ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

УДК 338.2

Баранов А.В.[1]
Котлярова О.В.[2]

ПРАКТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КРЕАТИВНЫХ ГОРОДСКИХ ПРОСТРАНСТВ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье представлен сжатый анализ креативного потенциала городских пространств Республики Крым, основанный на социологическом исследовании, проведенном авторским коллективом Южно-Российского института управления – филиала РАНХиГС в 2018 г. Представлен обзор научной литературы по проблематике инновационного экономического развития городов, выделены основополагающие исследовательские направления. В социологическом опросе приняло участие 243 представителя креативной крымской индустрии, заинтересованных в развитие творческих городских пространств. Среди реципиентов, участвующих в исследовании, присутствовали субъекты малого и среднего бизнеса, чиновники и представители органов власти, некоммерческие организации, создатели творческих сообществ. Результатом социологических опросов стало определение городов Керчь, Судак, Ялта и Евпатория в качестве потенциальных очагов региональной креативной экономики Крыма. Исследованы и дифференцированы наиболее перспективные креативные отрасли, определяющие векторы экономического и культурного развития. Выделены сильные и слабые стороны конкретных городов, с точки зрения территориального планирования и зонирования творческих кварталов. Практическое исследование, реализованное непосредственно «на месте», дает возможность исследователям реалистично и объективно оценить уровень развития креативной экономики городских пространств Республики Крым и сформулировать некоторые предложения по совершенствованию творческой индустрии курортных городов.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные городские пространства, творческие кварталы, пространственная реорганизация.

Baranov A.
Kotlyarova O.

PRACTICAL RESEARCH OF CREATIVE URBAN SPACES: REGIONAL ASPECT

Annotation. The article presents a concise analysis of the creative potential of urban spaces in the Republic of Crimea, based on a sociological study conducted by the author's team of the South Russian Institute of management-a branch of the Ranepa in 2018. The review of scientific literature on the problems of innovative economic development of cities is presented, and the basic research

[1] *Баранов Алексей Викторович* – заместитель директора Южно-Российского института управления – филиала РАНХиГС г. Ростов-на-Дону, e-mail: bav.skags@gmail.com
Alexey Baranov – Deputy Director of the South Russian Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, e-mail: bav.skags@gmail.com
[2] *Котлярова Ольга Владимировна* – доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Владимирского филиала РАНХиГС г. Владимир, e-mail: olya-apriori@yandex.ru
Olga Kotlyarova – PhD in Philological sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social and Humanitarian Disciplines of the Vladimir branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, e-mail: olya-apriori@yandex.ru

directions are highlighted. 243 representatives of the creative Crimean industry who are interested in the development of creative urban spaces took part in the sociological survey. Among the recipients participating in the study, there were small and medium-sized businesses, government officials and representatives, non-profit organizations, and creators of creative communities. The result of sociological surveys was the identification of the cities of Kerch, Sudak, Yalta and Yevpatoria as potential centers of the regional creative economy of Crimea. The most promising creative industries that determine the vectors of economic and cultural development are studied and differentiated. The strengths and weaknesses of specific cities in terms of territorial planning and zoning of creative districts are highlighted. Practical research, implemented directly "on the spot", allows researchers to realistically and objectively assess the level of development of the creative economy of urban areas of the Republic of Crimea and formulate some proposals for improving the creative industry of resort cities.

Keywords: creative economy, creative urban spaces, creative neighborhoods, spatial reorganization.

Развитие креативной экономики включает пространственную реорганизацию с целью переосмысления эффективности использования территории. Реорганизация пространства позволяет по-новому использовать региональные ресурсы с целью достижения материальной выгоды и духовного обогащения. Финансовая выгода подтверждается созданием и продажей инновационных креативных материальных и интеллектуальных продуктов, востребованных покупателями, ориентированных на экспорт и импорт и имеющих производственные перспективы. Духовное обогащение подразумевает положительное воздействие не только на потребителей креативного контента, но и на его создателей.

Очагами концентрации креативного потенциала региона, безусловно, являются города, имеющие и использующие ресурсы для творческого развития. Курортные города, привлекающие теплым климатом, эстетическим разнообразием пейзажей, гастрономическим многообразием, изначально обладают экономическим преимуществом. Однако туристическая привлекательность определяется не только природными ресурсами, но и качеством предоставляемых услуг, прежде всего услуг, опосредованно или непосредственно предоставляемых креативной индустрией.

