

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра музеєзнавства, пам'яткознавства  
та інформаційно-аналітичної діяльності

На правах рукопису

**БОГДАНОВА АНАСТАСІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА**

**КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ  
КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ**

Робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»  
за освітньою програмою «Музейний менеджмент, культурний туризм»  
Спеціальності 027 «Музеєзнавство, пам'яткознавство»

Науковий керівник:

доктор історичних наук, професор  
Гаврилюк С. В.

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № \_\_\_\_\_  
засідання кафедри музеєзнавства,  
пам'яткознавства та інформаційно-  
аналітичної діяльності  
від \_\_\_\_\_ 2024р.  
завідувачка кафедри  
проф. Гаврилюк С.В. \_\_\_\_\_

Луцьк – 2024

## АНОТАЦІЯ

**Богданова А. О. Креативні індустрії як інноваційна стратегія розвитку культурного туризму.** Кваліфікаційна робота на правах рукопису на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр». Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, 2024.

У кваліфікаційній роботі висвітлюються питання креативних індустрій як інноваційної стратегії розвитку культурного туризму. Наголошується, що актуальність дослідження полягає в тому, що креативний сектор стає все більш важливою складовою туристичної індустрії. Розвиток креативних індустрій диктується викликами часу, адже вони здатні потужно впливати на культурні процеси у сучасному суспільстві, у тому числі на сферу культурного туризму.

У роботі подаються сутність та основні характеристики креативних індустрій, обґрунтовується їх роль у розвитку культурного туризму та посиленні його конкурентоспроможності. Детально розкривається взаємодія креативних індустрій та культурного туризму через втілення творчих ініціатив і проєктів, що сприяють ефективному залученню туристів, стаючи ключовими елементами стратегії розвитку культурного туризму. Звернена увага на особливості реалізації інноваційних стратегій у культурному туризмі країн світу.

У роботі проаналізовано сучасний стан і перспективи упровадження креативних індустрій у сферу культурного туризму в Україні. Зроблено висновок, що в останнє десятиріччя в Україні спостерігається активізація креативних індустрій. Проте повномасштабна війна, розв'язана російським агресором, наразі не дає змоги в повному обсязі реалізувати наявний потенціал і ресурси. По завершенню війни креативні індустрії можуть стати потужним двигуном відновлення України.

**Ключові слова:** культура, культурний туризм, креативні індустрії, культурні індустрії, інноваційна стратегія.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ</b> .....	9
1.1. Сутність та основні характеристики креативних індустрій .....	9
1.2. Роль креативних індустрій для розвитку і посилення конкурентоспроможності культурного туризму .....	16
<b>РОЗДІЛ 2. ВЗАЄМОДІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ТА СФЕРИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ</b> .....	22
2.1. Привабливі для туристів творчі ініціативи та проєкти .....	22
2.2. Світові практики втілення інноваційних стратегій у культурному туризмі .....	28
2.3. Стан і перспективи впровадження креативних індустрій у сферу культурного туризму в Україні .....	34
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	46
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	50

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Креативний сектор стає все більш важливою складовою туристичної індустрії. У ХХІ ст. креативність утвердилась як одна з ключових життєвих навичок, важливість якої продовжує стрімко зростати. Капіталізація креативних ідей сприяла виникненню креативних індустрій. Театр, музика, візуальне мистецтво, кіно, інформаційні технології, архітектура, урбаністика, мода, дизайн тощо сприяють розвитку багатьох інших галузей, з якими вони взаємопов'язані.

Креативні індустрії є платформою розвитку суспільства на основі культури, інтелектуальних і творчих товарів, креативних ідей та проєктів. Їх розвиток визначається викликами часу та необхідністю сьогодення.

Креативні індустрії мають значний вплив на розвиток культурного туризму. Під культурним туризмом розуміється різновид туризму, пов'язаний з відвіданням історичних, культурних або географічних визначних пам'яток, ознайомленням з культурою того чи іншого етносу, здійсненням культурного обміну, за допомогою якого і туристи, і місцеві жителі сприймають та пізнають об'єкти культури, а також взаємодіють між собою. Різноманітні креативні хаби, фестивалі, виставки, ярмарки, музеї, театри тощо успішно функціонують у всьому світі, у тому числі в Україні, привертаючи увагу туристів, що створює передумови для подальшого розвитку цієї галузі.

Популяризація української культури, креативних ініціатив і проєктів є пріоритетним напрямом розвитку сучасного культурно-креативного простору. Це сприяє розширенню міжнародної співпраці і утвердженню сталого розвитку українського суспільства загалом. Креативні індустрії здатні потужно впливати на культурні процеси у сучасному суспільстві, у тому числі на галузь культурного туризму, що доводить актуальність даного дослідження.

**Мета кваліфікаційної роботи** полягає у дослідженні креативних індустрій як інноваційної стратегії розвитку культурного туризму.

Для досягнення мети дослідження поставлено такі **завдання**:

- розкрити сутність та подати основні характеристики креативних індустрій;
- з'ясувати роль креативних індустрій для розвитку і посилення конкурентоспроможності культурного туризму;
- розглянути привабливі для туристів творчі ініціативи та проєкти;
- висвітлити світові практики втілення інноваційних стратегій у культурному туризмі;
- проаналізувати стан і перспективи впровадження креативних індустрій у сферу культурного туризму в Україні.

*Об'єкт дослідження* – туризм як соціальне, культурне та економічне явище.

*Предмет дослідження* – креативні індустрії як інноваційна стратегія розвитку культурного туризму.

**Стан наукової розробки проблеми.** Сутність і розвиток креативних індустрій досліджували чимало українських і зарубіжних учених. Загалом науково-теоретичну базу дослідження означеної проблеми становлять праці К. Вакуленка [4], Л. Антошкіної [1], М. Василець [5], І. Перерви [36], С. Галюк [10], О. Маруховської-Картунової [29; 30], І. Панової, В. Степаненко [34; 35], І. Петрової [37], Х. Плецан [38], Т. Халахової [54], К. Фаріньї [52], А. Євграфової та Н. Прокопенка [15], О. Копієвської [21], У. Щурко [60] та ін. Зокрема, Т. Халахова розкриває зміст поняття «креативні індустрії», наголошує, які види економічної діяльності акумулює в собі дана галузь. Авторка говорить також про вплив креативних індустрій на розвиток культурно-пізнавального туризму, популярність якого упродовж останніх років постійно зростає [54].

Автори наукових статей піднімають питання значимості креативного сектора світової економіки, поняття і суті креативних індустрій, теоретико-

методологічних підходів до їх вивчення, аналізують роль культурних та креативних індустрій у розвитку культури суспільства [20], визначають їх місце у туризмі і сфері культурного туризму зокрема, дискутують з приводу ролі креативних індустрій у забезпеченні сталого розвитку суспільства тощо.

Серед наукових праць є й чимало тих, які безпосередньо торкаються теми інноваційних стратегій у туризмі [2; 7; 13; 32], безпосередньо культурного туризму [22; 24; 28; 58; 59]. Статті В. Ціватого стосуються питань культурної спадщини, культурних та креативних індустрій в умовах XXI ст. [55], новацій музейної педагогіки і застосування креативних індустрій у музеєзнавстві та пам'яткознавстві [56]. А. Фоміна піднімає тему нематеріальної культурної спадщини як складника креативних індустрій [53]. Вітчизняні дослідники вивчають також сучасні різновиди туризму [18; 26; 34 6], питання інтеграції креативних індустрій у науку та освіту [17].

Актуальними є питання грантових програм країн Європейського Союзу для представників культури та креативних індустрій [16; 19], закордонного досвіду впровадження креативних індустрій у сферу культурного туризму [61], впливу культури і креативних індустрій на розвиток регіонів [47; 61], ін.

Нам вдалося залучити до підготовки кваліфікаційної роботи й окремі праці іноземних дослідників, які стосуються означеної теми [63; 64; 65; 66].

Проте, як свідчить проведений аналіз, у більшості наукових праць дослідники вивчають креативні індустрії у контексті їх впливу на розвиток світової економіки та туризму загалом, вплив креативних індустрій на соціально-економічний розвиток територій, формування їх бренду і наступне просування на національному й міжнародному туристичному ринку. Водночас вивченню ролі креативних індустрій у розвитку культурного туризму у доробку науковців приділено недостатньо уваги, що посилює актуальність нашого дослідження.

**Джерельною базою роботи** є нормативно-правові документи, серед яких Укази Президента України [50], Закони України «Про культуру» із

змінами і доповненнями [43; 40], «Про Український культурний фонд» [45], розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ» від 1 лютого 2016 р. [44; 11], «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» від 24 квітня 2019 р. [42], ін. [8].

Важливим джерелом виступає «Стратегія розвитку культури 2025», затверджена Кабінетом міністрів України [49], матеріали Українського культурного фонду, зокрема, проведені ним дослідження щодо стану культури та креативних індустрій під час війни [48]. Вагомі джерельні матеріали розміщуються на сайтах ЮНЕСКО [27], офіційному сайті Всесвітньої туристичної організації [33], сайті Українського культурного фонду [51]. Джерельною базою послужив також методичний посібник на допомогу працівникам у сфері культури і туризму щодо залучення грантових коштів для розвитку туристичної галузі [12]. Усі названі вище документи дали змогу вивчити законодавчу базу розвитку культурного туризму в Україні, упровадження креативних індустрій, планування довготривалої стратегії культурного розвитку нашої держави.

**Методи дослідження.** Висвітлення теми дослідження спиралося на застосування при його написанні відповідних наукових принципів та методологічного інструментарію. Теоретико-методологічною основою роботи стали принципи діалектизму, об'єктивності, всебічності, конкретності при висвітленні подій, фактів та явищ.

Методологія дослідження базується на таких загальнонаукових та спеціальних наукових методах: системний метод, метод аналізу та синтезу, індукції та дедукції, історико-порівняльний, метод аналогії, метод узагальнення, структурно-функціональний та діалектичний метод.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у комплексному дослідженні ролі креативних індустрій у розвитку культурного туризму, а також окресленні проблем і перспектив розвитку креативних індустрій в Україні.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що матеріал кваліфікаційної роботи, її положення й висновки будуть корисними насамперед у практичній туристичній діяльності. Вони стануть у нагоді при підготовці обласних програм розвитку туризму, впровадженні нових ініціатив у сферу культурного туризму, плануванні привабливих туристичних маршрутів, вивченні і застосуванні зарубіжного досвіду в означеній галузі тощо. Матеріал дослідження буде корисним і при проведенні науково-освітньої роботи. Він може бути використаний для написання узагальнюючих і спеціальних праць з музеєзнавства, пам'яткознавства, культурного туризму Волині, України загалом, підготовки курсів лекцій, спецкурсів, які читаються у закладах освіти.

Крім того, у бакалаврській роботі визначено проблеми і перспективи розвитку креативних індустрій в Україні, що дозволить розробити стратегії для подолання означених проблем і стимулювання подальшого розвитку культурного туризму.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення кваліфікаційної роботи обговорювалися на засіданнях кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності Волинського національного університету імені Лесі Українки. Авторка представила окремі аспекти свого дослідження під час роботи III Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і аспірантів «Україна у світовому просторі: минуле і сучасність», яка відбулася на факультеті історії, політології та національної безпеки ВНУ імені Лесі Українки 22 травня 2024 р. Практичне застосування матеріали роботи знаходили під час проходження виробничих практик.



## РОЗДІЛ 1

# КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Сутність та основні характеристики креативних індустрій

Сучасне суспільство активно розвивається і повсякчас усталені промислові індустрії змінюють культурні та креативні (інноваційні) індустрії. Хоча для України поняття «креативні індустрії» є відносно новими, у всьому світі вони є досить поширеними. Креативні індустрії – це перелік видів економічної діяльності, що мають потенціал до створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти та послуги є наслідком індивідуальної творчості, навичок і таланту.

