

УДК 688-027.541]:338.4-026.15

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2023-3-26>

Христина ПЛЕЦАН

кандидат наук з державного управління, доцент, доцент Навчально-наукового інституту, Київський національний університет культури і мистецтв, вул. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01601

ORCID ID: 0000-0002-8179-7896

Бібліографічний опис статті: Плецан, Х. (2023). Регіональні особливості сувенірної продукції як перспективної складової креативних індустрій: історико-культурологічний підхід. *Fine Art and Culture Studies*, 3, 191–203, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2023-3-26>

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ПЕРСПЕКТИВНОЇ СКЛАДОВОЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: ІСТОРИКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД

Сувенірна діяльність на території України має свою унікальну історію та специфіку, що сприяє розвитку культури і креативних індустрій. Кожен регіон країни має свої особливі риси, які майстри відтворюють у сувенірній продукції шляхом застосування унікальних ремесел та традицій. Оскільки сувенірна продукція є важливою складовою культурної спадщини та відображає національну ідентичність, історію й регіональні особливості, її створення та просування є основою для ефективної промоції країни. У зв'язку з цим актуалізується потреба у проведенні аналізу особливостей сувенірної продукції та її впливу на тенденції розвитку креативних індустрій України. **Метою статті** є наукове обґрунтування актуальних проблем дослідження регіональних особливостей сувенірної продукції як драйверів розвитку креативних індустрій, крізь призму історико-культурологічного підходу. **Методологія дослідження** заснована на комплексному аналізі особливостей сувенірної продукції як перспективної складової розвитку креативних індустрій; аналітичному, структурно-логічному та порівняльному методах, що забезпечили систематизацію основних класифікаційних підходів до сувенірної продукції в середовищі креативних індустрій, а також виокремлення функціональної ролі та креативних практик для розвитку і популяризації сувенірної продукції України, крізь призму регіонального аспекту; методах теоретичного узагальнення, що використано для формування і обґрунтування висновків; історико-культурологічному підході, за допомогою якого виокремлено етапи розвитку сувенірної діяльності, а також виявлено особливості сувенірної продукції як джерела культурного розмаїття та самовираження українського народу у контексті розвитку діяльності креативних індустрій в Україні. **Наукова новизна** полягає у презентації результатів дослідження багатогранності сувенірної продукції через народні художні промисли як драйверів розвитку креативних індустрій в Україні. **Висновки.** У дослідженні доведено, що розвиток сувенірної продукції у середовищі креативних індустрій сприяє збереженню і передачі цінностей, традицій та історії наступним поколінням; розвиває можливості для активного співробітництва між майстрами та забезпечує кроссекторальну взаємодію креативних секторів; зміцнює роль України у міжнародному культурному діалозі та обміні; привертає увагу туристів, а також забезпечує покращення розуміння і впізнаності України серед міжнародної аудиторії.

Ключові слова: культура, креативні індустрії, концепція, сувенір, народні художні промисли, людський ресурс, еволюція.

Khrystyna PLETSAN

PhD in Public Administration, Associate Professor, Associate Professor at the Research Institute, Kyiv National University of Culture and Arts of Kyiv, 36 Konovaltsia street, Kyiv, Ukraine, 01601

ORCID ID: 0000-0002-8179-7896

To cite this article: Pletsan, Kh. (2023). Regionalni osoblyvosti suvenirnoi produktsii yak perspektyvnoi skladovoi kreatyvnykh industrii: istoryko-kulturolohichniy pidkhid [Regional features of souvenir products as a promising component of creative industries: historical and cultural approach]. *Fine Art and Culture Studies*, 3, 191–203, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2023-3-26>

REGIONAL FEATURES OF SOUVENIR PRODUCTS AS A PROSPECTIVE COMPONENT OF CREATIVE INDUSTRIES: HISTORICAL AND CULTURAL APPROACH

*Souvenir activity on the territory of Ukraine has its own unique history and specificity, which contributes to the development of culture and creative industries. Each region of the country has its own special features, which craftsmen reproduce in souvenir products by using unique crafts and traditions. Since souvenir products are an important part of cultural heritage and reflect national identity, history and regional characteristics, their creation and promotion are the basis for effective promotion of the country. In this regard, the need to analyze the characteristics of souvenir products and their impact on the development trends of creative industries of Ukraine is becoming urgent. **The purpose** of the article is the scientific substantiation of the current problems of researching the regional features of souvenir products as drivers of the development of creative industries, through the prism of a historical and cultural approach. **The methodology of the research** is based on a comprehensive analysis of the characteristics of souvenir products as a promising component of the development of creative industries; analytical, structural-logical and comparative methods, which ensured the systematization of the main classification approaches to souvenir products in the environment of creative industries, as well as the identification of the functional role and creative practices for the development and popularization of souvenir products of Ukraine, through the prism of the regional aspect; methods of theoretical generalization used to form and substantiate conclusions; the historical and cultural approach, with the help of which the stages of the development of souvenir activity are distinguished, as well as the peculiarities of souvenir products as a source of cultural diversity and self-expression of the Ukrainian people in the context of the development of creative industries in Ukraine. **The scientific novelty** consists in the presentation of the results of the study of the multifacetedness of souvenir products through folk art crafts as drivers of the development of creative industries in Ukraine. **Conclusions.** The study proved that the development of souvenir products in the environment of creative industries contributes to the preservation and transmission of values, traditions and history to the next generations; develops opportunities for active cooperation between masters and ensures cross-sectoral interaction of creative sectors; strengthens Ukraine's role in international cultural dialogue and exchange; attracts the attention of tourists, as well as improves the understanding and recognition of Ukraine among the international audience.*

Key words: culture, creative industries, concept, souvenir, folk arts and crafts, human resource, evolution.