Креативная сфера представляет собой систему творческих, инновационных, научных и экономических отношений в области создания нестандартных продуктов, формирования качественно новых решений и своевременной их реализации с целью развития человеческого потенциала и получения прибыли. Отрасли экономики, ориентированные на производство креативных товаров и услуг, формируются в результате нестандартной интеллектуальной деятельности, итогом которой становится создание товаров, воспринимаемых потребителями как новые.

Представленная статья основана на результатах практического исследования инновационных возможностей Республики Крым. В социологическом опросе, послужившим эмпирическим материалом для исследования, приняли участие 243 представителя креативной индустрии Крыма. Социологическое исследование было проведено авторским коллективом ЮРИУ РАНХиГС в сентябре – октябре 2018 г. Особое внимание было уделено перспективам креативного развития городских пространств.

Проанализируем актуальную научную литературу по исследуемому вопросу. Социокультурные трансформации, обусловленные развитием и функционированием кластеров креативной экономики, являются ожидаемым положительным эффектом от ее развития. Особую значимость в трансформационном процессе имеет творческое городское пространство. Креативные города, систематизирующие инфраструктуру, специфику месторасположения, человеческие ресурсы и другие факторы, рассматриваются в работах Т.В. Ашутовой, З.Ю. Желниной [1]; И.Ю. Гужвы [2]; В.В. Мельниковой [3]; Е.Р. Метелевой [4];

С.В. Никифоровой, М.А. Ивановой [5]; Л.И. Павловой, А.С. Белова [6].

Структурирование творческого городского пространства невозможно без внедрения проектной деятельности. Наиболее удачной опыт генерирования и проектирования креативных идей описан в научных трудах И.С. Ахметдзяновой [7]; Е.В. Куделиной [8]; Т.Ю. Титовой, В.Н. Салько [9]; М.И. Тукмаковой [10]; И.А. Фахрутдиновой [11]. Проектная деятельность чаще всего направлена на реформирование пространств: зданий, строений, районов, улиц, населенных пунктов с целью их использования в качестве объектов духовной и материальной ценности. Интересна работа С.Н. Фоминой, К.А. Дятловой [12].

Развитие креативного пространства городов тесно связано с понятием *экономики эмоций*. Функционирование творческих кварталов ориентировано на предоставление в качестве особой услуги положительных эмоциональных впечатлений у потребителей, клиентов, туристов и т.д. В этой связи экономические составляющие соединены и взаимозависимы с духовными и ценностными факторами. См., например, работы О.Ю. Ангеловой, Т.О. Подольской, О.Р. Чепьюк [13]; Б. Дж. Пайна, Д.Х. Гилмора [14].

По мнению авторского коллектива, территория Крыма становится значимой и ведущей площадкой для объединения тенденций инновационной экономики России. Проанализируем креативные перспективы наиболее активных крымских городов.

Реципиенты, участвующие в социологическом опросе, в качестве наиболее активных городских пространств определили города южного побережья Крыма: Керчь, Судак, Ялту и Евпаторию.

Открытие автомобильного и железнодорожного сообщения между полуостровом Крым и материковой частью России реабилитировало инновационное развитие города *Керчь*. Керчь формирует первый эмоциональный образ республики. Туристы знакомятся с Крымом в Керчи. В этой связи именно здесь целесообразно предоставлять гостям актуальную информацию о достопримечательностях, сегментировать туристические направления по типам отдыха, предоставлять логистические услуги, предлагать знакомство с креативными сферами и результатами их творчества. Комплекс перечисленных задач способен решить креативный квартал Керчи.

Агентством «Свечение» разрабатывается архитектурно-градостроительная концепция реконструкции центральной набережной города Керчь. Проект называется «Пробуждение Грифона», его 3D модель представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – 3D-модель центральной набережной Керчи[1]

[1] Рисунки заимствованы с сайта https://yandex.ru/maps

Архитектурно-градостроительная документация предусматривает расположение в парковом пространстве аллеи древности, амфитеатра «Грифон» с открытой сценой, фестивальной площадки с банкетным залом, центра детского развития «Гнездо Грифона», точки общественного питания, административных помещений.