Слід зауважити, що досить часто поняття «культурні індустрії» (cultural industries) та «креативні індустрії» (creative industries) ототожнюють, хоча вони мають як спільні риси, так і відмінності. Для розуміння їх сутності необхідно звернутися до історії виникнення цих категорій. Уперше поняття «культурні індустрії» як явище індустріального виробництва продукції нематеріального призначення було зафіксовано у 1947 р. в книзі німецьких філософів Т. Адорно (T. Adorno) та М. Горкгаймера (M. Horkheimer) «Діалектика просвітництва». Проте як явище культурні індустрії виникли ще на межі XIX-XX ст. у зв'язку з індустріальною революцією та появою і розвитком таких інновацій, як фотографія, радіо, звукозапис, кіно, вдосконалення друкарських технологій та ін. Це суттєво розширило доступ до культури і вплинуло на творчі процеси.

Французький філософ, соціолог, культуролог Жан Бодрійяр підтримував погляди Т. Адорно та М. Горкгаймера та стверджував про народження абсолютно нової культури, вважаючи, що нова реальність – це

те, що більшість бачить та чують завдяки засобам масової інформації (ЗМІ). Усі вищезгадані вчені припускали, що мистецтво доіндустріального періоду загине, оскільки історичний світ образів втрачає актуальність у зв'язку зі створенням вигаданого світу, що призводить до приглушення гостроти відчуттів та відносин, у яких перебувають люди. Мистецтво в епоху індустріалізації не могло увібрати в себе незайману сутність людських почуттів. А епоха постіндустріалізації стане періодом зникнення справжньої культури та початком штучного існування, оскільки в сучасному суспільстві спостерігається дефіцит співчуття, «втрата орієнтирів» та «великий процес руйнування сенсу». Пізніше, у 2000 р., вчений Джастін О'Коннор визначив культурні індустрії як «види діяльності, що мають справу переважно з символічними товарами, основна економічна цінність яких випливає з їхньої культурної значущості» [65, р. 19].

Виникнення креативних індустрій пов'язано з індустріальною революцією. Поява сучасних технологій у традиційних видах мистецтва спричинила зміну способів їхнього створення, використання і поширення. Технології збільшили доступ до культури, вплинули на творчі процеси та змінили цілі культурні напрямки. Визначення терміна «креативні індустрії» у 1998 р. запропонував Департамент культури, медіа та спорту Великої Британії. Це поняття трактували як «ті галузі, які походять від індивідуальної творчості, навичок і таланту і які мають потенціал до багатства та створення робочих місць через продукування та використання інтелектуальної власності» [63, р. 6].

ЮНЕСКО визначає креативні індустрії як індустрії, метою яких є «створення, виробництво і комерціалізацію творчих (креативного) змістів, які є нематеріальними і культурними за своєю природою. Такі змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності і вони можуть набрати форми продукту чи послуги» [66].

Учені І. Петрова, С. Щеглюк, У. Щурко та інші наголошують на складності розмежування понять «культурні індустрії» та «креативні

індустрії». Як стверджує дослідниця У. Щурко, досить часто цим термінам надають однакового сенсу та вживають паралельно або взаємозамінно, хоча в класичному варіанті їх визначення було зафіксовано ЮНЕСКО як «культурні та креативні індустрії» разом саме у множині, що підкреслює їх сукупну приналежність [60, с. 172].

Проте деякі науковці зауважують, що культурні індустрії є підгалуззю креативних, а від того остання категорія є більш широкою та універсальною. На думку Л. Антошкіної, креативні індустрії є «підприємництвом у сфері культури», «культурним або творчим бізнесом» [1, с. 10]. Учена також стверджує, що креативними індустріями в Україні можна вважати такий «тип соціально-культурних практик, інтегруючою домінантою яких є творча компонента, що часто граничить з експериментом, новаторством і тому не завжди переслідує комерційні цілі» [1, с. 9].

Отож, на сьогодні серед науковців відсутня єдина точка зору щодо сутності терміну «креативні індустрії». Одні вчені ототожнюють поняття «культурні індустрії» та «креативні індустрії». Інші схиляються до думки, що ці поняття мають різне значення: під креативними індустріями розуміють «прикладні творчі практики, інновації та генерація прибутку і робочих місць за рахунок створення інтелектуальної власності», а культурні індустрії більше відносять до культурної спадщини і традиційних видів творчості [56].

Дослідниця Л. Шумейко вважає, що ці два терміни практично взаємозамінні та охоплюють численні сфери: театральні та образотворчі види мистецтва, кінематограф, радіо, телебачення, музику, видавничу справу, комп'ютерні ігри, архітектуру, дизайн, моду, рекламу, виконавчі мистецтва, ремесла, теле-, радіо- та Інтернет-трансляції тощо. Кожна з вищезгаданих галузей має власну економічну логіку і динаміку розвитку та охоплює численні види діяльності, такі як візуальне і перформативне мистецтво, туризм, спорт, книги, преса, аудіовізуальна творчість, культурно-мистецька спадщина [58, с. 458].

Як зазначає В. Ціватий, креативні індустрії – «це тип соціально-культурних практик, домінуючою і об'єднуючою ідеєю в яких виступають творчі й культурні компоненти» [56, с. 155]. Зважаючи на сформовані на сьогодні концепції та підходи, до креативних індустрій належить діяльність у сфері виконавських і візуальних мистецтв, дизайну і ремесел (виробів ручної роботи), кіно, телебачення і медіа, історико-культурного туризму тощо.

Мета креативних індустрій полягає у створенні креативних продуктів, які володіють певним капіталом, виражених у грошовому еквіваленті [1, с. 10]. Як зазначає Н. Чорна, «по суті, креативні індустрії – це мистецтво, яке приносить гроші» [57].

Т. Ковальова зазначає, що аналіз сутності креативних індустрій без урахування взаємозв'язку між культурою, мистецтвом і бізнесом не враховує всіх аспектів, при цьому вказує, що «до креативних індустрій відносять телебачення та радіо, театр і кіно, музику та друковані видання, рекламу та комп'ютерні ігри, архітектуру і дизайн, моду і культурний туризм» [20]. Учена стверджує, що в сучасній науці ще не сформована остаточна думка щодо концепту «креативні індустрії», тоді як до них належить «діяльність прикладного характеру, пов'язана із створенням предметів і продуктів (ремесло, дизайн, медіа, телебачення і кіно)» [20, с. 40].

Як зазначено у праці О. Засядьвовк, «креативні індустрії є результатом взаємодії креативного класу з соціальним середовищем, економікою, менеджментом, сферою культурно-мистецького, дозвілєвого спрямування тощо» [13, с. 39].

Дослідниця Х. Плецан, вивчаючи концептуальні підходи до визначення сутності й ознак креативних індустрій у контексті культурологічного підходу, доводить, що «з позицій культурологічного аналізу креативні індустрії доцільно розглядати як діяльність, що передбачає культурне вираження у вигляді різноманітних форм через креативність, майстерність і талант, що забезпечує креативний потенціал для формування культурного розмаїття, синергетично поєднує культуру, традиції, цінності, культуру й

особистість, культуру та суспільство, інноваційні ідеї й інформаційні технології, крізь призму людиноцентризму» [38].

Отож, розмежовуючи поняття культурні та креативні індустрії, можна зазначити, що культурні індустрії включають в себе продукт культурної спадщини і традиційні види творчості. Вони охоплюють такі види діяльності як аудіовізуальна творчість (фільми, радіо, музика тощо); туризм; спорт; книги і преса; спадщина (музеї, бібліотеки, архіви та історичне середовище); перформативні мистецтва (театр, танець); візуальні мистецтва (галереї, архітектура, дизайн і ремесла). А до креативних індустрій належать прикладні творчі практики, інновації та генерація прибутку і робочих місць шляхом створення інтелектуальної власності.

Слід зазначити, що креативні індустрії почали проникати в економіку та культуру України ще наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. Проте лише у 2018 р. було зафіксовано і представлено на законодавчому рівні дефініцію «креативні індустрії». Як зауважує С. Галюк, це «не завадило активно розвиватись даному сегменту економіки й культури у так би мовити «дозаконодавчий» період» [10, с. 120]. Як припускає вчений, це було пов'язано з тим, що саме креативні індустрії сприяли зменшенню рівня безробіття в українському суспільстві за рахунок самозайнятості населення (авторські креативні ідеї та ініціативи стали ключовою цінністю, що здатна приносити дохід і забезпечувати гідний рівень життя (наприклад, зелений туризм). Долаючи міжнародні кордони, креативні індустрії давали можливість, використовуючи географічну чи то етнічну унікальність та розмаїття селищ і міст, покращувати добробут населення шляхом підсилення економічного, туристичного, соціального, гуманітарного та духовного потенціалу у міжкультурному співробітництві (організація і проведення різноманітних фестивалів і кластерів), тісно взаємопов'язували мистецькі надбання і наукові розробки, використовуючи творчий потенціал та інноваційні цифрові технології, розширюючи комунікаційні канали тощо [10, с. 120].

Сьогодні в Україні поняття «креативні індустрії» закріплено на законодавчому рівні у ст. 1 Закону України «Про культуру» і трактується як «види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості й робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження» [43]. Основу креативних індустрій утворюють поєднання індивідуальної творчості, таланту, здатності створювати додаткову вартість, а також робочі місця [37].

Згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України за № 265-р. від 24.04.2019 р. «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій», до креативних індустрій в Україні належать 34 види економічної діяльності. Серед них: візуальне мистецтво (фотографія, живопис, скульптура тощо); сценічне мистецтво (театр, танець, опера тощо);

- видавнича діяльність; аудіальне мистецтво (жива/відтворена музика, саунд-арт, радіо); аудіовізуальне мистецтво (телебачення, кіно, відео, анімація, мультиплікація тощо); архітектура й урбаністика; інформаційно-комунікаційні технології (програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві (3D-друк; віртуальна/доповнена/змішана реальність тощо); реклама, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги; функціонування музеїв, бібліотек, архівів та інші [42].

Спеціальний інтерес туристів задовольняють такі популярні види креативних індустрій, як архітектура, концертна і театральна діяльність, індивідуальна мистецька діяльність та музейна діяльність [6].

Серед ключових характеристик креативних індустрій варто виокремити:

- широкий спектр галузей, які охоплюють креативні індустрії (мистецтво, література, музика, кіно, театр, дизайн, архітектура, мода, реклама, веб-дизайн, відеоігри та інші);

- зосередження на творчості та інноваціях. Креативні індустрії стимулюють генерацію нових ідей, концепцій та продуктів.;

- значний внесок в економіку, створення робочих місць та сприяння розвитку туризму;

- найбільш виразно й ефективно проявляються в середовищі окремого міста, де вони є важливими факторами розвитку. Тобто креативні індустрії можна вважати міським феноменом;

- теплота і відкритість громадських місць;

- ресурси, якими живляться креативні індустрії – це культура і креативність, ввічливість та інтелект, атмосферність і людська теплота;

- культурна значущість, що полягає у сприянні збереженню та розвитку культурних цінностей і традицій;

- органічна культурна й етнічна різноманітність, що дозволяє створювати нові унікальні ідеї та бачення світу [4, с. 39].

Вищезазначені характеристики демонструють значення та різноманітність креативних індустрій як ключового елемента сучасної економіки та культурного життя. Зазначимо, що в Міністерстві культури України у 2017 р. було створено сектор розвитку креативних індустрій, а з 2018 р. працює Директорат креативних індустрій. Це свідчить про не лише теоретичне осмислення в Україні потреби упровадження у культуру креативних індустрій, а й про дієві заходи щодо практичного їх втілення.

Отже, поняття «креативні індустрії» є відносно новим в українському контексті, проте не новим явищем загалом. Поява креативних індустрій пов'язана з індустріальною революцією XIX – початку XX ст. Серед учених відсутній єдиний підхід до трактування означеного поняття. Досить часто його ототожнюють з терміном «культурні індустрії», хоча вони мають диференційні ознаки. В Україні на законодавчому рівні поняття «креативні індустрії» закріплено у Законі України «Про культуру». А в розпорядженні Кабінету Міністрів України № 265-р. від 24.04.2019 р. «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» визначено перелік видів економічної діяльності, які входять до креативних індустрій.

