

Релігійний туризм реалізується, в основному, за межами України у вигляді пізнавальних та паломницьких турів до Єрусалиму, Мекки, Медини, до відомих монастирів та інших сакральних святинь тощо.

В контексті глобальної місії міжнародного релігійного туризму як фактору та інструменту зближення народів, запобігання конфліктності та нетерпимості, виховання поваги та толерантності до інших культур та її носіїв, релігійний туризм на сьогоднішній день розвивається в трьох взаємопов'язаних напрямках:

- 1) пізнання різноманіття культур і конфесій;
- 2) збереження і відродження культури через виховання толерантності, гуманізму і культурного зростання людей;
- 3) діалог культур, релігій і цивілізацій.

Нарешті, важливим результатом релігійно-пізнавальних поїздок є більш глибоке розуміння туристами своєї культурної самоцінності й її істотної відмінності від інших цивілізацій.

Як висновок, можна визначити, що релігійний туризм створює міжкультурну взаємодію з представниками інших релігій або культур. За рахунок відвідування сакральних місць, виставкової діяльності, прийому і обслуговування туристів, у т. ч. екскурсійних послуг, відбувається формування національної свідомості та міжкультурної взаємодії, а значить, комунікації між представниками різних культур є ефективними. І, врешті-решт, найвища ступінь задоволення очікувань сприяє розумінню культурних звичаїв і традицій різних країн і народів в умовах глобалізованого світу.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Международный культурный туризм как фактор межкультурной коммуникации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_tourism/moshnyaga.htm.

2. Религиозное паломничество в христианстве, буддизме и мусульманстве: социокультурные, коммуникационные и цивилизационные аспекты [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kartaslov.ru>.

Цехмістро Н. В., магістрантка,
публічне управління та адміністрування,
наук. кер. – **Радіонова Л. А.**, канд. філос. наук, доц.,
*Харківський національний університет міського
господарства мені О. М. Бекетова, Україна*

КРЕАТИВНІСТЬ ГУЦУЛЬСЬКОГО МІСТА КОСІВ

Постіндустріальна економіка передових країн світу характеризується високим рівнем і якістю людського капіталу і високими інвестиціями в його розвиток, високим рівнем і якістю життя. Для вирішення принципово нових завдань створюються нові види бізнесу і розвиваються нові підходи до розвитку міст, в основі яких лежить креативність як головний інструмент

розвитку всіх сфер життя. Термін «креативний» є калькою англійського слова «creative» – творчий. В основі креативності – не тільки здатність створювати нове, але головним чином – оригінально інтерпретувати існуючі методи і схеми для створення нових продуктів.

Концепцію «креативного міста» ще наприкінці 1980-х представив британський дослідник Чарльз Лендрі і з того часу ця ідея стала глобальним рухом, який втілює нову парадигму міського планування. Дослідник стверджує, що культура творчості залежить від критичної маси людей, які зацікавлені у спільній роботі та впровадженні змін. Він заохочує використання уяви та креативу в державних, приватних і суспільних сферах, тим самим створюючи банк ідей для можливостей і потенційних вирішень будь-якої міської проблеми.

Будь-яке місто – це тверда (будівлі, дороги, водопостачання чи каналізацію) та м'яка (люди, які творять менталітет міста, який свідчить про можливості і проблеми, про атмосферу міста, про стимули розвитку і регулювання) інфраструктури. Творчі міста розвивають свою м'яку інфраструктуру: вони намагаються приваблювати висококваліфіковану і гнучку робочу силу, мислителів, творці та виконавців. Тому креативним може бути не лише генерація та застосування ідей, але й створення можливості для їх появи через стимулювання розвитку людських ресурсів.

Креативне місто, таким чином, живить, приваблює і підтримує таланти, і внаслідок цього може мобілізувати ідеї і творчі організації для вирішення проблем. Антропогенне середовище – його налаштування та використання – має вирішальне значення для створення привабливого міського середовища.

Популярність креативних підходів виникла у світі через широке визнання того, що світ і його економічні, соціальні і культурні структури різко змінюються. Не в останню чергу це було обумовлено розвитком інформаційно-технологічної революції.

Нам необхідно зрозуміти, що міста, де атмосфера, зовнішній вигляд і якість дизайну є низьким не будуть привабливими для інвесторів та самих жителів. Щоб впоратися з новими викликами необхідно переоцінити ресурси і потенціал міст і процеси управління та творення доданого продукту і вартості необхідно повторно винаходити на всіх фронтах.