*Суть культури – прагнення
колективної душі народу до самовираження
О. Шпенглер*

Актуальність проблеми. Сувенірна діяльність на території України має свою унікальну історію та особливість для розвитку культури і креативних індустрій. Кожен регіон країни характеризується унікальними рисами, які відображаються майстрами у сувенірній продукції. До прикладу, Київ дивує своїми писанками, гончарними виробами та хрещеними віночками. Карпати відомі гуцульськими вишиванками, дерев'яними виробами, керамікою, ліжниками. Одещина славиться морськими сувенірами та ювелірними прикрасами. Адаже кожен регіон відповідно до історико-культурних особливостей славиться унікальними ремеслами, техніками, кольоровою гамою і традиціями. Оскільки сувенірна продукція є важливою складовою культурної спадщини, відображає національну ідентичність та історію, регіональні особливості й відмінності, що є основою створення і просування бренду креативної України, актуалізується потреба аналізу сувенірної діяльності та її впливу на тенденції розвитку секторів креативних індустрій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає можливість стверджувати, що широким колом практиків і теоретиків є дослідження трансформаційних змін культури, культурної динаміки суспільства та культурно-креативного простору. Загалом, історичні аспекти розвитку народних художніх ремесел та промислів досліджували Н. Аніпко, С. Антонович, І. Вах, С. Витвицький, М. Лаврук, О. Смик, А. Чорнощоків. Особливості українських автентичних туристичних сувенірів, їх сутність, класифікацію і функціональну роль у презентації та популяризації регіонів України досліджували А. Гаврилюк, Л. Медвідь, М. Орлова. Водночас особливості українського ринку сувенірної продукції стали предметом досліджень О. Пахолук та багатьох інших науковців, які розглядають сувенір у контексті історичного, культурного, економічного, соціального та педагогічного аспекту. Позитивно оцінюючи проведену роботу, відзначимо, що з позиції історико-культурологічного підходу дослідження не проводились, що й підтверджує актуаль-

ність статті і необхідністю розширення спектра культурологічних досліджень до регіональних особливостей розвитку креативних індустрій через сувенірну діяльність, їх концептуальних засад й узагальнення теоретико-методологічних положень. Саме історико-культурологічний підхід дослідження регіональних особливостей сувенірної продукції в середовищі креативних індустрій і виводимо у дослідницьку площину пропонованої статті.

Метою статті є наукове обґрунтування актуальних проблем дослідження регіональних особливостей сувенірної продукції як драйверів розвитку креативних індустрій, крізь призму історико-культурологічного підходу.

Виклад основного матеріалу. Українська культура характеризується багатою культурною спадщиною, історією та розмаїттям національних традицій. Оскільки саме культура є основою становлення і розвитку креативних індустрій, у дослідженні розглянемо вплив звичаїв, традицій, унікальних культурних рис на створення і розвиток сувенірної продукції. Дослідження доводять, що з кожним роком цінність сувеніру з іншого краю, країни, туристичної локації все більш складає його автентичний, унікальний та історичний контекст.

Аналізуючи семантику поняття «сувенір», у словнику знаходимо тлумачення (від латинського – *subvenio*) як подарунок на згадку; річ, пов'язана із спогадами про когось, що-небудь (Академічний тлумачний словник, 1078:818). У словнику іншомовних слів (від французького – *souvenir*) поняття трактується як приходжу, згадую, пам'ятаю (Словник іншомовних слів, 1974:643). Водночас М. Орлова характеризує сувенір як продукцію, що виготовлена народними майстрами з сировинних ресурсів території, в основі яких автентичність (Орлова, 2014). У свою чергу О. Пахолюк розглядає сувенір як частку культури народу, що виконують пізнавальну роль, сприяють духовному збагаченню людей, відображаючи життя і культуру країни, місцевості, яку вони представляють (Пахолюк, 2015:91-92). Дослідниця Л. Медвідь поняття «сувенір» розкриває як образні ідентифікатори території, втілені в яскраво-привабливі предметні форми, що відображають культуру, традиції, побут місцевого населення (Медвідь, 2017:205). Аналізуючи феномен «сувенір», звернемо увагу

на погляд науковиці А. Гаврилук. Авторка поняття розглядає як матеріалізований емоційний ідентифікатор країни, її туристичних ресурсів, унікальної автентики, що забезпечує довготривалий зв'язок з місцем перебування мандрівника (Гаврилук, 2020:343). Вищезазначене підтверджує гіпотезу, щодо цінності сувеніру крізь призму автентики та унікальності. Розуміння особливості сувенірної продукції в Україні відображається через регіональні традиційні ремесла, мотиви та символи. Так, кожен регіон має свої унікальні історико-культурні характеристики, які впливають на стиль та зміст виготовлення сувенірів. До прикладу сувеніри зі Львова можуть включати зображення з мотивом лева, а сувеніри з Чернігова – зображення Чернігівської фортеці. Оскільки історико-культурний підхід передбачає дослідження історії, традицій, мистецтва та народної культури як основи для створення сувенірної продукції проаналізуємо більш детально ретроспективу проблематики.

Ґрунтовно досліджуючи передумови виникнення і розвитку сувенірної продукції, аналіз науково-практичної літератури дає можливість зазначити, що історія виникнення сувенірів в Україні має давні коріння, пов'язане з багатою культурною спадщиною народу. Зародження сувенірної діяльності в Україні можна прослідкувати протягом багатьох століть, що відображається в різноманітних ремеслах і художніх напрямках. Загалом, перші сувеніри в Україні пов'язують з язичницьким оберегом, наприклад зображення-амулету. У процесі кардинальних суспільних порухів сувеніри відображають віхи народної творчості, зокрема виробу різьблення, вишивки та гончарства, що слугували як символи національної ідентичності та культурної спадщини. Українські ремісники вміло використовували місцеві матеріали, техніки та мотиви, щоб створювати унікальні сувеніри, які відображали особливості регіонів та традиції народу (Антонович, 2008; Скрипник, 2016; Чернощоків, 2019; Шейко, 2006). Уже в 19–20 століттях внаслідок поширення туризму та зростання інтересу до народної культури, сувеніри набувають характеру популярності та запотребованості серед туристів. Як результат, майстри почали створення сувенірів, що відповідали попиту і були призначені для продажу туристам. Мова йде про виробу

з кераміки, дерева, вишивки, мальовані предмети, ляльки-мотанки та інші витвори народних майстрів як це відтворено у рисунку 1.