## **1.2. Роль креативних індустрій для розвитку і посилення конкурентоспроможності культурного туризму**

Серед різновидів туризму чи не найперспективніших вважається культурний туризм. Він передбачає ознайомлення бажаючих з культурно-історичною спадщиною, мистецтвом, повсякденним стилем життя населення того чи іншого краю тощо. Культурний туризм передбачає також відвідування музеїв, галерей, історичних та архітектурних пам'яток, пам'ятних місць, театральних вистав, музичних фестивалів, традиційних святкувань тощо. Слід зазначити, що популярність культурного відпочинку серед туристів стрімко зростає. Чимало туристів визначають ціль своєї подорожі саме на основі культурної пропозиції [57].

Важливою ресурсною базою для культурного туризму є креативні індустрії, які включають театральні й образотворчі види мистецтва, кінематограф, телебачення і радіо, музику, видавничу справу, архітектуру, музейні інноваційні простори тощо. Так, у світі існує велика кількість об'єктів креативної економіки, які з кожним роком продукують мільйони туристичних поїздок. Це сприяє розвитку культурного туризму.

Культурний туризм охоплює широкий спектр споживчої туристичної діяльності, що формує розуміння характеристик конкретної дестинації, будь то культурно-історична спадщина, сучасне мистецтво, повсякденний стиль життя чи креативні ініціативи. Це забезпечує доступність та інтерпретацію культури дестинації. У практику креативного простору входить кілька видів культурного туризму, зокрема: культурно-подієвий, культурно-історичний, культурно-релігійний, культурно-археологічний, культурно-етнографічний, культурно-етнічний, культурно-антропологічний, культурно-екологічний.

Виклики сьогодення вимагають нестандартних рішень. Це означає, що культурно-креативний ефект від туризму проявляється у модифікації культурного збагачення та особистісного розвитку, впливі культур,



міжкультурної взаємодії, різноманітних культурних подіях і культурній самосвідомості туристичної діяльності, що сприяє появі нових якостей та мотивацій туриста [38, с. 218].

Креативні індустрії є одним із нових підходів інноваційного розвитку культури інформаційного суспільства, який має значні можливості та потенціал для розвитку культурного кластера на сьогодні. Як відзначає В. Ціватий, за сучасних умов креативні індустрії – «це один із нових інституціональних і політико-дипломатичних підходів до розвитку творчих галузей культури» [56, с. 48].

Культура та креативні індустрії мають значний вплив на розвиток туристичного потенціалу регіонів. Пізнавальні маршрути, музеї, галереї, місцеві театри тощо привертають увагу потенційних туристів, які, зацікавившись певною пам'яткою, подією чи історичним фактом, їдуть у конкретні регіони. Крім відвідування пам'яток, туристи проживають в готелях, відвідують крамниці, заклади харчування, що підсилює і стимулює економічний розвиток місцевості. Крім того, культурно-мистецькі проекти створюють нові робочі місця та сприяють розвитку підприємництва загалом.

Креативні сектори впливають на культурний туризм численними способами, роблячи значний внесок у його розвиток та популяризацію. Віртуальні тури музеями світу (наприклад, Лувр у Парижі, Британський музей у Лондоні, Музей Ван Гога в Амстердамі, Театр-музей Сальвадора Далі в Іспанії, Музей сучасного мистецтва імені Гугенгайма в Іспанії та ін.) дозволяють людям з усього світу взаємодіяти з культурними ресурсами без необхідності фізичного відвідування. Це не тільки розширює географічне охоплення музеїв, але й робить культурний досвід доступнішим та інклюзивним для глобальної аудиторії.

Одними з найпотужніших галузей креативних індустрій, що привертають увагу любителів культурного туризму, є архітектура й урбаністика. Інноваційні архітектурні споруди можуть стати новими символами міст і привертати увагу туристів завдяки своїй унікальності і

дизайну. Яскравим прикладом є Кунстхаус (Гарц, Австрія) – музей сучасного мистецтва. Він відомий своїм унікальним і футуристичним дизайном. При будівництві музею використовували інноваційні ідеї. Музей було відкрито у 2003 р. у рамках реалізації проєкту «Культурна столиця Європи». Цей музейний заклад став одним з головних і найбільш відвідуваних культурних об'єктів міста. Тут постійно відбуваються виставки сучасного мистецтва, презентації, фестивалі, інші культурні заходи [64].

На сьогодні у світі широко використовують сучасні технології для створення віртуальних турів архітектурними пам'ятками, що дозволяє туристам взаємодіяти з культурними об'єктами новими способами. Наприклад, через платформу Google Arts & Culture можна відвідати онлайн-екскурсії найважливішими архітектурними пам'ятками Єгипту [14]. Проєкт «High Line» у Нью-Йорку перетворив стару надземну залізничну лінію на публічний парк з арт-інсталяціями та зеленими насадженнями. Це місце стало популярним серед туристів з різних країн світу, які цінують урбаністичне мистецтво і дизайн.

Нова Зеландія використовувала свої пейзажі для зйомок фільмів серії «Володар перстнів», що сприяло зростанню туристичного потоку, які хочуть відвідати місця зйомок. Яскраву сторінку креативних індустрій формують фестивалі. Їх кількість, а водночас і кількість відвідувачів, постійно зростає, а відтак стимулює розвиток культурного туризму.

Аналізуючи специфіку культурно-креативного простору, дослідниця Х. Плещан розглядає поняття «креативний мандрівник», під яким розуміє «особу, яка здійснює подорож із метою розширення вектора знань, творчої самореалізації, розвитку креативного потенціалу, поєднує відпочинок, нові враження й активізує потребу пізнання культурних цінностей» [38, с. 219]. Оскільки креативні мандрівники все частіше «відмовляються» від традиційних туристичних напрямків, обираючи місця з багатою історією та культурною спадщиною регіонів, культурний туризм з унікальними, колоритними та креативних туристичними маршрутами, це сприяє творчій

реалізації креативних мандрівників і забезпечує розвиток креативних індустрій у цілому.

Нині креативність і творчість затребувані у найрізноманітніших сферах життя – починаючи від промисловості, закінчуючи управлінням і туризмом, освітою і наукою. На даний момент у бізнес-стратегіях беруть до уваги не лише матеріальні, але й нематеріальні культурні активи (матеріальна і нематеріальна культурна спадщина).

Як відзначає С. Щеглюк, у великих містах спостерігається вища щільність та концентрація креативних людей, яким характерні певні особливості співпраці і тяжіння до неформальних мереж, вільного переміщення та концентруванні на можливостях середовища для реалізації креативного потенціалу. Розглядаючи креативну індустрію переважно як міський феномен, ряд учених аналізує різноманітні форми просторової організації креативної економіки, які характерні для високоурбанізованих територій: креативні кластери, креативні квартали і центри, арт-галереї, культурні простори, мистецькі ініціативи тощо. Такі креативні осередки у містах задовольняють естетичні потреби творчих мешканців міста, а також приваблюють туристів, що змінює імідж самого місця. Внаслідок розвитку креативної індустрії у місті зростає його туристична привабливість, з'являється мотивація відвідати місто, а також збільшується кількість інвестиційно привабливих об'єктів для перетворення їх у креативні простори [59, с. 206].

Кожного року креативний сектор продукує велику кількість туристичних поїздок по всьому світу, здебільшого саме він спонукає людей подорожувати. Це викликає постійний інтерес до створення та поширення креативних продуктів. Вищезазначене стимулює еволюцію галузі в країні, оскільки зростає попит на туристичні послуги та збільшується обсяг туристичних потоків [35, с. 117].

Креативні індустрії – це подолання традиційних моделей культурного туризму і формування нових, які відповідають вимогам часу і враховують

запити туристів різних категорій. Вони істотно змінили відносини між туризмом та культурою, змістивши акцент від культурної спадщини до креативного туризму, орієнтованого на знання та унікальний досвід [12, с. 8].

Розвиток креативних індустрій сприяє відновленню об'єктів історико-культурної спадщини, регенерації історичних міст та їх окремих частин, кварталів, їх збереженню і популяризації, а також комплексному облаштуванню прилеглих до туристичних об'єктів територій, створенню культурних кластерів тощо. Крім того, креативні індустрії сприяють міжкультурному обміну, сприяючи взаєморозумінню і толерантності між різними народами. Завдяки культурним фестивалям, міжнародним кінофестивалям та іншим подіям, що привертають увагу місцевих та іноземних відвідувачів, створюється можливість обмінюватись традиціями і досвідом, що підсилює соціальну згуртованість та підтримує глобальну мережу культурного діалогу.

Завдяки своїй здатності створювати новий контент та інноваційні формати, креативні індустрії сприяють розширенню культурного туризму через впровадження інноваційних технологій. Наприклад, використання віртуальної реальності у музеях дозволяє відвідувачам переживати різноманітні історичні події чи далекі культури без необхідності фізичної присутності, що робить культурний досвід більш доступним і залучає ширшу аудиторію.

Таким чином, креативні індустрії відіграють важливу роль у розвитку культурного туризму та посиленні його конкурентоспроможності, адже посилюють інтерес до мандрів, пригод, туризму загалом, спонукають мільйони туристів подорожувати. Вони пропонують туристам унікальні культурні пам'ятки, історичні і природні місця, що відображають місцеву ідентичність і спадщину. Наприклад, локальні мистецькі галереї, музеї, заповідники історичні та природні заповідники, театральні постановки, музичні фестивалі тощо приваблюють туристів, котрі прагнуть зануритись в

культуру конкретного регіону. Це не лише сприяє розвитку культурного туризму, але й підтримує місцевих митців, музейників і пам'ятокознавців.

Креативні індустрії пропонують інноваційні способи для підвищення культурного досвіду відвідувачів. Вони збагачують туристичні пропозиції нестандартними підходами, новітніми ідеями і шляхами їх втілення, посилюють інтерес до подорожей, сприяють економічному зростанню через залучення відвідувачів і створення нових робочих місць. Крім того, креативні індустрії є важливими для збереження і просування культурної спадщини, що робить їх незамінними у підтримці та розвитку культурного туризму на глобальному та регіональному рівнях. Культурні трансформації креативних індустрій залежать від максимального сприяння залучення громадськості та створення платформи ефективної взаємодії, реалізації кластерних ініціатив, діяльності креативних хабів, фестивалів, кіно, туризму, медіа, дизайну тощо.

## РОЗДІЛ 2

### ВЗАЄМОДІЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ТА СФЕРИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

#### 2.1. Привабливі для туристів творчі ініціативи та проєкти

Упродовж тривалого періоду серед туристів постійно зростає попит на культурно-пізнавальний відпочинок, в якому об'єктом пізнання слугують креативні продукти. Саме об'єкти креативної економіки відіграють ключову роль у привабленні уваги туристів, а креативні та культурні проєкти мають вагоме значення для соціального й економічного розвитку конкретних населених пунктів, регіонів та країн загалом [6].

Ефективне використання творчих ініціатив для приваблення туристів ґрунтується на інтеграції культурної унікальності території із сучасними туристичними тенденціями. Це означає створення подій, котрі відображають історію та культурну специфіку міста, але при цьому є привабливими для міжнародних відвідувачів. Проєкти повинні бути гнучкими й адаптованими до мінливих уподобань та інтересів туристів.

Слід зазначити, що кожного року у всьому світі реалізується велика кількість творчих ініціатив та проєктів креативних індустрій. У більшості випадків вони є досить успішними. Яскравими прикладами є Art Zone в Пекіні (Китай) – центр сучасного мистецтва, Роттердам (Нідерланди) – центр сучасної архітектури, театр Ла Скала в Парижі та інші.

Під час проведення фестивалів, присвячених різним галузям (кіноіндустрія, театральне мистецтво, гастрономія, музика тощо), незалежно від періодичності та масштабності, реалізується можливість проведення різноманітних заходів, інноваційних форматів і проєктів, що сприяють розвитку культурно-креативного простору. Наприклад, такі фестивалі, як

Burning Man (Невада, США), Coachella (Каліфорнія, США), Glastonbury (Велика Британія) та інші пропонують унікальні творчі виступи, концерти, інсталяції та інші культурні події, які привертають туристів з усього світу.

