСНОМУ ВІТЧИЗНЯНОМУ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЄВОМУ ПРОСТОРИ

Мета роботи полягає у виявленні ознак і функцій креативних практик у сучасному культурно-дозвілєвому просторі. **Методологія дослідження** ґрунтується на застосуванні міждисциплінарного підходу щодо поставленої проблематики та сукупності таких методів: культурологічного, аналітичного, компаративного, структурно-логічного. **Наукова новизна** полягає в спробі розглянути широкий арсенал прикладів креативних практик у культурно-дозвілєвій сфері в контексті їх характерних ознак і функцій. **Висновки.** Серед сучасних споживачів послуг культурно-дозвілєвої сфери відбулися суттєві зміни, насамперед у сутності споживання, чинниках виробництва й відпочинку як такого. Людей уже не задовольняє просто придбати послугу чи товар, вони бажають розвиватись і вдосконалювати свої навички. Креативними себе вважають не тільки ті, хто інноваційно щось створює і творить, а й ті, хто нестандартно щось споживає, відповідає певному стилю життя і споживання. Це зростаюче прагнення до креативності пов'язане зі зменшенням часу для креативної діяльності. Вихідні дні й відпустка – це чи не єдиний період, коли в представників креативного класу є достатньо вільного часу. Сенс скелелазіння, пішого туризму, сноуборду тощо полягає в тому, щоб не тільки активно провести вільний час, але й відчути атмосферу, яка є протилежною роботі і далекою від повсякденності, дослідити новий для себе простір й отримати максимум нових емоцій та вражень. Виникнення нових видів діяльності, як-от: стрит-арт, флешмоби, паблік-арт у форматі перформансу, диктує і появу нових мобільних форм дозвілєвих структур. Такі заходи не вимагають створення спеціальних просторів, але дають змогу реалізувати потребу людей в активності, провокуючи як заплановану, так і спонтанну комунікацію. З'являється культурно-дозвілєве середовище нового типу, яке може приймати різні дійства й різні групи суспільства, де на людей завжди чекає щось нове та несподіване. Креативне дозвілля може включати найрізноманітніші види діяльності, як: створення клубів за інтересами, групи спільної творчості (театральні, літературні, мистецькі тощо), з прив'язкою до тих чи інших об'єктів, які сприяють формуванню креативного культурно-дозвілєвого простору. Такими прикладами є малювання, фотографування, заняття дизайном, йогою, мандрювання, тобто практики, які дають можливість розвивати й удосконалювати свої навички та потенціал. У такому контексті креативне дозвілля можна визначити як діяльність, якій притаманні такі ознаки: прагнення до розвитку особистого креативного потенціалу; споживач залучений у творчий процес, що створює умови для культурного обміну та спілкування в межах курсів, пізнавальних заходів; креативність з боку відпочивальників і наявність особливого типу простору, споживачі культурних послуг самі визначають, що, коли і як вони будуть робити; спільне виробництво (послуги, продукти, враження створюють разом і виробники, і споживачі).

Ключові слова: креативні практики, культурно-дозвілєвий простір, креативне дозвілля.

Senko Tetiana, Graduate Student, National Academy of Culture and Arts Management

Creative Practices in Modern Domestic Cultural and Leisure Space

The purpose of research is to determine the features and functions of creative practices in modern cultural and leisure space. **The research methodology** is based on the application of an interdisciplinary approach to the set problem and the following methods: cultural, analytical, comparative, and structural-logical. **The scientific novelty of the paper** is in an attempt to consider a wide range of examples of creative practices in the cultural and leisure sphere in the context of their characteristic features and functions. **Conclusions.** Significant changes have taken place among modern consumers of cultural and leisure services, primarily in the essence of consumption, factors of production, and recreation as such. People are no longer satisfied with simply purchasing a service or product, they want to develop and improve their skills. Not only those who innovatively create something consider themselves creative, but also those who creatively consume something, corresponding to a certain lifestyle and consumption. This growing desire for creativity is associated with a decrease in time for creative activities. Weekends and holidays are almost the only period when representatives of