Звернемо увагу на те, що в основі прогнозованого етапу розвитку сувенірної діяльності орієнтація на нові технології, зміну споживачьких звичок та зростаючу популярність унікальних і автентичних сувенірів. Досить часто сувенірна продукція асоціюється з художніми промислами і ремеслами. Загалом народні художні промисли – це одна з історично зумовлених організаційних форм народного декоративно-прикладного мистецтва, в основі якої товарне виготовлення художніх виробів за обов’язкового застосування ручної праці (Медвідь, 2017:206). Як зазначено у Законі України «Про народні художні промисли» унікальний виріб народного художнього промислу – єдиний у своєму роді виріб народного художнього промислу який має художнє, історичнє, етно-

графічне та науковє значення (Закон України, 2001). Відповідно до видів виробництв і груп виробів народних промислів відносять такі, як: килимарство, художнє ткацтво, художня вишивка, в’язані та мереживні вироби, художня обробка дерева (різьблення), виготовлення народного художнього вбрання (історичний костюм), художня кераміка, гончарство, виробництво художнього скла, художнє литво, ковальство, ювелірнє мистецтво, художнє меблярство, художня обробка каменю, кістки та рогу, шкіри, декоративний розпис, художнє плетіння з рослинних матеріалів (лоза, солома), порцеляна, фаянс (Постанова КМУ, 2002). Важливо підкреслити, що у Концепції Державної цільової національно-культурної програми розвитку народних художніх промислів на 2024–2027 роки вперше народні художні промисли розглянуто як сектор креативних індустрій. Оскільки, народні художні промисли

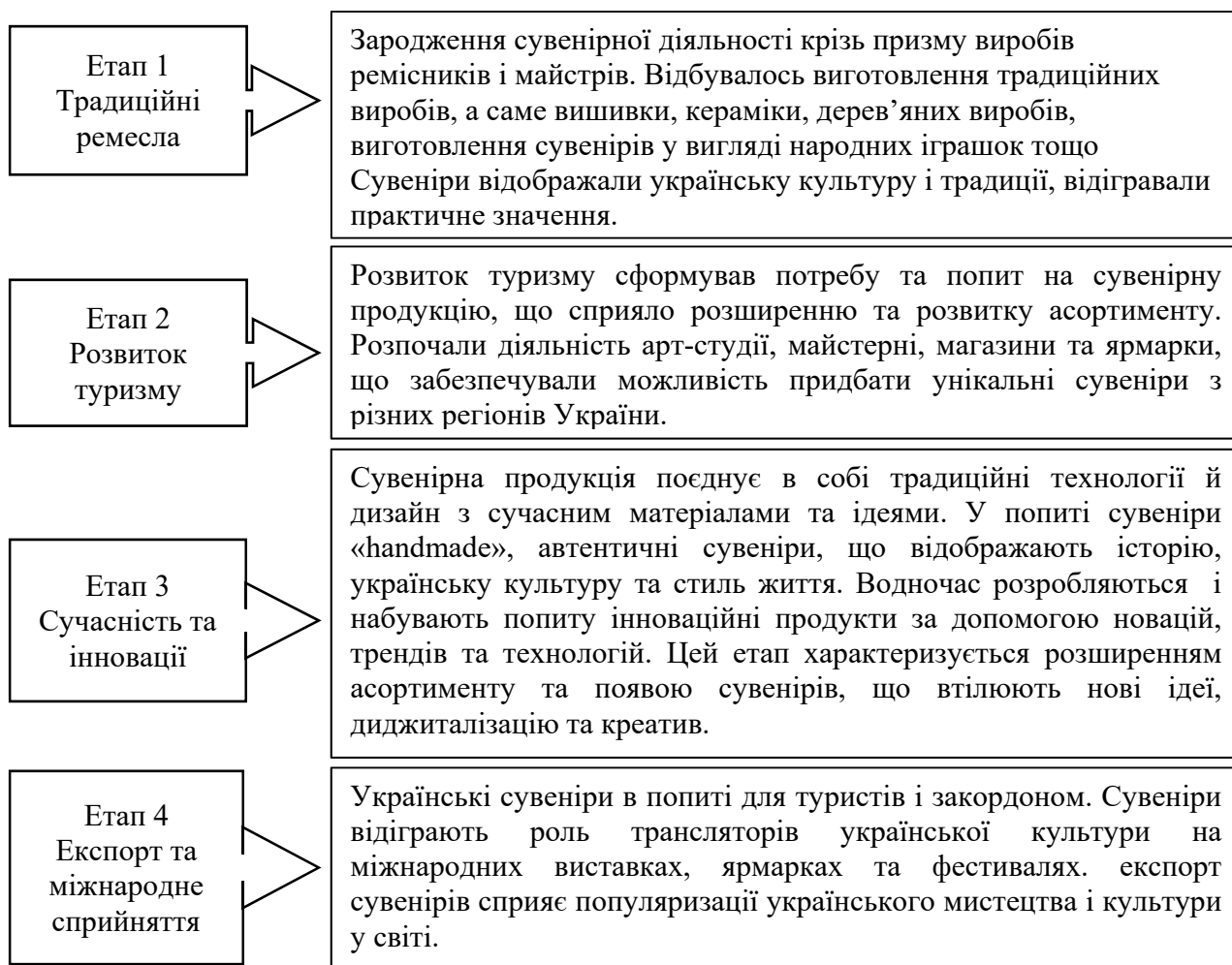


Рис. 1. Етапи розвитку сувенірної діяльності в Україні (сформовано автором на основі джерел: Антонович, 2008; Скрипник, 2016; Чернощок, 2019; Шейко, 2006)

є унікальною пропозицією на світовій арені, що зберігаючи оригінальні техніки й сенси, розвиваються до сучасних трендів. Як зазначив очільник Міністерства культури та інформаційної політики, «Ми маємо розвивати народні промисли як потужну складову креативних індустрій як з огляду ідентичності, так і економічного потенціалу. Адже народні художні промисли є відображенням української історії, яку маємо передати нащадкам» (Укрінформ, 2021). Загалом, народні промисли є пріоритетним вектором історико-культурної спадщини у розвитку сувенірної діяльності. Свідченням потужного творчо-креативного потенціалу народних майстрів є вироби їхніх промислів, які використовуються як основа сувенірної продукції. Загалом із розвитком туризму в Україні почалось відродження давно забутих, згасаючих народних художніх промислів, які стали фундаментом сувенірної галузі (Антонович, 2008). Так, у вітчизняних та іноземних туристів існує стійкий попит на сувеніри місцевих народних промислів, задоволення якого вимагає розроблення системи виробництва реалізації (Медвідь, 2017). Нині в Україні здійснюють активу діяльність безліч майстерень, студій та арт-центрів, які займаються виготовленням сувенірів ручної роботи. Вони пропонують широкий асортимент автентичних виробів, від традиційних до сучасних інтерпретацій, що відображають багатогранність української історії і культури, етнічну строкатість населення того чи іншого регіону.

