XLIV Студенческая международная заочная научно-практическая конференция «Молодежный научный форум: общественные и экономические науки»

КРЕАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ЧАСТЬ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Черная Виктория Алексеевна

студент, Государственный университет управления, РФ, г. Москва

Кормишова Аида Васильевна

научный руководитель, канд. экон. наук, проф, Государственный университет управления, РФ, г. Москва

«Туризм является культурной составляющей глобализации» – Дункан Макконелл, 1976.

Одной из наиболее актуальных в последнее время тем, связанных с конструированием социального пространства города, является креативность, как фактор качественного развития, а также как ресурс для формирования позитивного имиджа города и его инфраструктуры, стимулирующий финансовые инвестиции в благоустройство районов, привлекающий новые интеллектуальные ресурсы и, конечно, туристов. В последние несколько лет на месте уже не функционирующих заводов и заводских цехов стали появляться творческие кластеры, артпространства и лофты – новая передовая форма ведения артбизнеса – места, где можно открыть свою мастерскую, студию, прийти порисовать, посмотреть кино, посидеть в кафе, поработать, посетить выставку или мастер-класс. Креативные пространства – площадка для развития культурной и творческой инфраструктуры, новых трендов, ресурсов и продуктов для туристской индустрии города. Любое креативное пространство - это огромный шанс для реализации множества проектов. «Креативное пространство» также можно определить, как инфраструктуру, где можно проводить или посещать мероприятия, найти сторонников, сотрудников, подрядчиков, а также партнеров для реализации инновационных социально-значимых проектов или коммерческих стартапов. Креативное пространство – это инфраструктура для работы и отдыха, где располагаются магазины, фудкорт, офисы, проходят мероприятия. Креативное пространство является демократичной средой для общения, совместной работы, максимальной самореализации и высокого заработка специалистов творческих профессий. Кроме того, креативные пространства – это новые площадки для проведения деловых мероприятий.

Первые лофт-проекты появились в Нью-Йорке в конце 1930 годов – создание альтернативных арт-пространств и мастерских, совмещенных с жильем, было обязано Великой депрессии и массовым банкротствам предприятий. В Россию лофт-культура пришла только в двухтысячных, хотя само культурное пространство таких городов, как Москва и Санкт-Петербург начало разрастаться с 1990-х годов. Отправной точкой стало открытие первых галерей и выставочных центров. Таких пространств становится все больше, они – огромный шанс для привлечения аудитории, в то время как традиционные российские культурные учреждения не способны своевременно реагировать на изменения. Креативные пространства становятся все более значимыми для города, они становятся площадками для всевозможных событийных мероприятий, они формируют городскую культурную среду, объединяют интересные творческие проекты в одно целое, позволяя им взаимодействовать и сотрудничать, делиться аудиторией. Креативные пространства обеспечивают культурное и социально-экономическое развитие города, способствуют формированию новых культурных и деловых продуктов региона: событийных площадок, выставочных площадок, театров, музеев, галерей, развивающих центров. Все это «под одной крышей» в шаговой доступности, как один единый мир творчества, в котором можно все, что угодно и поработать, и отдохнуть и научиться чему-то новому и повысить свои навыки и просто выпить кофе. Креативные пространства включают в себя множество различных отраслей в том числе: реклама,

анимация, архитектура, дизайн, кино, игры, кулинария, музыка, искусство и многое другое, они интересны, как иностранным туристам, так жителям других городов страны и обеспечивают постоянный туристский поток, в том числе в низкий сезон. Творческие индустрии могут способствовать устойчивости экономике в время кризиса. Данные из Соединенного Королевства свидетельствует о том, что большинство творческих отраслей промышленности продолжали расти во время экономического кризиса: валовая добавленная стоимость (ВДС) в творческих отраслях выросла на 15,6% с 2008 года, по сравнению с 5,4% для экономики в целом, и опережает все остальные отрасли в 2016 году.

В последнее десятилетие отношение между культурой и туризмом является одним из основных источников роста туризма. Креативные пространства во многом дополняют традиционные модели культурного туризма новыми формами на основе нематериальной культуры и современного творчества. Творческие индустрии играют важную роль в создании, преобразовании и распространении знаний, они быстро развиваются. У них есть потенциал стимулирования как туризма в стране/городе, так и экономического роста, создания новых рабочих мест, поддержки инноваций, предпринимательства, помощи и развитии «серых» районов, стимуляции экспорта. Творчество – важный актив для инноваций, потому что инновации, по сути предполагает успешное применение творческих идей. Творчество и способность привлекать креативных людей стали ключевым фактором в развитии общества, инновационной активности.

Взаимодействуя с туризмом, креативные пространства повышают спрос на разработку нового опыта, продуктов и рынков. Интеграция творческого контента с туризмом позволяет охватить новые целевые аудитории, улучшить имидж города и конкурентоспособность, а также содействует развитию творческой индустрии и креативного экспорта. В качестве нового подхода к развитию туризма и маркетинга, креативный туризм расширяет само понятие туризма в целом, осуществляя переход от традиционной модели культурного туризма к новым моделям креативного туризма ориентированным на современное творчество, инновации и нематериальное содержание. Творческие кластеры могут и стимулируют спрос на туризм и инновации в туризме, оживляют туристический продукт, охватывают широкий спектр отраслей и видов деятельности. В связи с тем артпространства и креативные кластеры имеют хорошие возможности для развития туризма, среди них:

· диверсифицировать туристические продукты и опыт;

· активировать существующие туристические продукты;

· использовать творческие технологии для разработки и стимуляции туризма в городе;

· привнести моду, новые тренды;

· преодолеть ограничения традиционной модели культурного туризма.

Туризм также является важным для творческой индустрии, потому что она имеет потенциал:

· расширить аудиторию творческих продуктов;

· поддержки инноваций;

· улучшить имидж города;

· открыть экспортные рынки;

· поддержки профессиональных сетей и развития новых знаний.

Некоторые страны активно принимают меры по развитию национальных или региональных творческий сетей. Берлин, к примеру, стал одним из основных творчески развитых городов, благодаря своему растущему сообществу творческих работников и многочисленным творческим пространствам. Этот рост намеренно стимулируется государственной политикой, направленной на укрепление творческих сетей в городе, а по определению Британского

департамента культуры, медиа и спорта, ставшему на сегодняшний день каноническим, творческие городские пространства – места осуществления деятельности, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая может создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности. Творческие индустрии могут значительно стимулировать рост туризма, что в свою очередь может помочь стимулировать спрос на сами творческие индустрии.

Список литературы:

1. Барышева Е.А. (2005). Великобритания: «культурная индустрия» в современной культурной политике. В книге Эволюция культурной деятельности в новом столетии: Социально-экономические аспекты культурной политики: Том 2. Культура в глобальном мире (С. 326). СПб: Алетейя.

2. Лэндри, Ч. (2011). Креативный город (С. 39). – М.: Классика-XXI.

3. Хаям Т. Сессия «Творческие пространства для творческих предпринимателей» – [Электронный ресурс] – URL: creativeindustries.ru/rus/news/Creative-spaces (дата обращения 21.08.2013).

4. Federal Ministry of Economics and Technology. (2009). Culture and Creative Economies in Germany: Summary (Research Report № 577).

5. Sukhovskaya D.N. Creative XXI Century City Space Formation: Social and Philosophical Aspect // “European Applied Sciences”. – 2013. – № 7. – P. 45–49.