Ядро нового креативного квартала будут представлять отрасли креативной экономики, а именно: музейное дело и сохранение объектов культурного наследия; визуальные и исполнительские искусства; новые медиа; народные художественные промыслы и ремесла, а также гастрономическая культура. В состав обслуживающего компонента будут входить концертная аллея древностей с воспроизведенными историческими объектами, театральная площадка, бизнес-акселератор и коворкинг «Под крыльями Грифона», детская игровая зона, художественная галерея, площадки для проведения выставок и презентаций, рестораны и арт-кафе, сувенирные магазины.

Творческое пространство креативного квартала Керчи может быть сформировано не только посредством развития парковой зоны набережной, но и посредством плейсмейкинга городских улиц. Так, в частности, рядом с набережной возможно формирование рыбной гастрономической зоны с сетью торговых площадей, рыбных ресторанов, «точек формирования гастрономических компетенций», подразумевающих проведение мастер-классов по приготовлению блюд из рыбы и морепродуктов.

Преимуществами керченского пространства являются: 1) близкое расположение к реконструируемой набережной, а значит к месту скопления туристов; 2) выход к керченскому проливу; 3) наличие удобных подъездов и подходов; 4) возможность трансформации улиц в пешеходную зону без существенного влияния на движение городского транспорта; 5) наличие пустующих зданий, готовых к реконструкции и использованию незадействованного пространства в целях развития креативного кластера. Креативный квартал Керчи, организованный в формах плейсмейкинга и многофункционального парка, обладает сильным синергетическим эффектом и внутри креативного кластера, и в пространстве межкластерных связей.

Еще одним креативно перспективным пространством является город *Евпатория*. Территорией креативного квартала целесообразно определить набережную Независимости в районе улицы Киевской. Схематичное изображение евпаторийской набережной и прилегающей территории, изображены на рисунке 2.

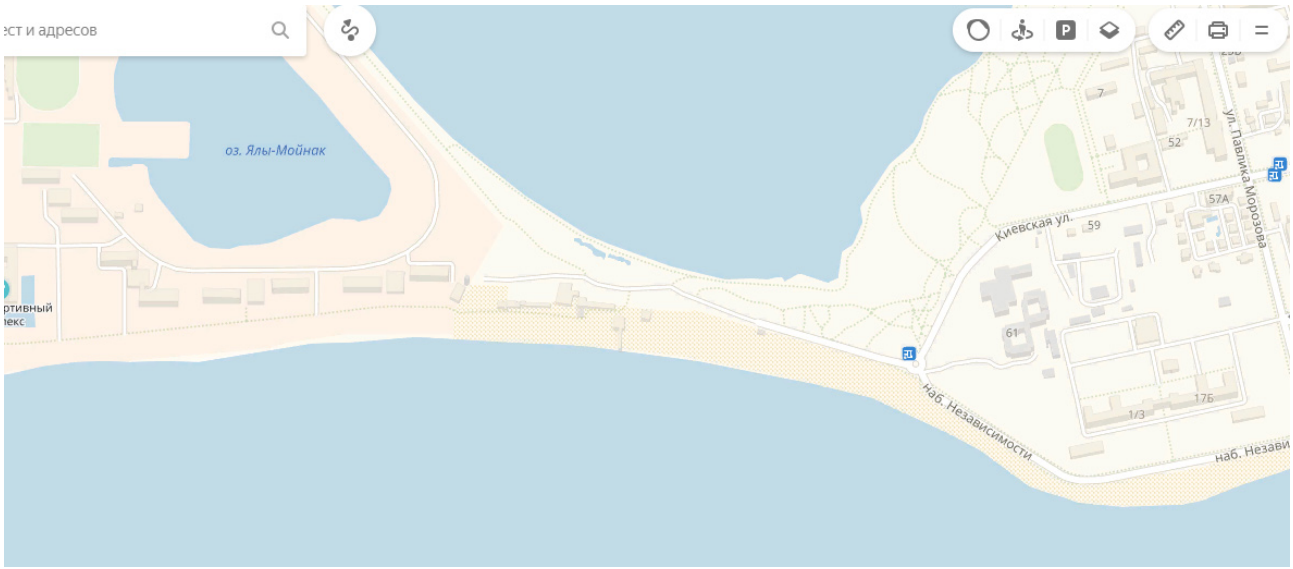


Рисунок 2 – Схематичное изображение евпаторийской набережной

К территориальным преимуществам креативного квартала Евпатории правомерно отнести: 1) непосредственный выход к морю, озерам Мойнакскому и Ялы-Мойнак; 2) наличие зоны автокемпинга с возможным совершенствованием инфраструктуры и террито-

рии; 3) нахождение в ближайшей доступности водноспортивного комплекса, кинотеатра, дома культуры, серфстанции «Ветраморе», физкультурно-оздоровительного комплекса, дельфинария, парка имени И. Франка, парка имени В.И. Ленина; 4) незначительные последствия исключения этой зоны из транспортной инфраструктуры города; 5) расположение территории между городом Евпатория и поселком городского типа Заозерное, что способствует привлечению туристов и местного сообщества из обоих населенных пунктов.