Культурологічний аналіз опрацьованих наукових джерел дає можливість сформулювати класифікаційні підходи до проблематики. Зокрема, дослідниця М. Орлова виокремлює таку сувенірну продукцію, як: святкові подарунки, бізнес-сувеніри та туристичні сувеніри (Орлова, 2014). У свою чергу О. Пахолок досліджуючи особливості українського ринку сувенірної продукції, пропонує власне бачення класифікації. Авторка виокремлює сувеніри за використанням (декоративно-прикладні, декоративно-утилітарні та власне сувеніри), за видом обробки (з художнім розписом, інкрустацією, вишивкою, гравіюванням, карбуванням, філігранню та ін.), за місцем виготовлення (петриківський розпис, косівські вироби, опішнянська іграшка та ін.), за кількістю виробництва (масові, серійні, штучні, авторські вироби), за ціною

категорією (дешеві, недорогі, дорогі), за образним рішенням (у вигляді брелків, аксесуарів, предметів побуту тощо) (Пахолок, 2015:94). Водночас дослідниця А. Гаврилюк виокремлює таку класифікацію сувенірної продукції, як: за видами (етноодяг, вироби з кераміки, глиняні вироби, гастрономія, етноприкраси, ужиткові товари тощо), за тематикою (івент-сувеніри, що символізують фестивалі, свята, події; сувеніри пов'язані з певною територією та її особливостями; сувеніри, виготовлені за етнозвичаями; сувеніри, присвячені видатним особистостям краю); за способом використання (декоративні, прикладні, комбіновані); за ресурсами (матеріальні, духовні, етнічні) (Гаврилюк, 2020:352). Відзначаючи результати, отримані зазначеними вище авторами, виокремлюємо у контексті дослідження класифікацію видів сувенірної продукції з урахуванням специфіки середовища креативних індустрій, як це показано у таблиці 1.

Безумовно, сувенірна продукція відіграє важливу роль у розвитку креативних індустрій оскільки реалізує відповідне функціональне забезпечення. Зокрема, комунікаційну, подарункову, психолого-емоційну, опосередкування подорожі, креативну, соціальну, економічну, брендингу території (Гаврилюк, 2020:347; Медвідь, 2017:205). Специфіка дослідження показує, що в Україні чимало регіональних особливостей, які є важливими джерелами натхнення для сувенірного дизайну. Наприклад, використання вишивки (борщівської, решетилівської, гуцульської та ін.) як елементу креативного оздоблення сувенірів зберігає національну ідентичність та передає традиції минулих поколінь. Такі сувеніри стають не лише предметами пам'яті, але й способом презентування української культури світові. Адже за допомогою сувенірів можна привернути увагу туристів до унікальності кожного регіону, сприяти популяризації національної культури, розвивати креативні проекти, зберегти та передати національну ідентичність і культурну спадщину та залучати інвестиції.

Цікавою для дослідження є ініціатива «Український сувенір» від Українського інституту (*державна установа України, що представляє українську культуру у світі та формує позитивний імідж України за кордоном*). Конкурс українських сувенірів було ініційовано

Види сувенірної продукції в середовищі креативних індустрій*

Вид	Опис
Традиційні сувеніри	Народні вироби та ремесла, що відображають культуру і традиції українського народу (вишиванки, глиняні вироби, писанки, козацькі куманці, вироби з дерева, кераміка тощо)
Сувеніри з символікою місцевості	Сувеніри, що мають символічне значення і репрезентують місцевість чи країну (прапори, емблеми, значки, національні символи та ін.)
Історичні сувеніри	Вироби, що пов'язані з історичними подіями, постатями, архітектурними пам'ятками та визначними датами (мініатюри пам'яток, історичні книги, автентичні предмети тощо)
Арт Сувеніри	Унікальні вироби мистецтва та дизайну, створені відомими митцями (картини, скульптури, текстильні вироби та ін.)
Еко Сувеніри	Вироби з природних матеріалів, таких як дерево, камінь, метал, шкіра, перлини тощо (аксесуари, предмети декору, прикраси та ін.)
Туристичні сувеніри	Вироби пов'язані з пам'ятками, популярними місцями та туристичними об'єктами (магніти, постери, світлини тощо)
Етно Сувеніри	Вироби, що відображають народні традиції, фольклорні персонажі та елементи (ляльки-мотанки, народні іграшки, вироби з соломи, розписані пташки та ін.)
Гастрономічні сувеніри	Традиційні страви, напої та десерти, що характерні для певного регіону (мед, сир, кава, випічка, солодощі тощо)
Спортивні сувеніри	Вироби, пов'язані зі спортом і спортивними досягненнями (футболки команд, вимпели, шарфи спортивних клубів, речі з логотипами команд тощо)
Зіркові сувеніри	Вироби пов'язані з відомими особистостями, артистами, письменниками тощо (фотографії, речі з автографами, меморабілії та ін.)
Креативні сувеніри	Вироби, що характеризуються унікальним, нестандартним рішенням з використанням імерсійних та адитивних технологій

*сформовано автором

у 2020 році. Місія проекту – створення каталогу промоційних та іміджевих матеріалів для представлення України за кордоном (Український інститут, 2020). Адже як зазначила Еміне Джапарова (перша заступниця міністра закордонних справ) найважливіша частинка подарунка є символічне наповнення, яке він у собі несе, можливість через акт дарування відчувати момент спільності та пізнання захопливих та глибоких історій про Україну та людей, які тут живуть (Укрінформ, 2021). Серед трьох тем конкурсу (Український інститут, 2020): Традиційна культура України, Український авангард та Сучасний український дизайн, переможцями стали проект «Квіти та птахи» (представлено магію квітки, що є не тільки естетичним елементом, але й має символічне значення. Розробляючи колекцію, автори надихались українським мистецтвом килимарства та козацької вишивки, зокрема, книгою «Квіти та птахи» виробництва Родовід), проект «Серія» (в основі проекту – серія типових будинків українських міст 1970–1990 років, для розуміння, осмислення і прийняття спадщини та сьогодення, щоб рухатись далі в урбаністичне майбутнє) та «Відчуй як звучить Україна» (представлено українську пісню як особливе надбання української культури, адже щоб зрозуміти Україну,

її треба почути). Відповідно за результатами конкурсу Український інститут разом з переможцями, доопрацьовуючи дизайн-концепти, сформували каталог, де є можливість самостійно обрати і замовляти сувеніри. З огляду на це тематика запропонованого дослідження вимагає звернути увагу на креативні практики для розвитку і популяризації сувенірної продукції в Україні (див. рис. 2).