Можемо відзначити щорічний фестиваль незалежного мистецтва Burning Man, який проходить у США. Це одна із найбільш відомих і незвичайних культурних подій, що створює унікальну атмосферу свободи, творчості та самовираження. Учасники фестивалю створюють величезні мистецькі споруди, інсталяції, вогняні шоу тощо, що створюють унікальну атмосферу. Burning Man вважається експериментальним майданчиком для новаторських ідей та проєктів. Учасники випробовують нові технології, ідеї та способи взаємодії, що сприяє розвитку інноваційних підходів у багатьох сферах життя.

Одним із найбільш відомих видів фестивалів у світі є кінофестивалі. Вони проходять у багатьох країнах світу. Чимало наймасштабніших кінофестивалів відбуваються у Європі (Каннський кінофестиваль у Франції, Венеціанський міжнародний кінофестиваль в Італії, Берлінський міжнародний кінофестиваль у Німеччині). Варто відзначити Одеський міжнародний кінофестиваль, який щорічно відбувається в Україні. Це один із найбільших кінофестивалів у Східній Європі з великою кількістю глядачів.

Значну популярність у світі також мають фольклорні фестивалі, які презентують фольклорне багатство, побут і звичаї, культурні цінності, духовну і матеріальну спадщину народу або етнічної групи (наприклад, Холі – фестиваль барв в Індії, Дівалі – фестиваль світла в Індії, Лойкратхонг – фестиваль повітряних ліхтарів у Таїланді та інші).

Особливе місце у сучасному культурно-креативному просторі належить гастрономічним фестивалям, де туристи знайомляться з регіональною кухнею, традиціями та особливостями споживання їжі. Найбільш популярними серед туристів гастрофестивалами світу є: Октоберфест – найбільший фестиваль пива у світі (Німеччина) (відбувається

упродовж кількох десятиліть щороку у жовтні), Піцафест – фестиваль піци (Італія), Салон шоколаду – фестиваль шоколаду (Франція) та інші.

Туристів із різних країн приваблюють різноманітні арт-тури, під час яких вони відвідують художні галереї, музеї, студії митців, виставки та інші місця, де представлено мистецтво різних епох і стилів.

Організація спеціальних подій у музеях, зокрема, нічних екскурсій, концертів духовної музики, фестивалів до Міжнародного дня музеїв, зокрема, «Ніч у музеї», створює особливу атмосферу та приваблює туристів зі всього світу. Музеї намагаються охопити якнайширшу аудиторію, тому зацікавлюють нічних відвідувачів не лише виставками, а й спеціальними подіями і майстер-класами. На сьогодні в акції беруть участь музеї міст зі всього світу, зокрема: Париж, Торонто, Монреаль, Рим, Мадрид, Брюссель та інші. Так, понад 150 музеїв Франції запрошують безкоштовно відвідати їх експозиції протягом однієї ночі. Такі унікальні локації, як Музей Пікассо, Версаль, Лувр та інші відкривають перед гостями двері та знайомлять їх із музейними експозиціями за допомогою вистав, шоу, майстер-класів. Крім того, особливістю паризької «Ночі музеїв» є те, що ЮНЕСКО також приймає участь, відкриваючи свої двері в цей вечір для широкого загалу. Європейська ніч музеїв дає можливість відвідувачам познайомитись із сучасною архітектурою будівлі штаб-квартири цієї організації, яка знаходиться у Парижі.

Париж є одним із найбільш відвідуваних міст у світі, що використовує ряд творчих ініціатив і проєктів для приваблення туристів. Місто має багату культурну спадщину, що збільшує його популярність на глобальному рівні. Париж відомий своїми музеями, галереями, історичними пам'ятками й архітектурними шедеврами. Кожен куточок міста випромінює культуру і мистецтво – від Лувру та Орсе до Монмартру та Ейфелевої вежі.

У Парижі регулярно організовують міжнародні культурні заходи, зокрема, Паризький фестиваль кіно та Ніч музеїв. Уряд Франції та міська адміністрація активно інвестують у розвиток та підтримку культурних ініціатив. Вони використовують стратегічний підхід до маркетингу міста, що



включає глобальні рекламні кампанії, партнерства з іноземними медіа і туристичними агентствами тощо. Розроблені і впроваджені маркетингові стратегії дуже різноманітні і дієві. Інвестиції у збереження історичних місць та модернізація інфраструктури також сприяють підвищенню привабливості Парижа як туристичного напрямку. Місто зосереджене на забезпеченні високого рівня обслуговування та комфорту для туристів, що включає поліпшення готельних та ресторанних послуг, розвиток громадських просторів, транспорту, автомобільних стоянок тощо.

Слід відзначити проєкт «Місто Культури» (UK City of Culture) у Великій Британії, який спрямований на сприяння культурному розвитку міст і підтримку мистецьких та культурних ініціатив. Цей проєкт був започаткований у 2010 р. Почесне звання «Місто Культури» присвоюється місту у Великій Британії на один рік. У межах такого проєкту протягом року у місті проводять широкий спектр культурних заходів, у тому числі виставок, фестивалів, концертів, театральних вистав, презентацій тощо. Це сприяє розвитку місцевої культури, привертає увагу вітчизняних туристів і туристів з усього світу, сприяє популяризації конкретного міста як культурного і дозвіллевого центру.

Як свідчить досвід країн Європейського Союзу, креативні проєкти сприяють розвитку культурного туризму. Багато людей, які захоплюються рок-музикою, мріють побувати у Великій Британії на батьківщині відомих гуртів Beatles та Coldplay, фанати Шерлока Холмса жадають поїздити на двоповерховому червоному автобусі, ін.

У містечку Раквере (Естонія) розвиваються культурні проєкти за активної підтримки уряду, перетворивши місто на одне з найбільш відомих в Естонії. Міський фестиваль народної музики перетворився у панк-фестиваль, залучивши велику кількість туристів [6].

В Україні на даний час створено немало креативних просторів, орієнтованих як на внутрішній, так і на в'їзний туризм. Вдалих досвід функціонування креативних кластерів уже накопичений багатьма

українськими містами: в Івано-Франківську це інноваційний центр «Промприлад. Реновація», у Києві – креативний проєкт «Арт-завод Платформа» з функціонуванням коворкінгу, у Вінниці – креативні простори «Артинов» та «Level 80» тощо. Зокрема, «Арт-завод Платформа» – колишній шовковий комбінат на лівому березі Києва, перетворений на творчий кластер та екосистему, що об'єднує бізнес, фестивалі, коворкінговий майданчик, мистецтво, інформаційні технології, моду та освіту. Бізнес-спільнота нараховує більше 300 стартапів та інноваційних проєктів.

Слід зазначити, що всі масштабні проєкти у креативній сфері реалізуються насамперед за рахунок приватного чи іноземного капіталу, а також завдяки новим фінансовим інструментам, таким як краудфандинг і краудсорсинг.

Найбільший успіх у розбудові креативних просторів має місто Львів, де функціонують арт-кластер «Фабрика повидла», холдинг емоцій «!FESTrepublic», мистецька організація «Lem Station», креативні простори «A.Space», «KIVSH», «Farba Place», «АНУВ», «MuzSvit» та інші [57]. Львів увійшов до Мережі креативних міст ЮНЕСКО, здобувши титул «Місто літератури ЮНЕСКО». Це приклад того, як літературна спадщина може бути використана для приваблення туристів. Через різноманітні фестивалі, літературні читання та книжкові ярмарки місто залучає любителів книг і загалом багатогранної культури з усього світу, підкреслюючи свій статус як значимого культурного центру.

Однією із найбільш відомих подій у Львові є Львівський міжнародний літературний фестиваль, який щороку збирає письменників, критиків, видавців та читачів з усієї Європи та світу. Цей фестиваль слугує платформою для обміну ідеями, обговорення сучасних літературних тенденцій і знайомства з новими творами авторів. Він також включає семінари, майстер-класи і публічні лекції, що допомагають залучити більше туристів, зацікавлених у літературі та культурі.

Крім того, місто відоме своїми книжковими ярмарками. Одна з найбільших книжкових подій в Україні – це Форум видавців у Львові. Ярмарок приваблює численних туристів, що приїздять посилити й поглибити свої літературні знання, знайти унікальні видання або взяти участь у книжкових презентаціях та автограф-сесіях. Також Львів приваблює туристів шляхом організації літературних читань, які часто проводяться в історичних місцях міста, таких як старовинні кав'ярні та бібліотеки. Такі заходи не лише популяризують читання, але й дають змогу туристам відчувати унікальну атмосферу міста, зануритись у його історичне середовище.

Прикладами успішних українських креативних проєктів є:

- IZONE – це арт-простір для проведення освітніх подій, фестивалів та виставок українських і міжнародних художників. Основні напрями діяльності IZONE включають співпрацю з різними фестивалями, оренду приміщень, коворкінг, кейтерінг, надання послуг харчування та ін.;

- PinchukArtCentre – це креативна платформа, міжнародний центр сучасного мистецтва, який організовує виставки провідних міжнародних та українських художників та підтримує різні культурно-мистецькі ініціативи;

- Мистецький Арсенал – великий культурно-мистецький центр, що об'єднує та розвиває різні види мистецтва і культурні заходи. Всі його проєкти мають освітню складову.

Дослідники наголошують на тому, що, незважаючи на те, що культурні пам'ятки й орієнтири можуть бути пов'язані з історією міста, не всі культурні об'єкти обов'язково потрібно успадковувати. У містах можна активно ініціювати систематичні культурні проєкти, наприклад проведення фестивалів, концертів та шоу. Це може мати позитивний вплив на міста, які не мають багато культурних пам'яток, а також на ті міста, де є недостатня кількість музеїв. Зважаючи на те, що не всі міста мають достатню кількість культурних активів, важливо рекламувати і популяризувати наявні ресурси разом з іншими туристичними атракціями, включаючи культурні заходи, гастрономію та якісну інфраструктуру [6].

Навіть якщо в місті існує достатня кількість культурних пам'яток, розвиток альтернативних культурних проєктів є важливим аспектом. Поєднання цих проєктів з наявними культурними об'єктами необхідне для підтримки залучення туристів. Особливістю створення таких культурних ініціатив є можливість пропонувати їх протягом всього року, що може стати стимулом для привернення уваги туристів навіть у «непопулярні» періоди туристичного сезону та сприяти зростанню туристичного попиту.

Таким чином, розглянуті ініціативи показують, як через впровадження креативних проєктів можна ефективно залучати відвідувачів до культурних заходів, сприяти поширенню культурного розмаїття і взаєморозуміння, стаючи ключовими елементами у стратегії розвитку культурного туризму.

## **2.2. Світові практики втілення інноваційних стратегій у культурному туризмі**

У світі спостерігається перехід від традиційних моделей культурного туризму, який базується на культурній спадщині, до нових моделей креативного туризму, в основі якого лежить сучасна творчість, інновації та нематеріальний контент, оскільки сьогодні турист прагне отримати унікальний досвід, незабутні враження та емоції. За сучасних умов інновації – один із ключових факторів розвитку туристичної індустрії. Поняття «інновація» походить від англійського слова «innovation», що в перекладі означає інновація, нововведення. У науковій літературі зазначається, що поняття «інновація» часто поєднується з поняттям «винахід», що означає створення нової технічної розробки чи вдосконалення старої. Поняття «зміна» та «креативність» також іноді використовують замість поняття «інновація».

Під інноваціями в туризмі розуміють «розробку, створення нових туристичних маршрутів, продуктів, видів туризму, технологій

обслуговування із застосуванням нових туристичних ресурсів, сучасних досягнень науки і техніки, інформаційних технологій» [2, с. 55].

В Україні та світі стають все більш актуальними проблеми розвитку творчих та креативних індустрій. Інноваційні процеси, пов'язані зі зростанням креативної галузі, тісно переплітаються з поняттям креативності. Творчі індустрії в галузі культури, в тому числі спрямовані на збереження та використання нематеріальної культурної спадщини, є одним з ефективних механізмів як у ціннісному вимірі, так і з позиції підвищення інвестиційної привабливості регіону, зокрема, у аспекті культурного туризму [47, с. 103].

Світові культурні інституції (музеї, галереї, арт-центри тощо) активно шукають та випробовують нові форми роботи, які можуть активізувати туристів. Однією з ключових інновацій у культурному туризмі є використання цифрових технологій, які стали нормою повсякденного життя. До основних цифрових технологій у культурному туризмі світу слід віднести: цифровий маркетинг, віртуальна і доповнена реальність, мобільні додатки тощо.

