

140 с.

4. Денисик Г.І. Селитебні ландшафти Поділля / Г.І. Денисик, О.І. Бабчинська. – Вінниця, ПП «Видавництво Теза», 2006. – 256 с.

5. Шищенко П.Г. Прикладная физическая география / П.Г. Шищенко. – К.: Вища школа, 1988. – 192 с.

6. Экология города: Учебное пособие / Под ред. В.В. Денисова. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2008. – 832 с.

УДК 338.48-44(1-21)(043.2)

Данило М. А., Медвідь Л.І.
Мукачівський державний університет
м.Мукачево
marinka44553@gmail.com
me_lar@ukr.net

КРЕАТИВНІСТЬ МІСТА ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В ТУРИЗМІ

Однією з найбільш актуальних тем, пов'язаних з формуванням міського простору, є креативність. Креативність у розвитку сучасного міста розглядається як ресурс формування позитивного іміджу міста та його інфраструктури, що стимулює фінансові інвестиції, притягує нові інтелектуальні ресурси, а також туристів.

Термін «креативність» в широкому значенні означає творчість. До останнього часу і у вітчизняній, і у зарубіжній науковій літературі ці два терміни розглядалися як взаємозамінні. Вперше поняття «креативне місто» було використано в 1995 році англійськими вченими Ч. Лондр та Ф. Б'янчін. В їх розумінні термін «креативне місто» є «поняттям, зосередженим на потенціалі індустрії культури, щоб зробити місто особливим та унікальним» [1]. Дослідники стверджують, що ідея креативних міст полягає у вивільненні, приборканні та розвитку потенціалу людей і організацій через науку, мистецтво, технології або соціальну сферу для становлення індивідуальності міста.

Прикладами міст, де концепція креативності успішно реалізовується на практиці є Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Сан-Франциско, Сіетл, Бостон, Денвер, Болдер, Торонто, Монреаль, Лондон, Манчестер, Берлін, Барселона. Амстердам, Бірмінгем, Варшава, Хельсінкі, Осло та інші.

В Україні з 2011 р. реалізується проект «Творимо креативні міста в Україні». Його метою є зробити доступною інформацію про концепцію творчих міст, поділитися підходами та досвідом для використання креативності у розвитку міст України та сприяти формуванню сектору креативної економіки (креативних індустрій).

Сутність концепції креативного міста полягає в тому, що місто створює умови для виховання, залучення ззовні та утримання власного креативного класу і його концентрації в місцях, де він може розвиватися. Імідж міста формують креативні індустрії, що розглядаються як сфери, в яких тісно пов'язуються мистецтво, культура, інновації та бізнес, які засновані на використанні творчого потенціалу людини, підсиленому розвитком новітніх інформаційних та комунікаційних технологій. Сектор креативної економіки формує середовище для реалізації творчого потенціалу, формування бренду території [2].

Креативний сектор розвивається переважно у великих містах, в яких раніше виникла потреба інвестування в культуру. Ці ініціативи виразно впливають на образ міста. У багатьох містах підтримка креативного сектору є невід'ємною частиною політики розвитку людського капіталу або розвитку місцевих спільнот. Зміни, що відбуваються в процесі розвитку креативної сфери (виникнення нових привабливих культурних і освітніх об'єктів, творчих суб'єктів), впливають на туристичний простір, сприяють підвищенню туристичної привабливості та формуванню образу креативного міста.

Креативність туристичного міста забезпечується сукупністю наступних компонентів: наявність високорозвиненої індустрії гостинності, різноманітність пам'яток, що дозволяють задовольняти різноманітні туристські інтереси та

потреби, високий рівень транспортної доступності, високий рівень розвитку міської інфраструктури та наявність сприятливого міського середовища.

В контексті концепції креативного міста до цих характеристик обов'язково додається наявність у місті креативного сектору [3]. Ініціативи креативного сектору мають важливе значення у формуванні туристичного простору міста. Креативний туризм дає можливість розвитку креативного потенціалу адміністративно-територіальних одиниць, в яких організовується дозвілля. Характерною рисою креативного туризму є активна участь туриста в пропонованому досвіді, контакт з наукою і культурою. Турист є не лише пасивним спостерігачем, а безпосереднім учасником подій [4].

Креативний туризм часто розглядають як форму культурного туризму. З цієї точки зору креативний туризм трактується як нова генерація туризму, яка вимагає ангажування та відкриття креативності в межах міст, трактування її як засобу формування нових можливостей для задоволення потреб туристів, які постійно розвиваються. Розвиток креативного туризму опирається на креативні культурні запаси, які приваблюють мандрівників до місця призначення [5].

Площадками для розвитку культурної та творчої інфраструктури, нових трендів, ресурсів і продуктів для туристської індустрії креативного міста стають креативні простори або цілі креативні квартали, що сприяють формуванню нових культурних і ділових продуктів регіону: подієвих майданчиків, виставкових майданчиків, театрів, музеїв, галерей, розвиваючих центрів. Креативні простори багато в чому доповнюють традиційні моделі культурного туризму новими формами на основі нематеріальної культури і сучасної творчості. Креативні індустрії включають безліч різних галузей у тому числі: реклама, анімація, архітектура, дизайн, кіно, ігри, кулінарія, музика, мистецтво тощо, вони цікаві, як іноземним туристам, так і мешканцям інших міст країни і забезпечують постійний туристський потік, у тому числі в низький сезон.

Туризм також є важливим для творчої індустрії, тому що вона через туризм отримує потенціал для розширення аудиторії творчих продуктів,

підтримки інновацій, поліпшення іміджу міста, відкриття експортних ринків, підтримки професійних мереж і розвитку нових знань [6]. Творчі індустрії дозволяють стимулювати зростання туризму, що у свою чергу може допомогти стимулювати попит на самі творчі індустрії.

Отже, багато українських міст мають значний потенціал і перспективу стати креативними. Завдяки спільним зусиллям адміністрації міста, громадських організацій, мешканців та бізнес-структур міста можуть стати на шлях сталого розвитку за рахунок збереження унікальності та визначних рис, розвитку культури та впровадження новітніх підходів до розвитку. Взаємодіючи з туризмом, креативні простори підвищують попит на розробку нового досвіду, продуктів і ринків.

Список використаних джерел

1. Хокинс Дж. Креативная экономика / Дж. Хокинс. – М.: «Классика-XXI», 2011. – 256 с.
2. Чуль О. М. Система креативних індустрій як основа формування креативної економіки в регіоні / О. М. Чуль // «Економічні науки». – Серія «Облік і фінанси». – Випуск 10 (37). – Ч. 5. – 2013 р.
3. Коль О. Д. Особенности крупного города как туристской дестинации: системный подход / О. Д. Коль // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 33.
4. Черная В. А. Креативное пространство как часть туристской дестинации / В. А. Черная, А. В. Кормишова // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XLIV студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. – М.: «МЦНО». – 2017 – № 4(44) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/4\(44\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/4(44).pdf)
5. Креативні міста в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://www.creativecities.org.ua/>
6. Inspired. Міністерство натхнення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://inspired.com.ua>



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>