Гранично вагоме, у контексті вищезазначеного, є формування платформи реалізації у відповідних кроках розвитку сувенірної продукції в Україні, крізь призму регіонального контексту для розвитку креативних індустрій. Зокрема, виявлення і збір регіональних особливостей (дослідження та виокремлення унікальних культурних, історичних та природних особливостей регіону, а саме традиції, народні звичаї, місцеві ремесла, мистецтво, архітектура тощо) → вивчення традиційних ремесел та мистецтва регіону (аналіз традиційних ремесел та мистецтва характерних для регіону, зокрема, візерунки, стилі, матеріали і техніки виготовлення) → розробка унікальних сувенірних концепцій та дизайну, що відображають культурну спадщину регіону й відповідають трендам → виготовлення сувенірів за традиційними технологіями, що передаються з покоління в покоління

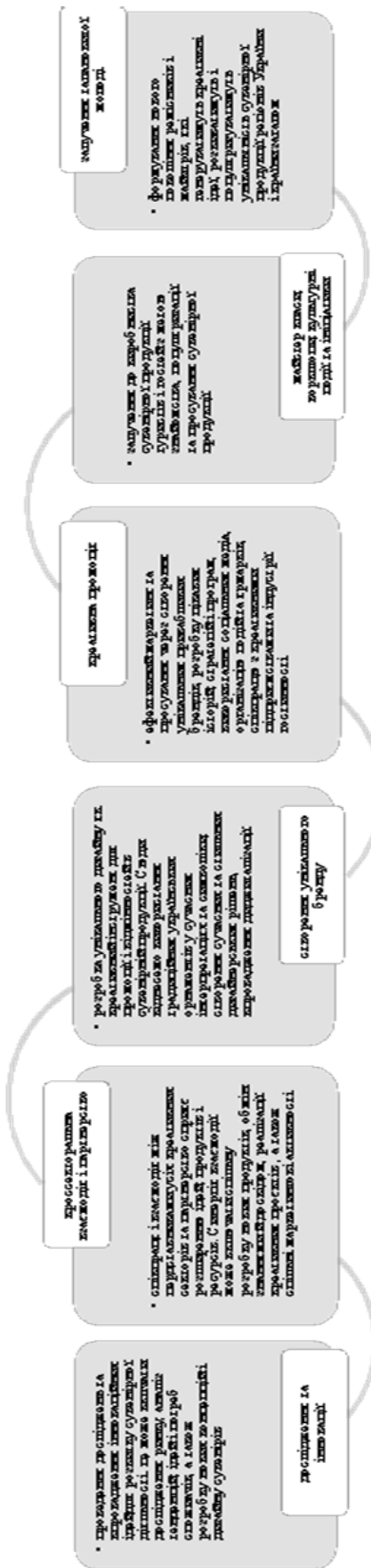


Рис. 2. Креативні практики для розвитку і популяризації сувенірної продукції в Україні (сформовано автором)

→ впровадження інновацій і технологій → промоція і ефективний маркетинг сувенірної продукції → розширення ринку та популяризація сувенірів.

Культурологічні розвідки дають можливість виокремити найбільш розповсюджені особливості сувенірної продукції в Україні, взявши за основу історико-географічні регіони (за О. Косміною), як це показано на рисунку 3.

Вибір саме такого регіонального аспекту для дослідження забезпечує розкриття культурологічного підходу до сувенірної діяльності у середовищі креативних індустрій України. З рисунку бачимо, що кожен регіон України має свою особливість й унікальність у контексті історичного розвитку і культурної спадщини. Проте, усвідомлена культурологічна рефлексія низки джерел (Закон України, 2001; Освіта, 2010; Український інститут, 2020; Розпорядження КМУ, 2021) актуалізує потребу виокремлення проблем, на які нашою хвилюються громади. Зокрема, це глобалізаційні процеси, теоретико-практичні прогалини, застаріла нормативно-правова база, відсутність стратегії розвитку сувенірної продукції, а також систематичної та цілеспрямованої державної політики щодо розвитку осередків сувенірної продукції і майстрів, неавтентична продукція, подекуди низький рівень якості виробів (мова йде про продукцію масового виробництва) і поширення неякісних іноземних підробок, відносно обмежена пропозиція сувенірної продукції, знецінення ручної роботи, не втримання конкуренції майстрів з масовим виробництвом, стихійний розвиток сувенірної продукції, наявність на ринку сувенірної продукції псевдо етно виробів, неефективне використання маркетингових стратегій, відсутність сучасних підходів до промоції сувенірної продукції, проблеми із забезпеченням зміни поколінь майстрів та передання технік і технологій виготовлення автентичних виробів сувенірної продукції тощо. Відповідно унікальний сувенір поєднує в собі такі контрастні характеристики, як архаїзм та трендовість, доступність для туристів та вигоду для продавців, компактність форми та комплексність образів. Завдяки вдалому промоутингу сувенірного брендинга можна значно збільшити туристичні потоки, підтримати популярність різноманітних виробів народних майстрів (Гаврилюк, 2020) та забезпечити кроссекторальну взаємодію митців з різних креативних секторів.

У дослідженні акцентуємо на аналізі сувенірної діяльності Тернополя як молодіжної столиці України (2020 р.) на прикладі мануфактури «Коза Дереза». Це показовий приклад взаємодії креаторів, дизайнерів, художників та експертів у створенні сувенірної продукції як елементу культурної спадщини для розвитку креативних індустрій. Це мануфактура, де майстри творять унікальні сувеніри, використовуючи традиційні методи та орнаменти української культури. Аналізуючи діяльність мануфактури виокремимо кілька ключових аспектів, а саме (Офіційний сайт, 2023): традиційні техніки та ремесла (виконання майстрами різних технік таких як: вишивка, різьблення по дереву, плетіння, виготовлення ляльок-мотанок, створення іграшок та інших ремесел для створення автентичних сувенірів); використання національних орнаментів та візерунків; унікальність та індивідуальність; креативність та творчість; залучення майстрів та навчання; популяризація української культури; промоція бренду унікальної України та розвиток креативних індустрій.