Отже, можемо стверджувати, що світові практики втілення інноваційних стратегій у культурному туризмі стрімко розвиваються та розширюються. Слід відзначити такі основні тенденції інновацій у цій галузі:

- використання інноваційних технологій, таких як віртуальна реальність, доповнена реальність, мобільні додатки тощо, що дозволяє створювати інноваційні туристичні пропозиції у сфері культурного туризму;
- створення інтерактивних експонатів і просторів. Музеї та інші заклади культури сьогодні активно впроваджують інтерактивні елементи, котрі залучають та зацікавлюють відвідувачів, надаючи їм можливість взаємодіяти з експозиціями;
- створення тематичних маршрутів, які об'єднують культурні й історичні пам'ятки за певною темою (наприклад, літературні, архітектурні, гастрономічні маршрути тощо). Це дозволяє створювати нові туристичні продукти і привертати увагу широкого кола туристів;

- формування культурних кластерів, що об'єднують музеї, галереї, театри, ресторани та інші культурні заклади створює широкі можливості для інтегрованого розвитку культурного туризму та створення унікальних туристичних пропозицій.

Музеї відіграють важливу роль у міжнародному туризмі та є ваговою складовою культурно-пізнавальних подорожей. Упродовж останнього десятиріччя цифрові технології активно впроваджують і в музейну діяльність. Під музейними інноваціями розуміються новаторські підходи, стратегії і технології, які застосовують у музейній сфері, що сприяє подальшій еволюції закладу як особливого історично-культурного феномену, дозволяє йому відповідати викликам сучасного суспільства і запитам відвідувачів. Інновації стимулюють відкриття нових можливостей розвитку екскурсійної роботи, організації виставок, інших заходів. Це можуть бути нові методи експозиційної роботи, технології віртуальної реальності, інтерактивні експонати, аудіо- та відеогіди, мобільні додатки, цифрові колекції, онлайн-ресурси та інші інструменти.

Уже понад 20 років у світі функціонують інтерактивні музеї. Як свідчить наукова література, інтерактивними є переважно музейні заклади наукового і образотворчого профілів. Саме музеї цих профілів найактивніше застосовують можливості доносити інформацію до екскурсантів різних вікових категорій у незвичній і водночас привабливій формі. Зокрема, у таких музеях відвідувачі (туристи) повинні взаємодіяти із екскурсоводом, проводити дослідження та експерименти, відчувати насолоду від середовища, атмосфери, власних відкриттів, позитивних емоцій.

Створення інтерактивних музеїв вимагає фінансових затрат на технічне обладнання, програмне забезпечення, постійне оновлення матеріальної бази. Водночас використання новітніх технологій, співпраця з досвідченими фахівцями сприяє становленню успішного інтерактивного музею і ефективно вирішує проблему відвідуваності. Такі музеї завжди цікаві туристам, тому вони є складником інноваційних стратегій у культурному туризмі.

Найпоширенішими способами дистанційної підтримки зв'язку з аудиторією в музеях є прямі трансляції, онлайн-тури, віртуальні виставки, подкасти, соціальні медіа, а основними платформами для комунікації є YouTube і Zoom [16]. Митці та інституції використовують її можливості для створення захопливого віртуального досвіду, здатного перенести глядача. Сьогодні віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR) розвивається швидкими темпами. Багато митців та інституцій активно використовують можливості технології віртуальної та доповненої реальності для створення захопливого віртуального досвіду, що здатен перенести глядача у виставковий простір музею, художньої галереї, на сцену театру, концертного майданчика тощо. Ці технології пропонують інтерактивні та захоплюючі способи вивчення історії та культури країни, покращуючи загальний досвід відвідувачів. Особливо актуальними та затребуваними ці інноваційні механізми функціонування мистецьких закладів виявились в умовах пандемії COVID-19.

Інтеграція віртуальної і доповненої реальності у мистецький світ змінює не тільки сприйняття мистецтва, але й те, яким чином його створено. Художники використовують ці технології для того, щоб занурити глядачів у свою роботу, пропонуючи багатовимірний досвід, що виходить за рамки традиційних засобів. Тож можна стверджувати, що «цифровий досвід не лише змінює наші звичні способи сприйняття мистецтва, навіть якщо воно існує в традиційних просторах, але й модифікує самі підходи до презентації культури» [16].

Наведемо приклади використання цифрових інноваційних технологій для розвитку туристичної сфери. Завдяки використанню віртуальної реальності для екскурсій є можливість відвідування віддалених туристичних місць, які можуть бути недоступні в реальному житті (США, Китай, Японія, Франція та ін.). Наприклад, деякі музеї та туристичні компанії пропонують віртуальні тури до Гранд-Каньйону (США) за допомогою віртуальної реальності. Це дозволяє користувачам досліджувати каньйон з будь-якої

точки зору та долучитися до екскурсійних програм, які були б недоступні через фізичні обмеження.

Деякі компанії розробляють віртуальні тури до Великої китайської стіни (Китай), де користувачі можуть відвідати різні ділянки стіни, включаючи ті, які розташовані у важкодоступних місцях. Віртуальні тури до храмів міста Кіото в Японії дозволяють відвідувачам досліджувати ці святині, включаючи внутрішні приміщення та сакральні місця, які можуть бути недоступні для загального публічного доступу.

Віртуальну реальність використовують для створення віртуальних екскурсій до Версальського палацу (Франція). Це дозволяє користувачам досліджувати кімнати, парки та архітектурні деталі палацу, навіть якщо вони знаходяться на великій відстані від нього. Значне місце у культурному туризмі займають художні галереї. Віртуальні тури як фізичними, так і цифровими галереями стають все більш популярними, адже дають можливість знайомитись з експозиціями і колекціями, знаходячись будь-де і будь-коли. Доступні та широкі можливості цифрових технологій неабияк сприяють зростанню інтересу туристів [16].

На думку дослідників, незабаром у світі з'являться великі архіви оцифрованого мистецтва, котрі популяризуватимуть його поза межами галереї, сприятимуть його каталогізації та забезпечуватимуть збереження творів мистецтва у цифровому форматі, що врятує оригінали, якщо з ними щось трапиться [16]. Роботизація, VR, AR, ШІ тощо – це одні з багатьох світових трендів, перспективних напрямків розвитку культурного туризму. Наприклад, ШІ використовують для творення контенту у творчих галузях, допомагає креативним творцям більш ефективно зіставляти вміст із аудиторією, вивчаючи та класифікуючи уподобання користувачів тощо.

Уряди країн світу та потенційні інвестори зосереджують своє фінансування на розробці інновацій та розвиток новітніх напрямів діяльності в креативному секторі. Цифрові технології привертають увагу все більшої



кількості креативних талантів, які, локалізуючись, формують кластери та хаби креативних індустрій за підтримки урядових структур.

Отож, у світі упродовж кількох останніх десятиріч активно впроваджуються інноваційні стратегії у культурному туризмі. Сучасні креативні індустрії все більше пов'язують з інноваційними цифровими технологіями та переходять з діяльності в офлайн середовищі в онлайн простір. Вищезначені інноваційні стратегії, що спостерігаються у світовій практиці культурного туризму, нині частково притаманні й Україні, а на перспективу можуть бути ширше використані Україною для розвитку цієї галузі.

### **2.3. Стан і перспективи впровадження креативних індустрій у сферу культурного туризму в Україні**

Україна володіє багатою туристично-рекреаційною культурою, унікальними культурно-історичними пам'ятками, самобутнім національним мистецтвом, оригінальними виробами народних ремесел. Усі зазначені фактори привертають увагу туристів з усього світу, виокремлюючи окремий вид туризму – культурний туризм. Основною метою цього виду туризму є ознайомлення з культурою і культурним середовищем дестинацій, включаючи архітектуру, пам'ятки містобудування, природи, історії, знайомство з традиціями місцевих жителів та їх побутом, народними промислами, мистецтвом, різноманітними формами дозвілля. Культурний туризм передбачає участь в культурних заходах, у тому числі фестивалів, відвідування музеїв, історичних місць, інших об'єктів культурної спадщини. Інноваційними підходами до розвитку культури і культурної спадщини виступають креативні індустрії, які характеризуються значним потенціалом для формування сучасних культурних кластерів [6].

Слід зазначити, що до 2014 р. в Україні достатньо уваги розвитку креативних індустрій не приділялося. Загалом на рівні влади було відсутнє розуміння їх значущості та необхідності розвитку [23]. Згодом, у 2014-2015 рр., була прийнята «Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року» [11], а 01 лютого 2016 р. – розпорядження №119-р Кабінету Міністрів України «Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ», згідно якого стратегічними напрямками реформ було визнано «підтримку інновацій, нових знань, креативних індустрій, що відповідають викликам XXI століття» [44].

Крім того, у 2016 р. Міністерство культури України вперше створило спеціальний відділ проблем розвитку культурних і креативних індустрій. 2017 р. в Україні було створено Український культурний фронт (далі – УКФ)

– інституцію, що покликана формувати нову модель надання на конкурсних засадах державної промоції та багатовекторної підтримки ініціатив у сфері культури та креативних індустрій [25, с. 4]. УКФ займається підтримкою і розвитком креативного сектору економіки України. Його діяльність сприяє розвитку в Україні національної культури і мистецтва, забезпеченню сприятливих умов для розвитку інтелектуального та духовного потенціалу особистості та громадськості, вільному доступу громадян до національного культурного надбання, підтримці культурного багатства та інтеграції у світовий культурний простір. Так, в Україні функціонує величезна кількість об'єктів культури, відбувається чимало різноманітних івентів, та велика частина з них відома лише на регіональному/національному рівні і потребує популяризації на міжнародній арені.

У зв'язку з пандемією коронавірусу розвиток креативних індустрій пригальмувався, реалізація арт-проектів призупинилася. Для підтримки цього важливого сектору культури влітку 2020 р. було ухвалено закон, що регулює надання фінансової державної підтримки культурним закладам, студіям та компаніям [41].

На думку Х. Плецан, місія/візія креативних індустрій полягає в популяризації культури української нації, культурно-історичних цінностей, культурної спадщини, креативних ініціатив і проектів, сучасних феноменальних творінь. Це є пріоритетним напрямом розвитку культурно-креативного простору, що забезпечує розширення співпраці на міжнародному рівні та сталий розвиток суспільства загалом [38, с. 221].

Ключовими секторами креативних індустрій в Україні є: аудіовізуальні послуги; продукція індустрії моди і дизайну; пам'ятки культурної спадщини, які збагачують фонди бібліотек, музеїв та виставок; традиційна культура, що об'єднує ремесла й декоративно-прикладне мистецтво та інші.

Дослідник В. Ціватий вважає, що на даний час в Україні ще рано говорити про «креативні індустрії як про інституціонально сформований сектор культури». Це пов'язано із низкою обмежень, які мають переважно

економічний характер [56]. На думку В. Ціватого, «розуміння креативної (творчої) індустрії більше як соціального явища, ніж культурологічного, створює проблему її нерівномірного інституціонального розвитку» [56, с. 49]. На регіональному рівні творчі кластери можуть створювати конкурентоспроможність регіонів, як зараз це відбувається у ряді європейських країн і точково в Україні (Київ, Львів, Рівне, Чернівці, Одеса).

Досвід України у впровадженні та розвитку креативних індустрій є не достатньо великим. В основному він представлений у діяльності окремих творчих і креативних компаній. Проте, як зауважує В. Циватий, в Україні вже спостерігаються певні досягнення у формуванні креативних індустрій у деяких регіонах, зокрема у Києві, Одесі, Львові та інших містах. Окрім цього, креативний кластер активно розвивається у Вінниці, Тернополі та Ужгороді. Діяльність креативних кластерів, як правило, сконцентрована на створенні смислових творчих одиниць, які слугують основою для створення туристичного бренду регіону [56].

Важливу роль в організації культурного туризму та розвитку креативних індустрій відіграє місто Львів. Протягом останніх років там активізувались громадські діячі та міська влада, що призвело до створення креативних просторів у колишніх промислових зонах міста. Серед них слід виділити такі, як «!FESTrepublic», «Фабрика повидла», «Lem Station» завод «РЕМА», бізнес-центр «Промисловий», бізнес-ситі «Технопарк», а також ІТ-підприємства, які орендують колишні промислові об'єкти та інші.