Ядро планируемого креативного квартала составят визуальные и исполнительские искусства, гастрономическая отрасль, народные художественные промыслы и ремесла, музейное дело. В состав обслуживающего компонента войдут центральная площадь, пешеходное пространство с сохраненной исторической тематикой и воспроизведением объектов исторического и культурного наследия, сеть гастрономических и торговых площадей, образовательно-научная и детская игровая зоны, художественная галерея и площадка ремесленников.

Наиболее популярным среди туристов является городское пространство города *Ялта*. В Ялте целесообразно организовывать креативный квартал в формате плейсмейкинга сквера имени Калинина. Выделим необходимые функциональные зоны, к которым отнесем: зону визуальных искусств; гастрономическую зону и зону кино, а также зону народных художественных промыслов и ремесла.

Преимуществами калининского сквера являются: 1) близость сувенирного рынка; 2) наличие арт-объектов киноиндустрии; 3) возможность использования открытых пространств.

На рисунке 3 изображена схема территории, в перспективе имеющая возможность выступать в качестве креативного квартала.



Рисунок 3 – Креативное пространство Ялты

В квадрате, образуемом улицей Екатерининской, Черноморским переулком, улицей Чехова и набережной имени В.И. Ленина возможно формирование функциональной зоны исполнительских искусств. Основными креативными объектами, концентрирующими туристическое внимание, являются театр имени Чехова и концертный зал «Юбилейный».

Исходя из перспектив развития креативного пространства *Судака*, наиболее подходящими для создания творческого плейсмейкинга историко-культурной направленности, считается территория между улицами Набережной, Курортным шоссе, улицей Ленина, улицей Ушакова. Такое пространство схематично изображено на рисунке 4.