Історія мануфактури «Коза Дереза» – це історія української культури у кожній деталі. Загалом кожен виріб є неповторним і має свою історію та енергетику, що робить їх особливими та цінними. Всі процеси створення виробів відбуваються під егідою принципів високої якості, збереження традиційних технологій, екологічності (продукція має міжнародну екосертифікацію), відповідності стандартам та ручного виготовлення. Іграшки виготовляються в авторській техніці (зі стародавньою історією) з використанням суміші паперу, тирси, води, греча-

ного лушпиння та клейстеру. Кожна фігура виліплюється руками, запікається при високих температурах, шліфується і розписується майстрами вручну акриловими фарбами за зразком вінтажних прикрас, що забезпечує міцність та стійкість до механічних пошкоджень. Зауважимо, що кожна іграшка від початку створення до готового продукту проходить 17 рук. Вся продукція Кози Дерези, а це і етноодяг, аксесуари, сувеніри ручної роботи, іграшки продається у 26 країнах світу (США, Канада, Аргентина, Великобританія, Японія, майже всі країни Європи) (Офіційний сайт, 2023). У переліку надбань мануфактури різноманітні колекції за порами року, обрядовими святами, віковою категорією, трендами часу, серед них і патріотична колекція, де представлено як символи, так і особистості сьогодення. Деякі з них показано на рис. 4.

Загалом мануфактура «Коза Дереза» щороку випускає 200 нових дизайнів продукції, в основі роботи майстрів гасло «Наші вироби передають у спадок». Всі іграшки, як і етноодяг, сувеніри ручної роботи, є іміджевими подарунками, інтелектуальним спадком та предметом захоплення, що пасуватиме у якості подарунку неординарним особистостям, які творять українську історію, вивчають її та досліджують культуру України. Мануфактура «Коза Дереза» активно сприяє популяризації української культури через сувеніри за кордоном. Зокрема, як зазначено на офіційному сайті, під час щорічної участі у міжнародних виставках і ярмарках таких, як: Christmasworld у Франкфурті (учасник з 2014 року, а в 2018 році вперше



Рис. 4. Іграшки з колекції «Славні Українці» (Офіційний сайт, 2023)

в історії український виробник пройшов відбір експертами Messe Франкфурт, був визнаний таким що якістю та дизайном відповідає світовим тенденціям і був представлений в тренд зоні Christmasworld (деякі із них представлені на рис. 5), що є законодавцем моди у світі різдвяних іграшок), Maison&Objet (Париж), TopDrawer (Лондон, Атланта), Кракова та України (учасник з 2016 року), що забезпечує зміцнення спроможності гравців креативних індустрій, розвиває міжнародну співпрацю, покращує якість і результативність репрезентації України у світі.

Гранично вагомим для промоції українського бренду сувенірної продукції те, що кожен виріб має культурно-етнографічну історію, яка стисло відображена на двомовних українсько-англійських бірках. Здобуваючи нових клієнтів з усього світу, майстрами виконуються замовлення, зберігаючи унікальні технології створення народної іграшки (Офіційний сайт, 2023). Наведені приклади та нові тенденції у середовищі креативних індустрій демонструють лише частину регіональних особливостей сувенірної продукції в Україні, формуючи культурну спадщину. З огляду на вищезазначене, можемо констатувати, що сувеніри є джерелом культурного розмаїття та самовираження українського народу, як потужний рушій культурного, соціального та економічного розвитку креативних індустрій України. Відповідно на основі аналізу можемо виокремити основні концепти розвитку креативних індустрій, крізь призму сувенірної діяльності (див. рис. 6).

Це дає можливість зберегти й передати цінності, традиції та історію наступним поколінням, сприяти покращенню розуміння і впізнаності України серед закордонних аудиторій, розвивати проактивний інтерес до співпраці та кроссекторальної взаємодії, що забезпечує зміну ролі України у міжнародному культурному діалозі та обміні, покращує якість і результативність презентації України у світі, а також привертає увагу туристів і сприяє розвитку креативних індустрій в Україні. Адже *«Україна надихає тебе, ти надихаєш літературу, література надихає балет, балет надихає кіно, кіно надихає музику, музика надихає народні промисли, народні промисли надихають моду, мода надихає дизайн, дизайн надихає технології, технології надихають тебе, ти – надихаєш Україну, Україна надихає світ!!!»*

Висновки і перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи результати дослідження, маємо можливість стверджувати, що активна сувенірна діяльність впливає на розвиток креативних індустрій в Україні з кількох перспектив. Зокрема, *культурний аспект* (у виготовленні сувенірів майстри втілюють національну ідентичність, традиції та культурну спадщину; зберігають і популяризують українську культуру, історію, мистецтво та ремесла; сприяють розвитку креативності, інноваціям, унікальності); *історичний аспект* (відтворення історичного концепту української культури з покоління в покоління, зберігаючи український код



Рис. 5. Деякі з сувенірів представлених на міжнародних ярмарках і виставках (Офіційний сайт, 2023)