the creative class have enough free time. The meaning of climbing, hiking, snowboarding is not only to actively spend your free time, but to feel the atmosphere that is the opposite of work and far from everyday life, explore a new space for yourself and get a maximum of new emotions and impressions. The emergence of new types of activities, such as street art, flash mobs, public art in the performance format, also dictates the emergence of new mobile forms of leisure structures. Such events do not require the creation of special spaces, but allow people to realise their need for activity, provoking both planned and spontaneous communication. A new type of cultural and leisure environment is emerging, which can host different activities and different groups of society, where people are always waiting for something new and unexpected. Creative leisure can include a wide variety of activities, such as creating clubs based on interests, groups of joint creativity (theatrical, literary, artistic), linked to certain objects that contribute to the formation of a creative cultural and leisure space. Such examples are drawing, photography, design, yoga, traveling, that is, practices that allow you to develop and improve your skills and potential. In this context, creative leisure can be defined as an activity characterised by the desire to develop personal creative potential; the consumer is involved in the creative process that forms conditions for cultural exchange and communication within courses, educational events; creativity on the part of vacationers and the presence of a special type of space, consumers of cultural services themselves determine what, when, and how they will do; joint production (producers and consumers jointly create services, products, and impressions).

Key words: creative practices, cultural and leisure space, creative leisure.

Актуальність теми дослідження. Бурхливий розвиток соціально-економічних, технологічних, ментальних процесів сьогодні істотно трансформують основні напрями розвитку культури, сприяють появі в практиці нових феноменів, які вимагають вивчення та осмислення. У культурології, яка дедалі розвивається на межі із соціальними науками, формується новий категоріальний апарат, який також вимагає уточнення. Такі поняття, як «креативність», «креативні практики», «креативний клас», «культурні інновації» введені в науковий обіг достатньо недавно, вони маркують глибину змін, що відбуваються в архітектоніці соціокультурного простору. Зростає усвідомлення важливості тісних зв'язків між станом культури, соціальними, економічними явищами. Розуміння динаміки культури, існування традиційних культур в інноваційних процесах через нові поняття і категорії дозволяє не тільки усвідомити їх унікальність, а й зберегти основу цивілізаційного розвитку.

Аналіз досліджень і публікацій. Серед науковців, які розглядали питання, пов'язані з поняттям і значенням креативності, варто назвати зарубіжних авторів Дж. Хоукінса, П. Могле. Певна кількість робіт була присвячена вивченню різних аспектів креативного класу. Саме поняття запровадив американський учений П. Друкер. Вітчизняні науковці теж виявляють інтерес до цієї тематики. Варто назвати О. Сакало, Ю. Ющенко, І. Брикова, І. Вахович. Певним підґрунтям для підготовки розвідки стала колективна монографія «Креативний простір України та світу» [7], у якій висвітлено актуальні на сьогодні питання розвитку соціально-гуманітарної сфери, акцентовано на проблемах креативного розвитку, зокрема, культурології, туризму, мистецтвознавства тощо. Теоретичні аспекти інноваційної

діяльності в туристичній галузі стали предметом досліджень Н. Власової [3], О. Кальченко [5], В. Чернікової [13]. Певну увагу приділено питанням теоретико-методологічним та прикладним креативної освітянської сфери [10]. Фундаментальні питання, як-от трансформаційні процеси в культурі, стали предметом дослідження вітчизняних науковців: О. Кравченко, О. Копієвської [6].

Аналіз ступеня розробки теми дає підстави стверджувати, що окремі проблеми креативності, креативних практик розглядали достатньо ретельно, проте креативні практики, пов'язані з культурно-дозвіллевою сферою, залишаються не достатньо досліджуваними. Це є додатковим аргументом на користь вивчення окресленого питання.

Мета роботи полягає у виявленні ознак і функцій креативних практик у сучасному культурно-дозвіллевому просторі.

Виклад основного матеріалу. Категорії креативних практик у культурно-дозвіллевій сфері, їх структурні компоненти, види, фактори представляють перспективний напрям дослідження. У науковій розвідці під культурно-дозвіллевими креативними практиками будемо розуміти активний і пасивний відпочинок у комплексі із широким спектром інших заходів, спрямованих на формування, поновлення, укріплення і збереження фізичного здоров'я і морального стану особи. У зв'язку із цим культурно-дозвіллевий простір можна визначити як вид соціокультурного простору, який формується в результаті діяльності відпочивальників та організаторів відпочинку на основі вибіркової (серед великої кількості об'єктів і властивостей реальності вибирають те, що відповідає потребам відпочивальників й умовам дозвіллевої діяльності). Учасниками культурно-дозвіллевого простору є