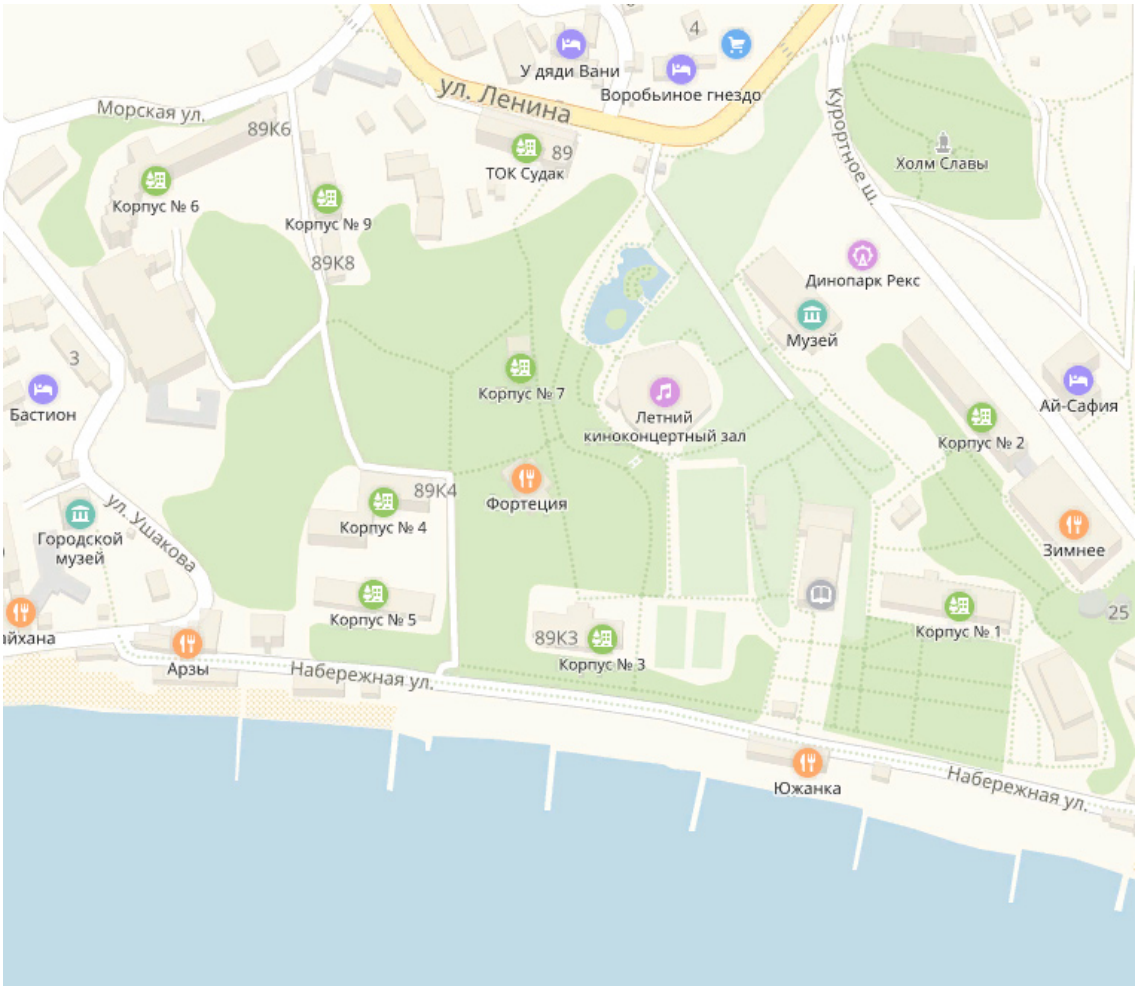


Рисунок 4 – Креативное пространство Судака

Отметим, что эта территория в настоящее время активно привлекает поток туристов вследствие нестандартных пейзажей, в том числе открытых пространств, холмистого рельефа, прямого выхода к морю, удобных подъездных путей и близости к городу. Перечисленные факторы создают идеальные условия для организации многофункционального креативного парка, располагающего местами размещения туристов, причалами для маломерных судов и морских такси и зонами спортивного отдыха. Креативный квартал Судака должен быть планируем исходя из специфики историко-культурного наследия Крыма.

Несмотря на многочисленные преимущества городских пространств, позволяющих планировать эффективное региональное экономическое развитие, отметим актуальные негативные факторы, замедляющие динамичность экономических процессов. Выделим *недостаточную информационную открытость*. Отсутствие полноценного и своевременного информирования гостей и жителей Крыма о появлении новых возможностей для интеллектуальных и эстетических развлечений снижает туристический интерес. В рамках решения задачи вовлечения и сохранения объектов культурного наследия, а также с целью организации рациональной туристической деятельности предлагается обратить внимание на проблему низкого уровня информационной открытости и представленности объектов культурного наследия на федеральных информационных порталах. Так, например, на официальном портале Министерства культуры Российской Федерации [https://www.culture.ru] в разделе «Атлас» не содержится ни одного крымского объекта по тематике «Архитектура». При этом стоит отметить, что в Российской Федерации отсутствует единый информационный ресурс, включающий описание объектов культурного наследия конкретного региона, а также турис-

тических маршрутов, основанных на местоположении культурных объектов и особенностей приближенности к ним транспортных путей и развитой инфраструктуры. Отметим, что в соответствии с представленным рейтингом Республика Крым находится в группе «Регионы с количеством памятников культурного наследия от 1000 до 2999 объектов» и занимает второе место. Таким образом, Крым полностью соответствует наиболее рентабельным регионам с точки зрения развития культурного наследия.

По мнению авторского коллектива, в целях повышения информационной прозрачности и более полной представленности актуальных данных о региональных культурных возможностях на федеральных порталах, логично своевременно и систематично обновлять верифицированные сведения на портале «Культура. РФ». Не менее значимым кажется разработка самостоятельного туристического портала Республики Крым с размещением на нем информации об официальных туристических маршрутах и объектах культурного наследия, являющихся векторами созданных маршрутов. В качестве метода продвижения регионального туристического портала может быть предложена стратегия организации и проведения открытого конкурса на разработку уникального туристического маршрута, включающего наиболее значимые объекты культурного наследия Республики Крым.