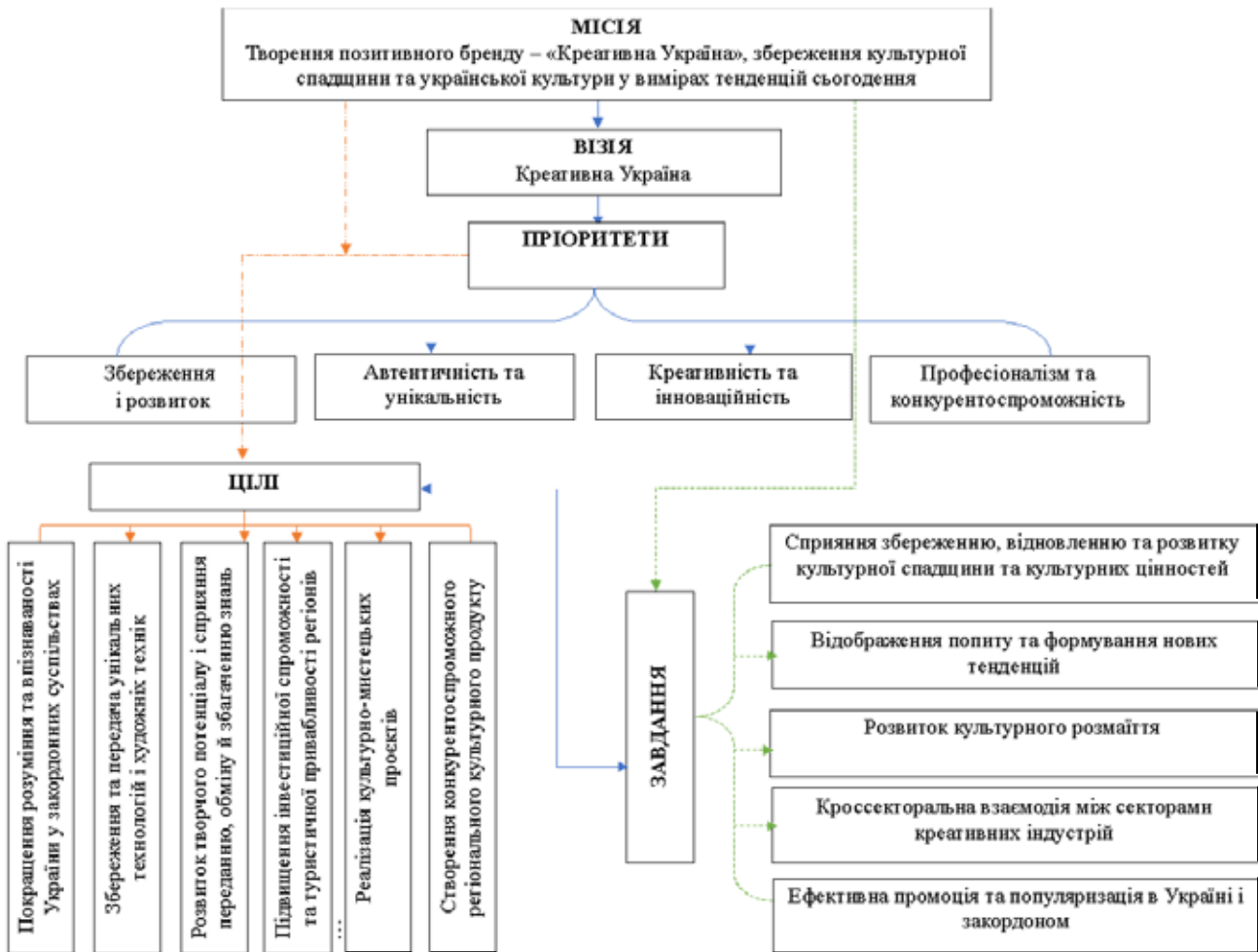


Рис. 6. Розвиток креативних індустрій крізь призму сувенірної діяльності (сформовано автором)

нації у візерунках, техніках і технологіях); *туристичний аспект* (популяризація українського культурно-креативного продукту як в Україні, так і за її межами); *кроссекторальний аспект* (стимулювання розвитку кроссекторальних партнерств між секторами креативних індустрій); *економічний аспект* (створення нових робочих місць, сприяння розвитку креативного підприємництва); *інноваційний аспект* (збільшення кількості споживачів шляхом вивчення, збереження та популяризація культурної спадщини через нові форми та підходи, технології і практики, створення цифрових платформ та про-

дуктів, імерсійних технологій); *соціальний аспект* (забезпечення ефективної комунікації, культурного обміну, формування українського бренду). Отже, сувенірна діяльність має вагомий вплив на розвиток креативних індустрій в Україні, сприяючи креативності, творчості інноваціям, співпраці, культурному обміну, збереженню культурної спадщини, формуванню позитивного іміджу країни і просуванню української культури на міжнародному рівні. Перспективами подальших наукових досліджень є ретроспективний аналіз регіональних особливостей формування сувенірної продукції в Україні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Словник української мови: в 11 томах. Академічний тлумачний словник (1970–1980). Т. 9, 1978. 818.
2. Антонович Є. А. Декоративно-прикладне мистецтво. Львів: Світ, 2008. 264.
3. Гаврилюк А. М. Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір: *монографія*. Київ: Видавництво Ліра-К, 2020. 428 с.
4. Деякі питання реалізації Закону України «Про народні художні промисли». *Постанова Кабінету Міністрів України* від 13 березня. 2002 р. № 283. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/283-2002-%D0%BF#Text> (дата звернення 31.04. 2023)

5. Історія декоративного мистецтва України: у 5 т. / голов. редкол.: Г. Скрипник. Київ : [ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України]. 2016. 546.
6. Концепція Державної цільової національно-культурної програми розвитку народних промислів на 2024–2027 роки. *Розпорядження Кабінету Міністрів України* від 15 грудня 2021 р. № 1677-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1677-2021-%D1%80#Text> (дата звернення 4.05.2023)
7. Косміна О. Ю. Етнографічні регіони України. *Енциклопедія історії України: у 10 т.* / редкол.: В. А. Смолій та ін.; Інститут історії України НАН України. Київ. Наукова думка, 2005. Т. 3: Е-Й. 672.
8. Мануфактура Коза Дереза: *офіційний сайт*. (2023). URL: <https://kozadereza.ua> (дата звернення 5.05.2023)
9. Медвідь Л. І. Роль сувенірної продукції в презентації та популяризації туристичного регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2017. №7. 203–209.
10. Орлова М. Л. Українські автентичні туристичні сувеніри: виробництво та реалізація. *Географія та туризм*. 2014. Вип. 31. 62–75.
11. Пахолук О. В. Особливості українського ринку сувенірної продукції та її класифікація. *Товарознавчий вісник*. 2015. Вип. 8. 90–96.
12. Про народні художні промисли. *Закон України* від 21 червня 2001 р, № 2547-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2547-14#Text> (дата звернення 31.04. 2023)
13. Ремесла України. *Ukrainer: офіційний сайт*. (2020). URL: <https://ukrainer.net/remesla-ukrainy> (дата звернення 5.05.2023)
14. Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничука. Київ. 1974. С. 643.
15. Український сувенір. *Український інститут: офіційний сайт*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/ukrainian-souvenir-representation-of-ukraine> (дата звернення 5.05.2023)
16. Уряд схвалив концепцію програми розвитку народних художніх промислів. *Укрінформ: офіційна сторінка*. (15 грудня 2021). URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3369820-urad-shvaliv-konceptsiu-programi-rozvitku-narodnih-hudozhnih-promisliv.html> (дата звернення 4.05.2023)
17. Художні промисли в сучасній Україні як складова української культури. (20 жовтня 2010). *Освіта. Культура*. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/11248/> (дата звернення 4.05.2023)
18. Чернощок А. С., Бабенко О. О., Батієвська Т. В., Дігтяр Н. М., Кушніренко О. М., Мохірева Ю. А. & Саєнко Т. В. Українське декоративно-ужиткове мистецтво. *Монографія*. Полтава. 2019. 272
19. Шейко В. М., Тишевська В. М. Історія української культури : *навчальний посібник*. В. М. Шейко (Наук. ред.). Київ: Кондор, 2006. 264.