Ще одним креативним простором і проектом потужного львівського ІТ-кластер у перспективі стане креативний квартал – Innovation District IT Park, площею 10 га. Тут планують збудувати офіси для ІТ-компаній, лабораторії та навчальні корпуси для студентів, дитячий садочок, готель на колишній промисловій зоні. Цей квартал передбачає високу концентрацію установ та людського креативного капіталу для створення інноваційного продукту та промоції міста.

Зазначимо, що процесу формування креативних просторів сприяє «Стратегія розвитку культури Львова до 2025 року» [49]. Попри популяризацію культури, креативного сектору громадськості, міській владі та підприємницькому сектору варто розробити інвестиційну стратегію, оскільки на побудову нових креативних просторів потрібні значні внутрішні та зовнішні інвестиції. Значно сприятиме розвитку креативної індустрії кластеризація цієї сфери, що призведе до стимулювання сектору високотехнологічних послуг, капіталізації інноваційних активів, активізації ділового та культурного туризму і рекреації, покращенню іміджу міста тощо.

Населені пункти або регіони, які згадуються у фільмах, літературних творах, викликають значний інтерес у любителів культурно-пізнавального туризму. У різноманітних кінострічках, літературних і музичних творах, а також в образотворчому мистецтві, які належать як українським, так і зарубіжним авторам, можна знайти згадки про міста та села України. Наприклад, фільми «Заборонена зона», «Чорнобиль», «Міцний горішок 5: Гарний день, аби померти» популяризують місто Прип'ять. Літературні твори, такі як «Наталка Полтавка» Івана Котляревського, «Маруся Чурай» Ліни Костенко популяризують Полтаву. Твір Григорія Квітки-Основ'яненка «Конотопська відьма» – місто Конотоп та інші [35, с. 116].

Фестивалі, які проходили у всіх куточках нашої країни до російсько-української війни 2022 р., формували яскраву сторінку креативних індустрій. Історія фестивалів в Україні почалася у 1989 р. з проведення музичного фестивалю «Червона рута» у Чернівцях. У 1991 р., перед проголошенням незалежності України, в місті Дубно Рівненської області відбувся перший рок-фестиваль. У 1992 р. розпочалася історія музичного фестивалю «Таврійські ігри», який збирав виконавців з багатьох країн світу та тисячі глядачів у місті Каховка на Херсонщині.

Упродовж останніх кількох років найбільш популярним музичним фестивалем України є «Atlas Weekend», який у 2021 р. побив власний рекорд відвідуваності, досягнувши позначки 600 тис. осіб. Також широковідомими є

такі музичні фестивалі, як «ZaxidFest», «Бандерштат», «UPark», «Файне місто», «Respublica», «Leopolis Jazz Fest» та інші.

Щорічний міжнародний фестиваль «Книжковий арсенал» у Києві – це захід, котрий визначає літературні тенденції з 2011 р. Це інтелектуальна подія, що об'єднує літературну, візуальну та художню складові, кожна з яких порушує актуальні питання сучасності. Щороку українські видавництва випускають новинки спеціально для «Книжкового арсеналу», щоб презентувати їх аудиторії на книжковій виставці. Крім цього, за всі роки проведення фестивалю, його відвідало більш ніж 500 українських та закордонних авторів, які представили там свої книги у поєднанні з публічними читаннями, брали участь у дискусіях та круглих столах і звичайно роздавали автографи.

Традицію проведення літературних фестивалів продовжує «Форум видавців» у Львові. За довгу фестивальну історію його відвідали понад 2 500 авторів з 43 країн світу, 15 тисяч фахівців книжкової галузі та десятки тисяч читачів [31].

Серед гастрономічних фестивалів в Україні популярними є Свято сиру і вина, Національне свято шоколаду (м. Львів), гастрономічний фестиваль «Галицька дефіляда» (м. Тернопіль), винний фестиваль «Червене вино» (м. Мукачево) та інші.

У Луцьку в стінах Луцького замку щорічно проходить гастрономічний фестиваль «Lutsk Food Fest», де представлені заклади харчування і кулінари з різних куточків України. Також на фестивалі свою продукцію представляють унікальні крафтові виробники. Lutsk Food Fest відвідує велика кількість як жителів міста, так і туристів. На території Луцького та Окольного замків уперше в 2024 р. був проведений «ЛюбArt Fest». Його мета полягає не тільки в популяризації міста Луцьк як привабливого туристичного центру, а й в культурному розвитку гостей та мешканців міста завдяки різним стилям танців і жанрів музики. До того ж фестиваль дає можливість проявити учасникам на сцені свій творчий потенціал. Також, що найбільш важливо у

наш час, протягом заходу можна приєднатися до благодійності на підтримку Збройних Сил України.

Окремий сегмент формують етнофестивалі, які презентують фольклорне багатство, побут і звичаї, культурні цінності, духовну та матеріальну спадщину українського народу або окремих його етнічних груп. Найбільше етнофестивалів щороку проходить у західних областях України. Серед найвідоміших – «Маланка-фест» (м. Чернівці), «Проводи отар на полонину» (с. Міжгір'я на Закарпатті), фестиваль гончарства (с. Опішне на Полтавщині), «Лемківська ватра» (с. Кострино на Закарпатті) та інші [57].

На Волині раз у два роки у серпні місяці тривалий час проводився міжнародний фестиваль «Поліське літо з фольклором». Серед учасників фестивалю – колективи з різних країн світу і континентів, котрі презентують яскравий, автентичний фольклор своїх народів. У рамках фольклорного дійства відбуваються ярмарки майстрів народної творчості України та країн-учасниць фестивалю, майстер-класи з народних ремесел, фестивалні концерти, розважальні програми, дегустації та приготування національних страв тощо.

Крім того, свою традицію мають низка історичних, театральних, кінематографічних та інших фестивалів. У 2016 р. в Україні намітився «фестивальний бум», і з того часу на території нашої держави щороку відбувалося кілька сотень фестивалів. 26 із них увійшли до складу великої фестивальної спільноти Європи та отримали європейський «знак якості». Це, зокрема, EFFE Label 2019-2020 (EFFE – це проект Європейської асоціації фестивалів (EFA) при сприянні ЄС, який об'єднує понад 2,5 тис фестивалів; «знак якості» дається раз на два роки і є своєрідним європейським фестивальним «Оскар»).

Місцеві громади використовують фестивалі як інструмент промоції регіону, для підкреслення його колориту, самобутності і неповторності. Це підвищує його туристичну привабливість, і, разом з тим, вирішує ряд соціально-економічних проблем. Майстер-класи, фестивалі народних

ремесел, тематичні заходи з нагоди найважливіших християнських свят вже стали однією з візитівок багатьох етнографічних музеїв, музеїв народної творчості та покликані популяризувати нематеріальну культурну спадщину, використовувати її як потужний туристичний ресурс.

В умовах, коли музеї у зв'язку з війною можуть дещо послабити свою комунікацію з відвідувачем, саме креативні індустрії, упровадження їх в політику музеїв, є дієвим інструментом виправлення ситуації, що склалася. Такі музеї йдуть далі і кардинально осучаснюють концепцію своєї діяльності. Крім того, відкривається низка інтерактивних музеїв. Такі музеї – це приклад ефективного впровадження новітніх маркетингових стратегій та креативних індустрій у сферу культурного туризму. У 2020-х рр. вони стали досить популярними в Україні, оскільки у діяльності застосовують інноваційні методики й технології, спрямовані на задоволення освітніх, пізнавальних, психологічних і духовних потреб відвідувачів. Інтерактивність цих музеїв виявляється у диференційованому підході до різних категорій і груп відвідувачів, упровадженні в екскурсії ігрових елементів. Такі музеї надають можливість відвідувачеві самостійно обирати шляхи і форми дослідження та взаємодіяти із артефактами або перебувати в центрі історичних подій, що викликає неабиякий інтерес і сприяє високій відвідуваності, а, отже, зростанню пізнавальної активності екскурсантів.

В Україні таких прикладів уже чимало, Так, у Львівському музеї історії релігії став традиційним «Родинний день у музеї». Серед заходів – інтерактивна екскурсія з елементами гри. Її проводять костюмовані персонажі, які акцентують увагу на найцікавіших експонатах, яскравих фактах, захоплюючих легендах. Під час наукової конференції для школярів, яку проводить Національний художній музей України (м. Київ), учні перевтілюються у мистецтвознавців, фольклористів, істориків, музейників і активно ведуть дискусії щодо запропонованих музеєм тем. Тому такі музеї, безперечно, є гідним прикладом ефективного втілення інноваційних стратегій у культурному туризмі.



Окремі музеї України успішно застосовують такі методики у роботі з учнями, як арт-терапія, ігрова терапія, аудіо терапія. Це сприяє психічному і духовному розвитку школярів, їх кращій адаптації до життя в соціумі. Інтерактивні музеї можуть знайомити школярів з професіями. Так працює у Києві, наприклад, Музей залізничного транспорту. У ньому представлені зразки залізничних вагонів і паровозів. Їх можна чіпати, заходити всередину, детально оглядати. Державний музей авіації імені Олега Антонова є найбільшим історико-технічним музеєм у Східній Європі. У цьому музеї дозволяють заходити в кабінку літака, аби відчутти себе пілотом. А музей «KidsWill» у м. Києві – це справжня міні-держава, в якій можна обрати будь-яку професію, і, виконавши певні функції посадових обов'язків, отримати заробітну плату. Інтерактивними є переважна більшість музеїв-скансенів в Україні, музеїв науки і техніки, художні музеї, ін.

Серед найбільш затребуваних серед місцевих мешканців та гостей міст – Музей популярної науки і техніки «Експериментаніум», Музей води, Науково-природничий музей (м. Київ), Музей цікавої науки (м. Одеса), Музей «D.S. Секретна аптека» (м. Львів), Музей цікавої науки і техніки «Еврика» (м. Львів) та інші [57].

У 2023 р. в Луцьку відкрили креативний музейний простір «Окольний замок». Це новий туристичний об'єкт, створений на основі відреставрованих пам'яток архітектури національного значення, таких як Вежа князів Чорторійських із частиною оборонного муру і Монастир єзуїтів із підземеллями. У приміщеннях знаходяться галерея рицарства, експозиція навчального процесу в єзуїтському колегіумі, мультимедійна система з інтерактивним смарт-табло, шоломами віртуальної реальності тощо. Завдяки сучасним інтерактивним засобам відвідувачі можуть перенестись в історичне минуле Луцька початку XVII століття [28]. Також у музейному просторі «Окольний замок» можна пройти квест «Загублена душа Ганни Войтехової», в основі якого лежить реальна історія луцької міщанки, дружини місцевого столяра Войтеха.

Сучасний культурно-креативний простір України характеризується потужним розвитком культурних практик, інноваційної діяльності, креативних проєктів, івентів і фестивальної діяльності, що підтримує та допомагає розвиватись виконавцям, жанрам і напрямам креативних індустрій. В останні кілька років в Україні спостерігаються процеси активізації становлення та розвитку сфери креативних індустрій. На 2022 рік цілі та амбіції з розвитку креативних індустрій в Україні були досить значні. Багато з них не були реалізовані у зв'язку з повномасштабним вторгненням росії в Україну. Українсько-російська війна відбирає ресурси на шкоду культурному розмаїттю. Як констатують в УКФ, «під час війни креативні індустрії зазнали відтоку талантів, скорочення фінансування, зниження попиту на культурні продукти та послуги, негативних наслідків розірваних ланцюгів постачання. Державні кошти, які в мирний час виділялися на культуру, в умовах воєнного стану спрямовані на підтримку Збройних Сил України» [48]. Однак Україна і сьогодні має великий потенціал для розвитку креативних індустрій.

Нині наша країна зіштовхнулася з пришвидшеними євроінтеграційними процесами, що буде значно сприяти розвитку українського культурного продукту та креативних індустрій. Зараз увага всієї європейської спільноти прикута до усіх подій в Україні, що дає нам змогу показати свою національну ідентичність та самобутність, довгу історію та розмаїття української культури.