відпочивальники, рекреанти, організатори відпочинку й органи управління культурно-дозвіллевою діяльністю. Варто наголосити, що цілі учасників культурно-дозвіллевого простору різняться. Так, організатори відпочинку дозвіллевої сфери мають на меті прибуток, органи управління – раціональне використання ресурсів для задоволення потреб населення і розвиток населеного пункту чи регіону. У результаті формуються зв'язки таких типів: виробники – споживачі, виробники – виробники (конкуренція), виробники – органи влади. У нашому дослідженні робимо акцент на креативні практики в системі взаємин виробники – споживачі. Спираючись на ідеї М. Хайдеггера, під практиками ми розуміємо впорядковані сукупності навичок доцільної діяльності (у нашому випадку – діяльності в культурно-дозвіллевій сфері). Із цього погляду головним є те, що розкриває характер практики та проявляється в тому, що практики відтворюють ідентичності чи розкривають основні способи соціального існування, імовірно в конкретній культурі в конкретний момент історії. Суспільство постає як безліч просторів, що розкриваються, вони характеризуються сукупністю навичок, практичними проєктами й ідентичностями. Дозвілля – це діяльність, тісно пов'язана з простором, конкретним місцем і формуванням його специфічних рис. Створення середовища, що розвиває, є одним з ключових завдань сучасного соціокультурного простору. Важливою відмінністю є те, що раніше дозвілля розглядали переважно як діяльність з метою відпочинку, зараз головна цінність – отримання нових вражень. Головним завданням організаторів дозвілля стає створення креативних просторів, тобто умов для креативних, пізнавальних форм діяльності. Наприклад, відкриті майстерні, майданчики для воркшопів, інтерактивні виставки. До креативних практик можна віднести створення музеїв торговельних компаній. Це дає змогу додати освітній сенс туди, де раніше була лише торгівля, дати можливість тим, хто цікавиться, дізнатися щось нове у вільний час. Особливо вагома роль підприємців як творців креативних просторів (клуби, освітні центри, тематичні парки, постійні фестивальні майданчики тощо). Звернемося за деякими прикладами з праць Г. Річардса, Дж. Вілсона. Дослідники описують туристичні спільноти, принцип роботи яких цікавий з погляду формування культурно-дозвіллевого простору. Цікавим прикладом мережі креативних форм бізнесу є «Креативний туризм Нової Зеландії». Серед форм

відпочинку, дозвілля, які вона об'єднує, – вивчення мови маорі, різьблення по кістці, уроки з ткацтва, різьблення по дереву, курси з приготування традиційних місцевих страв тощо. Основна форма роботи – організація практико-орієнтованих воркшопів, які проводять місцеві жителі. Іншого підходу дотримується «Креативний туризм Барселони». Компанія виступає як посередник і зв'язує креативних виробників та осіб, які бажають цікаво провести свій вільний час у місті. Цей підхід створює платформу для того, щоб будь-який споживач культурно-дозвіллевих послуг мав можливість відповідно до своїх уподобань вибрати тип креативного відпочинку й потім самостійно зв'язатися з організаторами.

В Україні такий напрям відпочинку, як креативний туризм дедалі стає більш популярним і затребуваним. Креативний туризм в Україні – це новий різновид туризму, що поєднує в собі складові: нові яскраві враження, приємний відпочинок, можливість зануритися в інше середовище. Цей вид діяльності спирається на талант та майстерність, особисту креативність, має значні можливості до розширення ресурсів, а також робочих місць шляхом вироблення і використання інтелектуальної власності. Країна має суттєвий потенціал для розвитку індустрії дозвілля. Згідно зі статистикою, в Україні (до початку повномасштабної війни, що її розпочала 24 лютого 2022 р. росія проти України) функціонувало понад трьох тисяч закладів відпочинку та оздоровлення, близько півтори тисячі кемпінгів, готелів тощо. Діяльність понад трьох тисяч підприємств була зорієнтована на туристичну діяльність та обслуговування туристів. Відповідно до офіційної статистики, протягом 2019 року (стабільний рік перед пандемією та війною) в Україні було зареєстровано понад тринадцять мільйонів туристів [12]. Найбільш розвинутими, з погляду популярності переважної кількості відпочивальників, щодо ланцюжка формування вартості послуг та управління територією визнано такі міста, як Київ, Львів, Одеса. Наприклад, туристичний потенціал Львівської області складається із багатьох елементів. Це – природно-заповідний фонд: Національний природний парк «Сколівські Бескиди», Національний природний парк «Північне Поділля», Яворівський національний природний парк, Державний природний заповідник «Розточчя». Лікувально-оздоровчі ресурси: на базі унікальних ресурсів, як-то 200 лікувальних джерел мінеральних вод, родовища озокериту,