REFERENCES:

1. Dictionary of the Ukrainian language (1978) [Slovyk ukrainskoi movy] : in 11 volumes. Academic explanatory dictionary (1970–1980). Vol. 9, 818. [in Ukrainian].
2. Antonovych, E. A. (2008). Decorative and applied art [Decorative and applied art]. Lviv: Svit. 264 [in Ukrainian].
3. Havryliuk, A. M. (2020). Derzhavna polityka u sferi turizmu v Ukraini: sotsiohumanitarnyi vymir: monografiya [State policy in the sphere of tourism in Ukraine: socio-humanitarian dimension: monograph]. Kyiv: Vydavnytstvo Lira-K, 428 [in Ukrainian].
4. Deyaki pytannya realizatsii Zakonu Ukrainy «Pro narodni hudozhnik promysly» [Some issues of implementation of the Law of Ukraine «On folk arts and crafts»]. *Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy* від 13 bereznja. 2002 r. № 283. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/283-2002-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
5. Istoriiia dekorativnogo mystetstva Ukrainy [History of decorative art of Ukraine]: u 5 t. (2016) / holov. redkol.: H. Skrypnyk. Kyiv : [IMFE im. M.T. Rylskoho NAN Ukrainy]. 546 [in Ukrainian].
6. Kontseptsiia Derzhavnoi tsilovoi natsionalno-kulturnoi prohramy rozvytku narodnykh promysliv na 2024–2027 roky. [Concept of the State target national and cultural program for the development of folk crafts for 2024–2027]. *Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy* від 15 hrudnia 2021 r. № 1677-p. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1677-2021-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
7. Kosmina, O. Yu. (2005). Etnohrafichni rehiony Ukrainy. [Ethnographic regions of Ukraine]. *Entsyklopediia istorii Ukrainy: u 10 t.* / redkol.: V. A. Smolii ta in.; Instytut istorii Ukrainy NAN Ukrainy. Kyiv. Naukova dumka. T. 3: E-Y. 672 [in Ukrainian].
8. Manufaktura Kozadereza: *ofitsiyni sait*. (2023). [Dereza Goat Manufactory: official site]. URL: <https://kozadereza.ua> [in Ukrainian].
9. Medvid, L. I. (2017). Rol suvenirnoi produktsii v prezentatsii ta populiaryzatsii turystychnoho rehionu. [The role of souvenir products in the presentation and popularization of the tourist region]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya: Neohrafichni nauky*. №7. 203–209 [in Ukrainian].

10. Orlova, M. L. (2014). Ukrainski autentychni turystychni suveniry: vyrobnytstvo ta realizatsiia. [Ukrainian authentic tourist souvenirs: production and realization]. *Heorhrafia ta turyzm*. 31. 62–75 [in Ukrainian].
11. Pakholiuk, O. V. (2015). Osoblyvosti ukrainskoho rynku suvenirnoi produktsii ta yii klasyfikatsiia. [Peculiarities of the Ukrainian souvenir market and its classification]. *Tovarovnavchyi visnyk*. 8. 90–96. [in Ukrainian].
12. Pro narodni khudozhni promysly. [About folk art crafts]. *Zakon Ukrainy* vid 21 chervnia 2001 r, № 2547-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2547-14#Text> [in Ukrainian].
13. Remesla Ukrainy. (2020). [Crafts of Ukraine]. *Ukrainer: ofitsiyni sait*. URL: <https://ukrainer.net/remesla-ukrainy> [in Ukrainian].
14. Slovyk inshomovnykh sliv. (1974) [Dictionary of foreign words]. / za red. O. S. Melnychuka. Kyiv. P. 643. [in Ukrainian].
15. Ukrainyskyi suvenir. [Ukrainian souvenir]. *Ukrainskyi instytut: ofitsiyni sait*. URL: <https://ui.org.ua/sectors/projects/ukrainian-souvenir-representation-of-ukraine> [in Ukrainian].
16. Uriad skhvalyv kontseptsiiu prohramy rozvytku narodnykh khudozhnikh promysliv. [The government approved the concept of the program for the development of folk arts and crafts]. *Ukrinform: ofitsiina storinka*. (15 hrudnia 2021). URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3369820-urad-shvaliv-koncepciu-programi-rozvitku-narodnih-hudozhnih-promisliv.html> [in Ukrainian].
17. Khudozhni promysly v suchasni Ukraini yak skladova ukrainskoi kultury. [Artistic crafts in modern Ukraine as a component of Ukrainian culture]. (20 zhovtnia 2010). *Osvita. Kultura*. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/11248/> [in Ukrainian].
18. Chornoshchokov, A. Ye., Babenko, O. O., Batiievska, T. V., Dihtiar, N. M., Kushnirenko, O. M., Mokhirieva, Yu. A. & Saienko, T. V. (2019). Ukrainske dekoratyvno-uzhytkove mystetstvo. [Ukrainian decorative and applied art]. *Monohrafia*. Poltava. 272 [in Ukrainian].
19. Sheiko, V. M., Tyshevska, V. M. (2006). Istoriiia ukrainskoi kultury [History of Ukrainian culture] : *navchalnyi posibnyk*. V. M. Sheiko (Nauk. red.). Kyiv: Kondor. 264 [in Ukrainian].