

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Немчинова Елена Игоревна

Креативные пространства как фактор развития туризма

(на примере г. Калининграда)

Магистерская диссертация

Научный руководитель:

к.ф.н., доц. А.Г. Тишкина

« » _____ 2016

Заведующий кафедрой:

д.г.н., проф. Д.В. Севастьянов

« » _____ 2016

Санкт-Петербург

2016

Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Феномен креативного пространства.....	7
1.1 Понятие креативных пространств, их особенности, цели их создания....	7
1.2 Типы креативных пространств, их функции.....	12
1.3 История возникновения креативных пространств.....	16
Глава 2. Исследование тенденций развития креативных пространств в России и за рубежом.....	20
2.1 Европейский опыт создания креативных пространств и их влияние на развитие туризма.....	20
2.1.1 Опыт создания креативных пространств в Великобритании.....	20
2.1.2 Опыт создания креативных пространств в Германии.....	25
2.2. Российский опыт создания креативных пространств и их влияние на развитие туризма.....	30
2.2.1 Опыт создания креативных пространств в Москве.....	31
2.2.2 Опыт создания креативных пространств в Санкт-Петербурге.....	32
Глава 3. Пространственное развитие города Калининграда и развитие туризма.....	36
3.1 Этапы развития пространства города	36
3.2 Анализ туристской и рекреационной деятельности в г. Калининграде....	43
3.2.1 Туристская инфраструктура г. Калининграда.....	44
3.2.2 Динамика туристских потоков и развитие туризма в г. Калининграде..	48
3.2.3 Виды туризма в г. Калининграде.....	50
3.2.4 Предлагаемые экскурсии по г. Калининграду.....	52
Глава 4. Креативные пространства г. Калининграда и их влияние на развитие туризма.....	58
4.1 Креативные пространства г. Калининграда.....	58
4.1.1 Арт-пространство «Ворота».....	58
4.1.2 Креативное пространство Катарсис.....	60
4.1.3 Арт-пространство «Квартира».....	61
4.1.4 Творческая мастерская «Альтернатива».....	62
4.1.5 Антикафе «Сухомятка».....	63
4.1.6 Антикафе «TimeOut».....	63
4.1.7 Антикафе «Лабиринт».....	64
4.1.8 Антикафе «4Rest».....	64
4.2 Социальный опрос на тему «Креативные пространства в жизни города»..	64

4.3 Авторский экскурсионный маршрут по креативным пространствам г. Калининграда как вклад в развитие туризма.....	68
Заключение.....	71
Список литературы.....	73
Приложения.....	77

Введение

В связи с развитием и ростом городов появилась необходимость в рациональном использовании городской среды, которое бы позволило разместить в одном месте максимальное количество интересных и нужных жителям объектов. Примером решения данных задач стало создание многофункциональных центров, одним из которых является креативное пространство, объединяющее в себе несколько площадок, пригодных для проведения культурных мероприятий, развлечений и работы. Данные пространства проявляют себя как перспективные бизнес-центры, которые способны оказать большое влияние на экономику города, его имидж и туристскую привлекательность. Креативные пространства играют важную роль в привлечении к предпринимательству молодежи и позволяют развиваться формам бизнеса с творческим началом. Креативные пространства преобразовывают депрессивные районы в привлекательные городские пространства, демонстрируя при этом более высокие темпы роста, чем традиционные виды деятельности. Кроме того, такие площадки стремятся стать культурными центрами, позволяя жителям и гостям города знакомиться с современным искусством. Такие пространства направлены на развитие коммуникативных и творческих способностей человека, а также на совершенствование общественной жизни в целом. Креативные пространства сегодня претендуют на роль одного из основных центров притяжения целевых групп города, а также гостей города.

Креативная индустрия – сфера, которая с успехом может быть использована в туризме. Креативные пространства в разной степени влияют на культурную и социальную жизнь горожан и туристов. Художественные выставки, музыкальные и литературные проекты, встречи с писателями, художниками, критиками и представителями культурной элиты, которые проводятся в креативных пространствах, являются объектом интереса современных людей. Креативные пространства могут повысить туристскую привлекательность города.

Тема выпускной квалификационной работы – влияние креативных пространств на развитие туризма. Тема актуальна, так как креативные пространства – объекты, которые могут привлечь внимание туристов, стать местными достопримечательностями, расширить спектр тематических экскурсий, улучшить или сформировать имидж города. Новизна исследования определяется тем, что данная тема еще очень мало изучена.

В работе будет рассмотрено влияние креативных пространств на развитие туризма в г. Калининграде. Явление креативного пространства в Калининграде абсолютно новое для подавляющей части населения. Это связано прежде всего с тем,

что креативные пространства покане являются местами для широкой публики. Креативные пространства Калининграда появились недавно, и только начинают развиваться. Однако у них уже появилась своя аудитория, они стали неотъемлемыми местами посещения горожан и туристов.