лікувальних грязей, функціонують відомі курорти Моршин, Східниця, Трускавець, Шкло тощо. Гірський туризм: чимало відомих гірськолижних центрів. Історико-культурні, архітектурні, археологічні заповідники: Державний історико-архітектурний заповідник у Львові, Державний історико-культурний заповідник «Личаківський цвинтар» у Львові, Державний музей-заповідник «Олеський замок», Державний історико-архітектурний заповідник у Жовкві, Державний історико-культурний заповідник «Нагуєвичі», Музей-заповідник «Золочівський замок», Державний історико-культурний заповідник у Белзі. В області розташовано 1235 культових споруд, серед них 999 споруд (церкви та дзвіниці) – пам'ятки архітектури (398 пам'яток національного значення, 601 – місцевого значення). Особливе місце в культурній спадщині посідають пам'ятки дерев'яної сакральної архітектури, яких понад 600 об'єктів. Сільський туризм, народні промисли: зосереджені осередки ткацтва, вишивки, писанкарства, гаварецької кераміки, ковальства, лозоплетіння, гердану, глинянських килимів, гутного скла, яворівської іграшки, художньої обробки металу та шкіри. На Львівщині розташовані об'єкти, які включено до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Це Ансамбль історичного центру Львова та чотири дерев'яні церкви: церква святого Юрія XVI–XVII ст., Зіслання Святого Духа 1502 року, Пресвятої Трійці 1720 року, Собор Пресвятої Богородиці 1838 року [4]. Кожен український регіон унікальний з погляду наявності потенціалу креативних пропозицій, можливостей, запитів і спроможності їх задоволення.

Сьогодні чимало нових форм організації передбачають не просто пасивну участь відпочивальників як спостерігачів, а насамперед активне їхнє залучення до процесу спільного створення події. Цікавою креативною практикою є організація подій. Показовим прикладом може бути підготовка та проведення фестивалів. Так, протягом тижня в кварталі Грасія в Барселоні створюють інший, креативний простір, вулиці повністю змінюються, перетворюються, їх прикрашають. Свято є також конкурсом на найбільш оригінальні прикраси серед місцевих жителів цього району. Окрім того, у дні проведення фестивалю відбуваються концерти, спортивні заходи, паради, хода зі смолоскипами, театральні вистави, виставки тощо.

Фестивальні заходи доволі популярні в Україні. Щороку тут проходять близько

400 фестивалів Вони різняться за рівнем організації: міські, регіональні, національні; за тривалістю: короткотривалі і тривалі; за формою проведення: фестивалі з елементами ярмарку, карнавали, фестивалі з парадами та урочистостями тощо [8]. Щороку кількість фестивальних заходів зростає, збільшується частка відвідувачів, які активно беруть у них участь. Населений пункт, регіон, у якому відбувається захід, набуває привабливого іміджу, що сприяє залученню інвестицій, які дають можливість розвинути інфраструктуру. Найбільш популярними, креативними заходами є релігійні та етнічні фестивалі. Це влаштування і проведення різних свят, пов'язаних з дохристиянськими віруваннями – Маланки, Івана Купала, святкування християнських обрядів (Масляна) тощо. Гарні перспективи мають практики проведення фестивалів субкультур, фестивалі повітряних зміїв, спортивних фестивалів. Подібні заходи пропонують відвідувачам чималий спектр розваг. Наприклад, у програми спортивних фестивалів пропонують спортивні змагання, святкові лотереї, поїздки на квадроциклах, кінні мандрівки тощо. Для проведення заходів обирають відомі популярні гірськолижні центри, курорти, як, наприклад на полонині Драгобрата проводять у липні фестиваль «Свято Купала на Драгобраті», у селі Синяк у січні проходить відомий фестиваль «На засніжених схилах Карпат» [8]. Високий міжнародний рівень має історичний фестиваль «Середньовічний Хотин», який триває чотири дні в травні. У цей час фортеця перетворюється в середньовічне місто, а відвідувачі мають можливість зануритися в атмосферу сили, відваги та незламності своїх предків. Тут проходять лицарські поєдинки, джостинг, бугурт, показові бойові маневри, штурм та облога фортеці. Гості заходу мають можливість взяти участь у конкурсі кращих чоловічих і жіночих давніх костюмів, в інтерактивних іграх для дорослих і дітей, майстер-класах зі стрільби з лука, середньовічних ремесл тощо [11]. Важливою передумовою успішного проведення заходу є ретельна підготовка, зокрема своєчасне інформування і широка та доступна реклама події. Як правило, регулярні фестивалі мають власні інтернет-сайти, на яких викладають інформацію про захід, програму, інфраструктуру тощо.