На сьогодні діє програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність», яка допоможе малим та середнім містам, а також цілим регіонам розвивати свій творчий потенціал. Ініціатива «Креативні міста та регіони» має на меті привернути увагу всіх ключових зацікавлених сторін до потенціалу культурних і креативних секторів, зібрати дані про місцеві культурні та креативні ресурси, а також запропонувати конкретні комплекси заходів щодо розвитку потенціалу культурних та креативних індустрій, що включатимуть розвиток культурного ландшафту, створення місцевих бізнес-кластерів, підвищення якості послуг у туристичному секторі, а також налагодження міцних партнерських зв'язків з подібними містами та регіонами у інших країнах. Українське місто Косів (Івано-Франківська область) стало переможцем ініціативи «Креативні міста і регіони», у рамках якої міжнародні експерти створять план культурного розвитку регіону та допоможуть підвищити його

креативний потенціал та туристичну привабливість. У рамках програми «Креативні міста і регіони» фіналісти отримують конкретний план дій для розвитку місцевих креативних індустрій. З України в конкурсі з 84 заявок було обрано для ініціативи місто Косів, де кваліфіковані спеціалісти проведуть заходи з обліку й аналізу даних та складуть на їх основі аналітичні схеми з використанням найсучасніших методик.

Ініціатором участі Косова в програмі була міська мерія, яка мотивувала свій інтерес прагненням зберегти та адаптувати традиційну культуру регіону до викликів сучасного світу. У своїй заявці косовська влада акцентувала увагу на унікальних місцевих ремеслах і фестивалях, а також двох розташованих поблизу креативних центрів: «Хата-Майстерня» і «Дідова хатчина». Косів – це мальовниче містечко на Гуцульщині – краї високих Українських Карпат, гірських річок і свіжого повітря. Це українське місто є районним центром Івано-Франківської області. Маленький Косів, що причаївся в долині річки, є синонімом поважних, високоякісних виробів гуцульських ремісників. Вони продаються на знаменитому косівському ремісничому ринку і виробляються у навколишніх горах, а також у Косівському інституті прикладного та декоративного мистецтва, у який стікаються студенти з усієї країни.

Хотілося б зупинитися на креативності «Дідова Хатчина», щоб було розуміння того, як високо у Карпатах творять креативний постір. Майже два роки тому О. Луканюк та Д. Фурманюк вирішили перетворити звичайне обійстя в селі Яворів Косівського району на мистецьку резиденцію. Ділянка, на якій звали «Дідову Хатчину», дісталася засновнику проекту О. Луканюку у спадок від дідуся. Саме тому простір отримав таку назву. Ідея простору: створити місце, у якому кожен міг би певний час жити, творити й працювати. Власне, у такий спосіб сприяти зростанню цього проекту. «Дідовій Хатчині» виповниться два роки, за цей час засновникам вдалося суттєво змінити простір довкола. Коли запускали проект, на території була лиш старенька хата. Пізніше звали нову домівку й стайню, почали будувати майстерню й баню, посадили город і завели овець. Засновникам хотілося, щоб у «Дідовій Хатчині» було щось живе, тому вирішили купити п'ять овець, ще десять народилося вже тут. Знайшли їм пастуха – румунську карпатську вівчарку Цімбора. Проект дому розробив друг О. Луканюка, вирішив, що все, що споруджуватиметься на цій території, має бути збудоване за традиційною гуцульською технологією. Матеріали завозили машиною та коником. Хату зводили місцеві майстри.

У «Дідовій Хатчині» поки немає світла. Проведення електрики до домівки коштує надто дорого. Встановлення сонячних панелей – теж не дешево, але більш бюджетно, але це більше екологічно і органічно вписується в концепцію креативного міста. Завдяки кампанії на «Спільнокошті» засновникам вдалося назбирати половину потрібної суми.

Приїхати до «Дідової Хатчини» може будь-хто, людей попереджають про певну аскезу – відсутність світла, туалет на вулиці, літній душ, із цим завданням чудово справляється сам «формат» місця. Перебування у «Дідовій Хатчині» безкоштовне. Якщо людина захоче, вона може лишити гроші чи попрацювати. «Дідова Хатчина» від початку не викликала жодних пересторог у

місцевих, за два роки зв'язок із місцевою громадою тільки зміцнився, що дозволяє вирішувати одне з найважливіших завдань – формування міського соціуму. Проходять різноманітні івент події, узимку, наприклад, кликали дітей розмальовувати пряники. Снігу лежало по коліна, тож чекали п'ять-шість чоловік на кілька годин. А прийшло аж шістнадцять дітей. Діти були настільки задоволені, що засновники проекту вирішили влаштувати подібні заходи і надалі.

Дорослим «Дідова Хатчина» допомагає заробити гроші. У Яворові здавна роблять ліжники. Вони створюють дизайн, на який буде попит. Таким чином виробляють пропозицію від Гуцульщини, якої на ринку зараз майже немає, і допомагають місцевим заробляти. У «Дідовій Хатчині» регулярно проходять майстер-класи. Їх проводять майстри з Косова та Яворова. Гостей «Дідової Хатчини» знайомлять з ремеслами, поширеними на Гуцульщині. А саме – ліжникарством, гончарством, різьбярством. Із часом засновники проекту планують розширити коло ремесел.