Цель работы – исследовать креативные пространства г. Калининграда, а также изучить их с точки зрения привлекательности среди жителей города и туристов.

Задачи данной работы: дать определение понятию «креативное пространство»; изучить типы креативного пространства; исследовать тенденции развития креативных пространств, их зависимости от территории, преобразования территории за их счет; изучить влияние креативных пространств на развитие туризма в городской среде; выявить, насколько интересны данные места для туристов, как часто они посещают креативные пространства города; выяснить, становятся ли креативные пространства туристской составляющей Калининграда.

На основе данной работы будет предложен туристский буклет авторской экскурсии по креативным пространствам г. Калининграда как вклад в развитие туризма города.

Предметом данной исследовательской работы является влияние креативных пространств на развитие туризма. Объект – это непосредственно креативные пространства Калининграда.

Защищаемые положения: креативные пространства – новый этап в развитии городской территории, креативные пространства города Калининграда являются привлекательными для жителей города и туристов, тем самым влияют на развитие туризма; креативные пространства города Калининграда необходимо использовать в разработке тематических экскурсий.

Методы, используемые в работе: географический, аналитический, исторический, социологический, метод интервьюирования, метод анкетирования.

Теоретико-методологическая база исследования включает авторитетные работы в области основ креативной экономики, территориального развития, культурной политики, урбанистики, публикации по вопросам социологии и психологии коммуникации, креативного класса, творческих кластеров и прочее. Также она включает публикации СМИ, в которых рассматривался и обсуждался вопрос становления и развития сферы креативных индустрий мирового масштаба

Эмпирическая база исследования содержит опыт развития креативных пространств в Великобритании, Германии, России. Важнейшей составляющей

эмпирической базы исследования стали социальные медиа изучаемых творческих пространств, публикации, характеризующие их деятельность.

Структура выпускной квалификационной работы включает в себя введение, четыре главы, заключение, список литературы и приложения.

Глава 1. Феномен креативного пространства

В данной главе раскрыто понятие «креативное пространство», цели создания креативных пространств, их типы и особенности. Также описана история создания первого креативного пространства.

1.1. Понятие креативных пространств, их особенности, цели их создания

Понятие «креативное пространство» неоднозначно. На сегодняшний день оно не сформулировано и не закреплено в научных трудах. Тем не менее, понятие довольно широко используется, так как подобные площадки стали неотъемлемыми центрами культурной жизни крупных городов.

Прежде чем рассмотреть, что оно означает, необходимо дать значение термину «креативность». Креативность – творческая, созидательная, новаторская деятельность. (Большая российская энциклопедия, 2002). То есть креативность - это деятельность, творческий процесс, результатом которого является нечто новое, созданное человеком. Существуют различные мнения по поводу двух терминов – «креативность» и «творчество». Некоторые исследователи разделяют данные понятия, считая, что креативность – умение личности решать задачи при помощи творческого подхода, и не всегда креативность применяется только в сфере, которая подразумевает под собой творчество. Другие исследователи считают данные термины синонимичными. В данной работе термины «креативность» и «творчество» будут употребляться, как синонимы, поскольку оба понятия подразумевают наличие творческих способностей и умение нестандартно подходить к решению каких-либо задач.

Говоря непосредственно о креативных пространствах необходимо ввести четкое определение, характеризующее данный феномен.

Г. Эванс в своей работе пишет, что формирование новых индустрий, новой экономики и новых постиндустриальных пейзажей стало прорывом от прошлой эпохи не только в плане рынка рабочей силы, но и новой продукции и новой организации территории. Другими словами, переход к новой эпохе стал возможен благодаря появлению возможностей самореализации, появлению нового класса общества – креативного класса, который вызвал и необходимость в переосмыслении форм существования экономики и пространства. (Evans, 2009).

Р. Флорида в своей работе «Креативный класс», впервые выпущенной в 2001 году, отмечает, что, помимо информации и знания, в современном мире креативность будет являться ключевым фактором развития общества. (Флорида, 2005).

Р. Флорида утверждает, что важнейшую роль в существовании и функционировании современной экономики играет человеческая креативность – способность генерировать совершенно новые и необычные решения в ведении любого дела. Более того, в книге автора главенствующим фактором успешного развития экономики называется творческий потенциал, а сама креативность выступает как наиболее ценный товар. Флорида выделяет «креативный класс» – то есть людей, занятых в научной, экономической и творческой сфере, чья функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания. Для тех, кто входит в креативный класс, все аспекты и все проявления креативности – технологические, культурные, экономические – взаимосвязаны и неразделимы. Социолог включает в креативный класс не только людей творческих профессий – таковыми в широком понимании являются художники, артисты, писатели, дизайнеры и т.п. Суть креативного класса заключается в том, что его представители заняты работой, направленной на создание значимых новых форм. Люди, создающие новые технологии, идеи и креативное содержание составляют ядро креативного класса. В основном это те, кто работает в области науки и техники или занимается архитектурой, дизайном, образованием, искусством, музыкой и индустрией развлечений. Помимо ядра креативный класс представляют креативные специалисты, чьей сферой являются бизнес и финансы, право, здравоохранение и смежные области деятельности. Специалисты такого рода решают сложные задачи, проявляя независимость мышления и высокий уровень образования и человеческого капитала. Для креативного класса принципиально важны креативность, индивидуальные особенности и личные заслуги. (Флорида, 2005)