Популярними у Європі є культурні путівники, які дають змогу всім охочим опанувати різноманітні ремесла, характерні для певного населеного пункту чи регіону. Наприклад, організація «Ремісничий шлях» у

Португалії об'єднує велику кількість ремісників, які переважно працюють удома. Спеціальний сайт дає можливість організувати зустріч з ними. Також в туристичних інформаційних центрах організована демонстрація процесу, ремісники влаштовують майстер-класи з різних напрямів. Важливо зазначити, що до цих практик залучені не тільки відпочивальники та ремісники, а й місцеві жителі, які цікавляться креативними формами дозвілля. Отже, населені пункти, регіони мають можливість не тільки підвищити свою привабливість для туристів, а й збільшити власний креативний потенціал.

Доволі високі креативні можливості має в Україні такий вид відпочинку та дозвілля, як гастротуризм. Особливу роль у цьому виді діяльності відіграють невеликі виробники з характерною для своєї місцевості продукцією та гостинним прийомом відвідувачів, яким пропонують автентичні гастрономічні страви. Це можуть бути як великі об'єкти, так і невеликі ферми з дегустаційними залами. З 2020 року успішно розвивається об'єднання під назвою «Дорога вина і смаку Української Бессарабії». До його складу увійшли 22 учасники, які створили 36 гастролокацій в Одеській області, презентують культурні особливості народів, які здавна тут проживають: українського, молдавського, болгарського, липованського [3]. Прихильники такого виду відпочинку можуть не тільки продегустувати унікальні винні вироби, крафтові сири, делікатеси на кшталт равликів чи устриць, а й ознайомитися з процесами їх вирощування та унікальними рецептами приготування страв, долучитися до культури споживання морепродуктів. Надзвичайно привабливим регіоном для любителів гастрономічного відпочинку й туризму вважають Закарпаття. Тут утворився кластер: є мангалиця, леквар, сироварні, усе можна продегустувати. Розроблені спеціальні маршрути, присвячені ключовим продуктам. Добре відома мережа маршрутів «Гуцульські сирні плаї», що проходять гірськими стежками і виводить на полонини, де шановні господарі знайомлять із давніми традиціями сироваріння, скотарства та вівчарства в чарівних Карпатах [14].

Не можна оминати увагою активний відпочинок, прихильників якого дедалі стає все більше. Кожний регіон має свої різноманітні напрями такого виду дозвілля. Так, у Миколаївській області поширені такі напрями активного відпочинку: квести – проведення спортивно-інтелектуальних змагань серед команд чи індивідуальних гравців, які

виконують заздалегідь підготовлені завдання; ескейп-руми – інтелектуальні ігри, у яких учасники мають за встановлений час розв'язати головоломку; квесторії – вечірки із сюжетною лінією проведення, кожен з учасників отримує костюм та роль, яку має зіграти; перфоманси; театралізовані екскурсії та квест-екскурсії. Затребуваним напрямом є рафтинг, подорожі на човнах, сплави на плотах, скелелазіння тощо [12].