Імідж України, її місце у світі та міжнародні зв'язки залежать від того, наскільки раціонально та з користю для себе країна презентує свою культуру. Відомо, що останні роки Україна демонструє значний розвиток сфери креативних індустрій, але, щоб рухатися далі, потрібно систематизувати наявні результати та оцінити динаміку цього процесу, спираючись на позитивний досвід країн Європейського Союзу.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну у лютому місяці 2022 р. показало, що Україна є центром національної ідентичності завдяки своїм

історичним традиціям та багатовіковій культурі української нації, які разом з представниками інших національностей, громадян України створюють відчуття патріотизму для зміцнення стійких переваг України та її економічного зростання.

Слід акцентувати увагу на пріоритетах діяльності креативних індустрій. Адже, як підкреслює Х. Плещан, «нові реалії сьогодення – нові виклики для креативних секторів в Україні» [38, с. 220]. На сьогодні розвиток таких креативних індустрій, як кіноіндустрія, видавнича справа, сценічне мистецтво тощо є необхідними для просування національної культурної продукції. Ці галузі потребують сприяння держави для їх повноцінного розвитку [29]. Останнім часом держава почала приділяти культурі більше уваги, ніж у попередні роки. Одним із пріоритетів у сфері просування національної культурної продукції є розвиток кінематографу.

Слід зазначити, що вплив держави на розвиток креативних індустрій відіграє важливу роль, проте здійснених дій недостатньо. Одним зі шляхів подолання цієї проблеми може бути створення професійних платформ для покращення комунікації представників різних сфер креативних індустрій. Такі простори вже розповсюджені у великих містах, наприклад: Kyiv Smart City (Київ), Тепле місто (Івано-Франківськ), Арт-завод Платформа (Київ), Impact Hub (Одеса) та ін. Проте існує проблема, що не завжди місцева влада вбачає необхідність у створенні таких осередків. Через це представники культурних галузей не мають повноцінного доступу до просторів задля організації роботи.

Із кожним роком в Україні з'являється дедалі більше креативних просторів, що є не лише роботою, а й місцем для спілкування, творчого розвитку, інновацій, освітніх лекторіїв, колаборації культурних проєктів і генерування креативних ідей. Переймаючи кращий світовий досвід розвитку культурно-креативного середовища, українські митці та творчі підприємці поєднують створення, виробництво, поширення та популяризацію культурних послуг і товарів через кластеризацію.

У контексті дослідження кластери можна визначити як «групу творчих підприємств, організацій, інституцій, які розташовані поруч одне з одним і мають достатній масштаб для розвитку культурно-креативних послуг, пропозицій, ресурсів і навичок» [38, с. 217]. Значну частину становлять саме креативні кластери, в основі діяльності яких культурно-творчий розвиток, реалізація та популяризація інтелектуальних і творчих виробництв. Саме креативні кластери є колоборацією виробництва та споживання творчих ресурсів разом з їх виконавцями.

За визначенням Х. Плецан, креативний кластер – це «центр культурного розвитку суспільства та генерування нових ідей, проєктів, взаємодія секторів культурно-креативного середовища, що об'єднує творчих особистостей, культурних діячів, митців і творчих підприємців» [38, с. 217]. Кластерна форма організації креативних індустрій забезпечує особливу форму культурно-креативного простору в системі творчих продуктів і ресурсів. До складу креативного кластера креативних індустрій відносять культурні установи, некомерційні підприємства, заклади мистецтва, наукові інституції, медіа та творчих особистостей.

Синергетичний ефект культурних трансформацій та інновацій забезпечує розвиток креативних практик, ідей і підходів до організації креативних індустрій на основі людиноцентризму у відкритому креативному просторі. Ідеться про діяльність креативних хабів.

Під поняттям «креативний хаб» розуміють творчий центр, який надає простір і забезпечує умови для творчої роботи; спосіб організації роботи, в основі якого лежить динамічне поєднання різноманітних талантів, дисциплін і навичок для посилення інноваційного потенціалу проєкту. Специфіка креативних хабів полягає в розміщенні на багатофункціональній відкритій території, що сприяє культурно-креативній діяльності, натхненню, ефективному спілкуванню, народженню креативних ідей, створенню та реалізації інноваційних проєктів, креативних ініціатив. У науковій літературі

виокремлюють такі основні види креативних хабів: коворкінги, майстерні, інкубатори, лабораторії та кластери [38, с .217].

Як бачимо, нові виклики, діджиталізація та нова парадигма культурного розвитку суспільства сприяють формуванню модернізаційних впливів організації, активізації та популяризації культурно-творчих продуктів креативного простору. Із кожним днем сектори креативних індустрій усе більше розвиваються, забезпечують сталий розвиток суспільства. Проте ключем розвитку креативних індустрій є людський ресурс, що створює мистецтво та культуру, реалізує ідеї та проєкти, зберігає та популяризує культурну спадщину. Саме тому орієнтованість на людину (людиноцентризм) є потужним джерелом натхнення та розвитку креативних індустрій. Х. Плечан у своєму дослідженні акцентує увагу на персоналізації та людиноцентризмі як важливій функції креативних індустрій, «що не лише «реконструює» культурне середовище, а й наповнює його «людинотворчим змістом» [38, с. 220]. Постає потреба у формуванні нового типу світогляду, нового типу людини в культурно-креативному просторі в Україні.

Отже, креативні індустрії в Україні наразі набувають обертів, переміщуючись на верхівку економіки, люди усвідомлюють, що культура – потужний інструмент для духовного розвитку громадян, джерело економічного зростання для країни. Фестивалі, інноваційні простори для творчості, віртуальні та інтерактивні музеї – це ключові чинники, що призводять до розвитку культурної сфери та сприяють подальшій еволюції цього сектору. На нашу думку, враховуючи наявний потенціал і ресурси, Україна може стати потужним центром розвитку і впровадження креативних індустрій і привертати увагу туристів усього світу. Креативні індустрії можуть стати двигуном відновлення України після завершення війни.

## ВИСНОВКИ

Підсумовуючи результати дослідження, ми дійшли до наступних висновків.

У XXI ст. у світі та в Україні зокрема стає все більш актуальним розвиток і впровадження креативних індустрій. Креативні індустрії є відносно новим поняттям в українському контексті, проте не новим явищем у світовій практиці. Поява креативних індустрій пов'язана з індустріальною революцією, що відбувалася у другій половині XIX – на початку XX ст. Творчі індустрії в галузі культури, в тому числі спрямовані на збереження та використання матеріальної і нематеріальної культурної спадщини, є одним з ефективних механізмів як у ціннісному вимірі, так і з позиції підвищення інвестиційної привабливості конкретного регіону чи країни загалом, у тому числі в аспекті культурного туризму.

На сьогодні ще не сформований остаточний погляд на визначення поняття «креативні індустрії». Нерідко його ототожнюють з поняттям «культурні індустрії». Науковці, які розмежовують ці поняття, «культурні індустрії» відносять до творчості і культурної спадщини, а «креативні індустрії» вживають для опису інновацій, створення інтелектуальної власності та прикладної творчості. В Україні поняття «креативні індустрії» закріплено на законодавчому рівні у Законі України «Про культуру» і трактується як «види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості й робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження» [43].

У розпорядженні Комітету Міністрів України № 265-р. від 24.04.2019 р. «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» визначено перелік видів економічної діяльності, що належать до креативних індустрій. Це візуальне і сценічне мистецтво; видавнича діяльність; аудіовізуальне мистецтво; архітектура й урбаністика;

інформаційно-комунікаційні технології; реклама, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги; функціонування музеїв, бібліотек, архівів, ін.

Встановлено, що креативні індустрії є важливою ресурсною базою для культурного туризму, який пов'язаний з відвідуванням історичних, архітектурних, містобудівних та інших пам'яток, ознайомленням з культурою того чи іншого етносу, здійсненням культурного обміну, за допомогою якого і туристи, і місцеві жителі сприймають та пізнають об'єкти культури, а також взаємодіють між собою. На сьогодні у світі існує велика кількість об'єктів креативної економіки, які з кожним роком продукують мільйони туристичних поїздок, що сприяє подальшому розвитку і вдосконаленню сфери культурного туризму.

У наш час у світі спостерігається перехід від традиційних моделей культурного туризму до нових моделей креативного туризму, в основі якого лежить сучасна творчість, інновації та нематеріальний контент, оскільки у XXI ст. турист прагне отримати ґрунтовніші знання, унікальний досвід, незабутні враження та емоції.

Креативні індустрії пропонують інноваційні способи для підвищення культурного досвіду туристів. Вони збагачують туристичні пропозиції та сприяють економічному зростанню через залучення відвідувачів і створення нових робочих місць. Крім цього, креативні індустрії є важливими для збереження і просування культурної спадщини, що робить їх незамінними для ефективного розвитку культурного туризму.

Кожного року у світі реалізується велика кількість творчих ініціатив та проєктів креативних індустрій, які є досить успішними. Вони сприяють ефективному залученню туристів і водночас сприяють культурному розмаїттю та взаєморозумінню, стаючи ключовими елементами у стратегії розвитку культурного туризму. Серед них відзначено фестивалі, присвячені різним галузям (кіноіндустрія, театральне мистецтво, музика тощо), арт-тури, під час яких туристи відвідують художні галереї, музеї, студії митців, тощо.

Визначено, що однією з ключових інновацій у культурному туризмі є використання цифрових технологій, таких як віртуальна і доповнена реальність, мобільні додатки тощо, що дозволяє створювати інноваційні туристичні пропозиції. Інноваційні технології активно впроваджують в музейну діяльність. Інновації стимулюють відкриття нових можливостей розвитку екскурсійної роботи. Це можуть бути нові методи експозиційної роботи, технології віртуальної і доповненої реальності, інтерактивні експонати, аудіо- та відеогіди, мобільні додатки, цифрові колекції, онлайн-ресурси та інші інструменти.

У кваліфікаційній роботі розглянуто стан і перспективи впровадження креативних індустрій у сферу культурного туризму в Україні. З'ясовано, що в Україні лише після Революції гідності 2014 р. почали приділяти належну увагу розвитку креативних індустрій. Саме тоді були прийняті такі документи щодо державної політики у сфері культури, як «Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року» та розпорядження КМУ від 01 лютого 2016 року № 119-р «Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ», у якому одним із ключових стратегічних напрямів реформ в Україні було визнано «підтримку інновацій, нових знань, креативних індустрій, що відповідають викликам XXI століття» [44]. У 2017 р. в Україні було створено Український Культурний Фонд – інституцію, що займається підтримкою і розвитком креативного сектору економіки України.