Еще одним аспектом, уменьшающим туристическую привлекательность региона, был и остается *низкий уровень культурного обслуживания*. Качество предоставляемых услуг не соответствует мировым стандартам. Обслуживающий персонал, обеспечивающий функционирование всех креативных отраслей, не осознает ценность культуры взаимодействия с потребителем. В этой связи воспитание компетентных кадров и переподготовка действующих сотрудников становится первостепенной задачей креативной экономики Крыма. Отсутствие высококвалифицированного персонала затрагивает все туристические отрасли республики Крым и является превалирующим фактором, не позволяющим региону повышать экономический статус. Большой процент местного населения в качестве основного источника дохода имеют денежные средства от сдачи в аренду туристам квартир и домов. Вторичным источником доходов являются средства, заработанные в сфере обслуживания. Местные жители не видят необходимости в повышении уровня обслуживания в сфере гостеприимства и туризма. Они считают, что туристический поток не будет уменьшаться или приостанавливаться, если качество обслуживания не будет возрастать. Низкая мотивация местного населения вынуждает владельцев крупных или сетевых организаций туристической и гастрономической направленности нанимать сотрудников из других регионов России, что существенно повышает уровень обслуживания и качество предоставляемых услуг.

Важно обратить внимание на необходимость системного креативного развития городских пространств. Под креативной систематизацией подразумевается 1) вовлечение властных структур и бизнес сообществ; 2) участие широкого спектра заинтересованных лиц и организаций разной направленности; 3) развитие образовательных проектов, позволяющих воспитывать творчески ориентированных кадров; 4) внедрение лучших зарубежных и отечественных практик по производству и масштабированию креативных контентов и мн. др.

Считаем значимым отметить разнообразие городских пространств Республики Крым, а значит многофакторность их креативного развития. Каждый из проанализированных городов имеет уникальную историческую и эстетическую ценность. Безусловно, и другие населенные пункты обладают потенциалом творческого развития. Однако вышеперечисленные городские пространства уже на сегодняшний момент имеют ресурсы, определяющие их потенциал.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ашутова Т.В., Желнина З.Ю. Стратегический проект «Креативный город – территория развития» как модель взаимодействия опорного университета и региона // Высшее образование в России. – 2019. – Т. 28. – № 3. – С. 116–126.

2. Гужва И.Ю. роль культурных кластеров в развитии городов // Формирование рыночных отношений в Украине. – 2018. – № 5. – С. 104–111.
3. Мельникова В.В. Hard и soft: культурно-образовательные инструменты трансформации архитектуры городской среды // Architecture and Modern Information Technologies. – 2019. – № 3. – С. 185–199.
4. Метелева Е.Р. Креативные индустрии и экономика города // Региональная Россия: история и современность. – 2018. – № 1. – С. 340–347.
5. Никифорова С.В., Иванова М.А. Музей как «третье место» в культурном пространстве села // Человек и культура. – 2020. – № 1. – 62–72.
6. Павлова Л.И., Белов А.С. Градостроительные приоритеты и анализ ценности территории // Градостроительство. – 2019. – № 6. – С. 54–57.
7. Ахметдзянова И.С. Анализ уровня применения креативной экономики в управлении инновационными проектами / В сборнике: Актуальные проблемы науки в студенческих исследованиях. Борник материалов VIII Всероссийской студенческой научно-практической конференции. – 2018. – С. 344–346.
8. Куделина Е.А. Проектный подход в развитии креативной экономики / В сборнике: Стратегические перспективы социально-экономического развития Арктической зоны Российской Федерации. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Отв. ред. Л.Б. Сенецкая. – 2019. – С. 97–101.
9. Титова Т.Ю., Салько В.Н. Арт-кластер как новая форма общественного пространства // Архитектурные исследования. – 2018. – № 1. – С. 105–110.
10. Тукмакова М.И. Архитектура закрытых креативных пространств: типология и функциональная структура // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. – 2018. – № 2. – С. 98–106.
11. Тукмакова М.И., Фахрутдинова И.А. Архитектурные принципы формирования креативных пространств // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. – 2018. – № 4. – С. 116–124.
12. Фомина С.Н., Дятлова К.А. Креативное пространство как эффективный элемент инфраструктуры молодежной политики / В сборнике: Молодежь. Семья. Общество. Сборник научных статей. Под общей редакцией Т.К. Ростовской. Москва. – 2019. – С. 46–59.
13. Ангелова О.Ю., Подольская Т.О., Чепьюк О.Р. Цифровая креативная индустрия: на пути к экономике «эмоций» // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: социальные науки. – 2019. – № 2. С. 38–43.
14. Пайн Б.Дж., Гилмор Д.Х. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – это сцена. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.