Креативні практики активно застосовують в організації і проведенні етноподорожей. Перспективність етнічного туризму гарантована й підкріплена вагомими історико-культурними ресурсами. Відповідно до офіційної статистики, у країні є близько 180 тисяч пам'яток культурної спадщини, на державному обліку перебуває 140,4 тисяч пам'яток [7]. Етнічні подорожі представлені переважно двома видами. Приблизники першого виду відпочинку мають можливість відвідувати поселення, що зберегли зразки традиційної культури й побуту народів, що проживали там у давнину. Інший варіант етноподорожі – це відвідування музеїв – скансенів, living history, тобто «живих музеїв», з яскравими анімаційними програмами відтворення певного історичного середовища, де відвідувачі можуть не тільки побачити певні предмети старовини чи окремі споруди, а й стати учасниками занять, під час яких професійні працівники-аніматори відтворюють поведінку, побут, духовну та матеріальну культуру минулих століть. Поширена практика проведення майстер-класів з гончарства, ткацтва, друкарства, писанкарства тощо.

Наукова новизна статті полягає в спробі розглянути широкий арсенал прикладів креативних практик у культурно-дозвіллевій сфері в контексті їх характерних ознак і функцій.

Висновки. Можемо констатувати, що серед сучасних споживачів послуг культурно-дозвіллевої сфери відбулися суттєві зміни, насамперед у сутності споживання, чинниках виробництва та відпочинку як такого. Людей уже не задовольняє просто придбати послугу чи товар, вони бажають розвиватись і вдосконалювати свої навички. Креативними себе вважають не тільки ті, хто інноваційно щось створює і творить, а й ті, хто творчо щось споживає, відповідає певному стилю життя і споживання. Це зростаюче прагнення до креативності пов'язане зі скороченням часу для такої діяльності. Вихідні дні й відпустка – це чи не єдиний період, коли в представників креативного класу є достатньо вільного часу.

Сенс скелелазіння, пішого туризму, сноуборду тощо полягає в тому, щоб не тільки активно провести вільний час, але й відчутти атмосферу, яка є протилежною роботі та далекою від повсякденності, дослідити новий для себе простір й отримати максимум нових емоцій та вражень. Виникнення нових видів діяльності, таких як стрит-арт, флешмоби, паблік-арт у форматі перформансу, диктує і появу нових мобільних форм дозвілєвих структур. Такі заходи не вимагають створення спеціальних просторів, але дають змогу реалізувати потребу людей в активності, провокуючи як заплановану, так і спонтанну комунікацію. З'являється культурно-дозвілєве середовище нового типу, яке може приймати різні дійства та різні групи суспільства, де людей завжди чекає щось нове і несподіване. Креативне дозвілля може містити найрізноманітніші види діяльності, як-от: створення клубів за інтересами, групи спільної творчості (театральні, літературні, мистецькі тощо), з прив'язкою до тих, чи інших об'єктів, які сприяють формуванню креативного культурно-дозвілєвого простору. Такими прикладами є малювання, фотографування, заняття дизайном, йогою, мандрювання, тобто практики, які дають змогу розвивати й удосконалювати свої навички та потенціал. У такому контексті креативне дозвілля можна визначити як діяльність, якій притаманні такі ознаки: прагнення до розвитку особистого креативного потенціалу; залучення споживача у творчий процес, що створює умови для культурного обміну та спілкування в межах курсів, пізнавальних заходів; креативність з боку відпочивальників і наявність особливого типу простору, споживачі культурних послуг самі визначають, що, коли і як вони будуть робити; спільне виробництво (послуг, продуктів; враження створюють спільно виробники та споживачі).

Література

1. Баранова К. А. Креативний туризм як інноваційний вид туризму. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні*: матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф. (Херсон, 23 квітня 2021 р.). Херсон, 2021. С. 180–182.
2. Власова Н. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 23. С. 29–31.
3. Вовк О. 900 км і 36 гастролокацій: що пропонує Дорога вина та смаку Української Бессарабії. URL: <https://omore.city/articles/144326/scho-proponue-doroga-vina-ta-smaku-ukrainskoi-bessarabii#:~:text> (дата звернення: 12.12.2022).
4. Гончаренко І. В. Розвиток в'їзного туризму

Львівської та Миколаївської областей. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2020. Вип. 3. С. 4–9. URL: <https://visnyk.mnau.edu.ua/statti/2020/n107/n107v3r2020honcharenko.pdf> (дата звернення: 12.12.2022).

5. Кальченко О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*: зб. наук. пр. 2011. № 4(54). С. 127–155.

6. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія. Київ: НАКККіМ, 2014. 296 с.