Дідова Хатчина є місцем, де можна розправити крила і пірнути в красу природи. Згадати дитинство, коли безтурботно і легко ходиш п'ятами по росі і смакуєш овочі прямо зриваючи з грядки. Або ж цілими днями тчеш собі ліжника, аби не змерзнути чи майструєш щось на гончарному крузі, щоб мати з собою частинку гуцульського хендмейду вдома. Знаходиш друзів, яких би ніколи не зустрів, йдучи по вулиці. А якщо геть не знайомий з автентичною гуцульською культурою, то обов'язково зустрінеш тут чи майстра, чи троїстого музику, чи стареньку бабцю, яка живе між горбів цілу вічність. Тут – казка і магія в простих речах: у спілкуванні, у щоденній праці, у творчій насолоді, у спокої і затишку. Це місто є прикладом того, як треба не боятися ризикувати і творити абсолютно нові сенси і генерувати ідеї серед спокою і природи, як влаштувати різні мистецькі події, творити активну спільноту та відновлювати автентичну культуру.

Таким чином, сьогодні інвестори готові інвестувати в розумні, чисті, гармонійні, гуманні, креативні, ідейні міста та регіони, де є ідейні люди, наставники, організатори, лідери; де прагнуть досконалення та зручності, не боятися ризикувати та йти до цілі.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Вирт Л. Урбанизм как образ жизни. *Избранные работы по социологии*. [пер. с англ. В. Б. Николаева]. – М. : Strelka Press, 2016. – 108 с.
2. Міжнародні експерти розроблять план культурного розвитку міста Косів [Електронний ресурс] // Режим доступа <http://artukraine.com.ua/n/mizhnarodni-eksperti-rozroblyat-plan-kulturnogo-rozvitku-mista-kosiv/#.WtriZN9-odV>
3. Радіонова Л. О. Місто в мінливому світі. Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління. Зб. Наукових праць. Донецьк, 2008. С. 293–299.
4. Теннис Ф. Общность и общество. [Электронный ресурс] *Социологический журнал*. 1998. № 3–4. С. 207–229. // Режим доступа http://www.fidel-kastro.ru/sociologia/tennis_ob.htm
5. Флорида Р. Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства / Р. Флорида ; [пер с англ.] – М. : Strelka Press, 2014. – 368 с.
6. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее [Электронный

Шепеленко І. П., канд. соціол. наук, доц.,
*Харківський національний педагогічний університет
імені Г. С. Сковороди, Україна*

ЖИТЛОВІ УМОВИ МІСТЯН ЯК ПОКАЗНИК ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Житлові умови виступають як одна зі складових рівня та якості життя населення. «Якість життя» є комплексним поняттям, яке повинне враховувати різноманітні аспекти людського життя. Українськими дослідниками на чолі з академіком Лібановою Е. М. була запропонована національна матриця індикаторів якості життя, яка містить три блоки показників [1]. Показники першого блоку кількісно описують зовнішнє середовище, характеризують досягнутий стан, в якому відбувається життя людини і здійснюється оцінка якості життя. Показники другого блоку мають забезпечити характеристику поточного стану якості життя. Третій блок показників відбиває суб'єктивну оцінку стану якості життя самим населенням. Суб'єктивна оцінка характеризує якість життя в окремих сферах з погляду індивідуума, тобто як він сприймає доступність різних ресурсів, а також можливість їх використання. Національна матриця індикаторів якості життя найбільш повно, комплексно відображає об'єктивні та суб'єктивні характеристики цього багатокомпонентного поняття та дозволяє співвідносити показники розвитку українського суспільства та інших країн світу в просторовому та часовому ракурсі.

Високого рівня якості життя можна досягти лише при оптимальному балансі компонентів: стан, поточна ситуація і самооцінка. Можливі дисбаланси у трьох компонентах вказують на проблеми з досягненням високої якості життя. Поєднання об'єктивних і суб'єктивних оцінок може дати чотири можливі варіанти розвитку подій – благополуччя, адаптацію, дисонанс і відторгнення. [1. С. 24]

Щодо житлових умов в якості показників досягнутого стану використовується стан ринку житла в конкретній територіальній одиниці. Показники другого блоку мають забезпечити характеристику поточного стану житлових умов громадян. Суб'єктивними показниками є оцінка благоустрою та умов проживання самими респондентами.

Мета статті – дослідити суб'єктивні показники якості життя містян щодо житлових умов та благоустрою міст.

Очевидно, що забезпечення відповідного рівня якості життя населення здійснюються за двома напрямками: по-перше, це діяльність держави для забезпечення гідного рівня якості життя населення і, по-друге, це зусилля самих громадян. У той же час діяльність держави обмежується фінансовими можливостями, що зумовлені станом економіки, певним станом населення, його статево-віковою структурою, поведінкою на ринку праці тощо. З іншого