На сьогодні український досвід упровадження та розвитку креативних індустрій у сферу культурного туризму недостатньо великий. Проте вже є певні досягнення у цій сфері. Свідчення цього – наявність інтерактивних музеїв, які, базуючись на інноваціях, надають відвідувачам можливість взаємодіяти з експозиціями та власноруч проводити дослідження замість традиційного простого спостереження. Сучасний культурно-креативний простір країни характеризується помітним розвитком новітніх культурних практик, інноваційної діяльності, ініціюванням і впровадженням креативних



проектів, фестивальної діяльності, що допомагає розвиватись виконавцям, жанрам і напрямам креативних індустрій. Проте чимало амбітних планів з розвитку креативних індустрій в Україні не були реалізовані у зв'язку із вторгненням росії в Україну у лютому 2022 р. Вважаємо, що Україна має значний потенціал і ресурси для того, щоб стати потужним центром розвитку і впровадження креативних індустрій та привертати увагу туристів з усього світу. Креативні індустрії можуть стати двигуном відновлення України, зокрема, її культурної галузі, після закінчення війни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антошкіна Л. І. Креативні індустрії: проблеми і перспективи розвитку. *Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. / редкол. : О. О. Біляєв (відп. ред.) та ін. Київ : КНЕУ, 2011. Спец. вип. Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи : у 2 ч. Ч. 2. С. 8–13.*
2. Ануфрієва В. М. Інноваційні стратегії у туризмі. *Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених. Маріуполь, 28 вересня 2018 р. Укл.: Перепадя Ф. Л., Мацука В. М., Кіслова Л. М., Семкова Л. В. та ін.; за заг. редакцією д.е.н., проф. Омельченка В.Я. Маріуполь : МДУ, 2018.С. 55–56.*
3. Богатирьова, Г. А., Головань М. Г., Горіна Г. О., Літвінова-Головань О. П., Коптева Т. С., Снігур К. В. Спеціалізований туризм : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2021. 173 с.
4. Вакуленко К. Розвиток креативного сектору світової економіки. *Проблеми глобалізації та регіоналізації світової економіки: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. студ. та молод. вчених (м. Тернопіль, 14–15 квіт. 2016 р.) / редкол.: С. В. Гродський, І. Я. Зварич, О. С. Карась та ін.; відп. за вип. Є. В. Савельєв. Тернопіль : ТНЕУ, 2016. С. 38–40.*
5. Василюк М. А. Роль культурних та креативних індустрій у забезпеченні сталого розвитку. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2021. Т. 6. Вип. 1. С. 40–44.*
6. Васильєва О., Домашенко С., Каптюх Т. Спеціалізований туризм як система креативних індустрій. *Економіка та суспільство. 2023. № 50. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-54>.*

7. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Безкоровайна Л. В. Креативні індустрії як нова модель зростання туристичної економіки. *Всеукраїнська науково-практична конференція «Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції»*. Дніпро, 27 травня 2022 року. Дніпро : Дніпровський гуманітарний університет, 2022. С.13–15.
8. Верховна Рада України прийняла за основу проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)» (законопроект № 3377 від 22.04.2020 р.).
9. Галахова Т. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2014. № 9 (4). С. 9–13.
10. Галюк С. В. Креативні індустрії як складова сучасної культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 1. С. 119–125.
11. Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року. Альянс Культури, 2014–2015. 37 с. URL: [https://www.cultura.kh.ua/images/stories/innovaciyna\\_diyalnist/dovgostr\\_okuva\\_strategiya\\_rozv\\_.pdf](https://www.cultura.kh.ua/images/stories/innovaciyna_diyalnist/dovgostr_okuva_strategiya_rozv_.pdf) (дата звернення 05. 05. 2024 р.).
12. Залучення грантових коштів для розвитку туристичної галузі в регіоні. Практичні поради. Методичний посібник на допомогу працівникам сфери культури і туризму, представникам туристичного бізнесу та суміжних сфер діяльності/«ДОНМЦК»; упоряд. Лимаренко В.М. Краматорськ : Б. в., 2021. 68 с.
13. Засядьвовк О. А. Культуротворчість івент-практик у контексті розвитку креативних індустрій. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали VII Всеукр. наук. конф. молод. вч., асп.*

*та магістран.* / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. ; Наук. тов. студ., асп., доктор. і молод. вч. (Київ, 02 листопада 2023 р.). Київ : НАКККиМ, 2023. С. 38–41.

- 14.Збереження багаточислової історії Єгипту. URL: <https://artsandculture.google.com/project/preserving-egypt> (дата звернення 02. 05. 2024 р.).
- 15.Євграфова А., Прокопенко Н. Культурні індустрії в українському дискурсі: пошуки синергії смислів. *Образ.* 2018. № 3(29). С. 6–17.
- 16.Інноваційні проєкти на межі мистецтва й технологій. На прикладі музеїв та художніх галерей (оглядова довідка за матеріалами преси та інтернету за 2020–2021рр.). URL: [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch\\_ogliadi/2021/Cif.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2021/Cif.pdf) (дата звернення 24. 04. 2024 р.).
- 17.Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій: збірник наукових праць / ред.: А. М. Вергун та ін. Київ : КНУТД, 2022. 280 с.
- 18.Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: навч. посібн. Київ : Вид-во «Знання», 2011. 334 с.
- 19.Кобеля-Звір М. Я. Гранти програми Європейської Комісії «креативна Європа» для представників культури та креативних індустрій. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* 2023. № 41. С. 80–85.
- 20.Ковальова Т. Культурні та креативні індустрії в розвитку культури суспільства. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали VII Всеукр. наук. конф. молод. вч., асп. та магістран.* / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. ; Наук. тов. студ., асп., доктор. і молод. вч. (Київ, 02 листопада 2023 р.). Київ : НАКККиМ, 2023. С. 40–41.

- 21.Копієвська О. Р. Креативне місто: від теорії до практики. *Креативні індустрії в сучасному культурному просторі: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф.*, Київ, 26 травня 2016 р. Київ : НАКККіМ, 2016. С. 102–104.
- 22.Кочеткова А. Культурний туризм в Україні: визначення, особливості, проблеми та перспективи. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kochetkova2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kochetkova2.htm) (дата звернення 12. 05. 2024 р.).
- 23.Креативні індустрії – радикальні зміни. URL: <https://gwaramedia.com/kreatyvni-industriyi-shho-de-yak/> (дата звернення: 13.05.2024).
- 24.Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. URL: <https://tourlib.net/stattiukr> (дата звернення 12. 05. 2024 р.).
- 25.Культура та креативність для порозуміння та розвитку: Стратегія Українського культурного фонду на 2019-2021 роки. *Український культурний фонд*. URL: <https://ucf.in.ua/storage/docs/12022019> (дата звернення 24. 04. 2024 р.).
- 26.Лозинський Р., Кучинська І. Спеціалізований (нішевий) туризм: розвиток концепції в українській і зарубіжній науковій літературі. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2018. Вип. 52. С. 170–182.
- 27.Львів у UNESCO URL: <https://lviv.travel/ua/news/unesco>
- 28.Матвійчук Л. Ю., Корсак В. І. Розвиток туристичних дестинацій Волині в умовах невизначеності. Луцьк : ЛНТУ, 39 с.
- 29.Маруховська-Картунова О. Розвиток сфери культурних та креативних індустрій в Україні в контексті євроінтеграційних процесів. *Український мистецтвознавчий дискурс*. Київ, 2022. Спецвипуск. С. 28–38.

30. Маруховська-Картунова, О. О. Успішні практики міжнародних проєктів культурних та креативних індустрій програми ЄС «Креативна Європа» в Україні. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-322-4-15> (дата звернення: 13.05.2024).
31. Найвідоміші фестивалі в Україні: якими були перші фести і як розважається наша молодь сьогодні. URL: [https://fun.24tv.ua/nayvidomishi-festivali-ukrayini-oglyad-vid-1990-ukrayina-novini\\_n1708419](https://fun.24tv.ua/nayvidomishi-festivali-ukrayini-oglyad-vid-1990-ukrayina-novini_n1708419) (дата звернення: 05.03.2024).
32. Отрішко М. А. Використання культурних та креативних індустрій як шлях ревіталізації малого міста. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 3. С. 40–45.
33. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 05.03.2024).
34. Панова І. О., Степаненко В. І. Креативна економіка як фактор формування міжнародного туристичного іміджу країни. *Бізнес Інформ*. 2022. № 3. С. 72–78.
35. Панова І. О., Степаненко В. І. Креативні індустрії як чинник розвитку туризму в Полтавській області. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2022. Вип. 15. С. 115–124.
36. Перерва І. М. Обґрунтування критеріїв креативних індустрій. *Бізнес Інформ*. 2021. №1. С. 27–33. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-27-33> (дата звернення 05. 05. 2024 р.).
37. Петрова І. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. *Питання культурології*. 2022. № 39. С. 63–77.
38. Плецан Х. Концептуальні підходи до визначення детермінант креативних індустрій у контексті культурологічного підходу. *Культурологічний альманах*. 2022. Вип. 4. С. 210–225.

39. Податкові надходження у сфері креативних індустрій в Україні: I квартал 2022 vs I квартал 2021. URL: <https://mkip.gov.ua/news> (дата звернення: 05.04.2024).
40. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії». Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19> (дата звернення 05. 05. 2024 р.).
41. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show> (дата звернення 24. 04. 2024 р.).
42. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/> (дата звернення: 04.03.2024).
43. Про культуру. Закон України від 14 грудня 2010 року № 2778-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show>. (дата звернення: 05.03.2024).
44. Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ: розпорядження Кабінету Міністрів України № 119-р від 01.02.2016 *Урядовий портал : державний сайт України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80#Text> (дата звернення 05. 04. 2024 р.).
45. Про Український культурний фонд. Закон України. URL: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1976-19> (дата звернення 05. 05. 2024 р.).
46. Радіонова О., Оболенцева Л., Александрова С. Креативність і туризм: діалектика взаємозв'язку (міжнародний досвід). *Науковий*

- вісник Ужгородського національного університету*. 2020. Вип. 29. С. 131–141.
47. Снігірьова Л. М. Творчі індустрії та культурні практики як фактор креативного розвитку регіонів. *Культурологічний альманах*. Вип. 7. Вінниця : ТОВ Нілан-ЛТД, 2018. С. 102–105.
48. Стан культури та креативних індустрій під час війни – результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022> (дата звернення 12. 04. 2024 р.).
49. Стратегія розвитку культури 2025. URL: <https://isc.lviv.ua/wp-content/uploads/2019/02/strategiya-rozvytku-kultury-2025.pdf> (дата звернення 21. 04. 2024 р.).
50. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020». Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015. (2015). URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення 05. 05. 2024 р.).
51. Український культурний фонд (УКФ). URL: <https://ucf.in.ua/> (дата звернення 21. 04. 2024 р.).
52. Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. URL: <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/> (дата звернення 24. 04. 2024 р.).
53. Фоміна А. Нематеріальна культурна спадщина як складова креативної економіки та креативних індустрій. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали VII Всеукр. наук. конф. молод. вч., асп. та магістран. / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. ; Наук. тов. студ., асп., доктор. і молод. вч. (Київ, 02 листопада 2023 р.)*. Київ : НАКККіМ, 2023. С. 65.
54. Халахова Т. О. Креативні індустрії: теоретико-методологічні підходи вивчення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2021. № 52 С. 170–182.



- 55.Ціватий В. Г. Культурна спадщина, культурні та креативні індустрії в умовах поліцентричного світоустрою XXI століття: інституціональна історія і сучасні міжнародні відносини (темпоральний дискурс). *Креативний простір*. 2022. № 10. С. 24–26.
- 56.Ціватий В. Г. Культурні та креативні індустрії у сфері музеєзнавства і пам'ятокознавства: новації музейної педагогіки. *Культурологічний альманах*. 2022. URL: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.1.15> (дата звернення 05. 05. 2024 р.).
- 57.Чорна Н. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*, (48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-37>.
- 58.Шумейко Л. М. Культурні та креативні індустрії: історія та сучасність. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». 2021. Вип. 8. С. 456-460.
- 59.Щеглюк С. Д. Активізація культурного туризму як драйвера розвитку креативної індустрії України. *Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку»*. Київ, 16 березня 2018 р. Київ : КНЕУ, 2018. С. 204–209.
- 60.Щурко У. В. Креативні індустрії в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48. С. 172–176.
- 61.Як економізувати культурні та креативні проекти: досвід інших країн та чи можливо в Україні. URL: <https://creativeeurope.in.ua/posts/ccs-projects-economization>. (дата звернення 05. 05. 2024 р.).
- 62.Як культура та креативні індустрії впливають на розвиток регіонів? Про це дискутували під час туристично-економічного форуму «Туризм в Україні: вимоги сьогодення». *Український культурний*

*фонд*. URL: <https://ucf.in.ua/news/12062023> (дата звернення 05. 05. 2024 р.).

63. Creative Industries Economic Estimates. Department for Culture, Media and Sport. London. (2014). 28 p. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/499683/CIEE\\_Methodology.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf) (дата звернення 21. 04. 2024 р.).
64. Kunsthaus Graz. URL: <https://www.museum-joanneum.at/kunsthaus-graz> (дата звернення 21. 04. 2024 р.).
65. O'Connor J. (2000) The Definition of 'Cultural Industries'. The European Journal of Arts Education, Vol. 2. No. 3. Pp. 15–27. URL: <https://eprints.qut.edu.au/43877/2/43877.pdf> (дата звернення 21. 04. 2024 р.).
66. UN Creative economy report (2010) UNCTAD. Creative economy : a feasible development option. 422 p. URL : [https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf) (дата звернення 21. 04. 2024 р.).