7. Креативний простір України та світу: кол. моногр. Харків, 2022. 264 с.

8. Медвідь Л. Фестивальний туризм Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2011. Вип. 614–615. С. 86–89. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/medvid.htm (дата звернення: 12.12.2022).

9. Панова І. О. Креативні індустрії як чинник розвитку туризму в Полтавській області. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/20849> (дата звернення: 12.12.2022).

10. Теоретичні і прикладні аспекти розвитку креативної освіти у вищій школі: монографія / за ред. О. А. Дубасенюк. Житомир, 2012. 284 с.

11. Топ українських фестивалів. URL: <https://bls.ua/ua/blog/ukrainski-festivali> (дата звернення: 12.12.2022).

12. Туризм, спадщина та креативність: Звіт про проведену інвентаризацію ресурсів (активів) спадщини для розвитку креативного туризму та продуктів культури. URL: <file:///C:/Users/User/Desktop/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC.pdf> (дата звернення: 12.12.2022).

13. Чернікова В. І. Особливості інновацій у туризмі. *Вісник ДІТБ*. 2012. № 16. С. 89–94.

14. Щербань О. Подорожувати зі смаком: як в Україні розвинутий гастротуризм? URL: <https://investory.news/podorozhuvati-zi-smakom-yak-v-ukraini-rozvinenij-gastroturizm/> (дата звернення: 12.12.2022).

References

1. Baranova, K. (2021). Creative tourism as an innovative type of tourism. The current state and development potential of the hospitality industry in Ukraine: materials of the 1st All-Ukrainian Scientific and Practical Conference, Kherson [in Ukrainian].
2. Vlasova, N. (2009). Innovative activity in the tourism business. Culture of the peoples of the Black Sea region, 23, 29–31 [in Ukrainian].
3. Vovk, O. 900 km and 36 tour locations: what the Wine and Taste Road of Ukrainian Bessarabia offers. Retrieved from: <https://omore.city/articles/144326/scho-proponue-doroga-vina-ta-smaku-ukrainskoi-bessarabii#:~:text> [in Ukrainian].
4. Goncharenko, I. (2020). Development of inbound tourism in Lviv and Mykolaiv regions. Herald of Agrarian Science of the Black Sea Region, 3, 4–9.

Retrieved from: <https://visnyk.mnau.edu.ua/statti/2020/n107/n107v3r2020honcharenko.pdf> [in Ukrainian].

5. Kalchenko, O. (2011). Theoretical aspects of innovative activity of enterprises in the tourism industry. Bulletin of the Chernihiv State University of Technology: coll. of science works, 4(54), 127–155 [in Ukrainian].

6. Kopievska, O. (2014). Transformation processes in the culture of modern Ukraine: monografiya. Kyiv, 296 [in Ukrainian].

7. Creative space of Ukraine and the world: kol. monogr. (2022). Harkiv, 264 [in Ukrainian].

8. Medvid, L. (2011). Festival tourism of Transcarpathia: current state and development prospects. Scientific Bulletin of Chernivtsi University, 614–615, 86–89. Retrieved from: https://tourlib.net/statti_ukr/medvid.htm [in Ukrainian].

9. Panova, I. (2022). Creative industries as an official for the development of tourism in the Poltava region. Retrieved from: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/20849> [in Ukrainian].

10. Dubasenyuk, O. (2012). Theoretical and applied aspects of the development of creative

development in your school: monografiya. Zhitomur, 284 [in Ukrainian].

11. Top Ukrainian festivals. Retrieved from: <https://bls.ua/ua/blog/ukrainski-festivali> [in Ukrainian].

12. Tourism, recession and creativity. Information about the inventory of resources (assets) of the recession for the development of creative tourism and cultural products. Retrieved from: <file:///C:/Users/User/Desktop/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC.pdf> [in Ukrainian].

13. Chernikova, V. (2012). Features of innovations in tourism. Herald of DITB, 16, 89–94 [in Ukrainian].

14. Shcherban, O. (2021) Raise the price with relish: how is gastrotourism explained in Ukraine? Retrieved from: <https://investory.news/podorozhuvati-zi-smakom-yak-v-ukraini-rozvinenij-gastroturizm/> [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 11.01.2023
Отримано після доопрацювання 08.02.2023
Прийнято до друку 15.02.2023*