Р. Флорида считает креативный класс наиболее влиятельным ввиду того, что ему присущи индивидуализм, самовыражение и открытость. Если определять классы по группам занятости, то у Р. Флориды выделяются четыре класса: 1) рабочий класс, который составляют люди, работающие в промышленном производстве, строительстве, перевозках и т.д.; 2) обслуживающий класс, который составляют люди, с менее квалифицированными знаниями в обслуживающем секторе; 3) класс сельского хозяйства, состоящий из фермеров, рыболовов, лесников и т.д. Новый четвертый класс, креативный, является в высшей степени решающим для развития экономики в настоящий период. (Флорида, 2005).

Роль креативных пространств в поддержке творческих групп не вызывает сомнений. Отсутствие привязанности к определенному месту работы, возможность сделать перерыв и отвлечься от монотонного труда, встречать людей других сфер

деятельности – все это развивает способности творчески мыслить и находить креативные решения задач.

Таким образом, можно проследить, как общество пришло к созданию креативных пространств и оценить их вклад в формирование творческой среды. Креативные пространства обладают большим потенциалом в развитии городов и поддержании креативного класса. Но прежде, чем прийти к окончательным выводам, необходимо определить, что же представляют собой данные площадки.

В книге “Креативное пространство” Ллойд П. пишет о вкладе креативного пространства в социальную и экономическую сферы и определяет его как “хорошо продуманную среду, которая побуждает человека создавать что-то новое, быть общительным и полным вдохновения”. (Lloyd, 2009).

А. В. Коровин пишет, что внедрение «креативных пространств» в ткань города способно менять его облик, способствовать развитию средового разнообразия, давать шанс на творческое развитие и самореализацию людей, превращая ранее мало презентабельные районы в центры активности. Коровин предлагает разобраться в причинах и факторах, которые делают открытое пространство креативным. Исследователь выделяет факторы, определяющие креативность городского пространства: историко-культурные, социальные, функциональные, природно-климатические и т.д. (См. прил. 2, схема 1). Несмотря на то, что автор, скорее, рассуждает о функционировании целого города как креативного пространства, его точка зрения может быть актуальна для отдельных креативных центров. (Коровин, 2013).

Традиции и колорит местности, которые представляют историко-культурные факторы, значат наличие общего массивного культурного контекста у горожан, обуславливающего его проявление в городском пространстве, а также дает креативной индустрии стимул создавать и демонстрировать новые уникальные продукты. Единое представление о культурных и исторических событиях может служить благоприятным фактором для формирования в сознании у людей одних интересов и целей, а, следовательно, и для создания креативной среды. Так, некоторые креативные пространства часто организуют в своих стенах выставки, позволяя посетителям ознакомиться с тенденциями в современном искусстве, оценить их с опорой на имеющийся культурный фон и обменяться мнением. (Коровин, 2013).

Социальные факторы включают демографию, соотношение полов и возрастов в рамках отдельной территории. Организация публичного пространства должна предусматривать баланс различных возрастных групп, обеспечивающих обмен

множеством мнений и взглядов. Взаимодействие с другими людьми, создание условий и пространств для этого – важный подход к организации креативной среды. Принято считать, что креативные пространства созданы для молодежи с небольшими доходами, однако на их территории довольно часто проводятся мероприятия, которые могут быть интересны зрелой аудитории, например, лекции о бизнесе, события для профессионалов в какой-либо области, детские праздники для семейных людей. (Коровин, 2013).

А. В. Коровин среди факторов приводит и функциональность территорий. На уровне целого города это означает наполненность учреждениями обслуживания и наличие центрального объекта, который может послужить основанием для создания креативной среды. Для креативных пространств данный фактор также оказывается применимым ввиду того, что на их площади есть кафе, магазины, выставочные залы, а, кроме того, здесь регулярно проводятся открытые лекции, музыкальные концерты. При этом сами владельцы креативных пространств находятся в постоянном поиске новых способов применения имеющихся у них территорий. (Коровин, 2013).

Фактор, обуславливающий комфортность пребывания людей в конкретном месте также является значимым, по мнению исследователя. В данном случае подразумевается то, что среда становится креативной, если обладает отличительными особенностями по сравнению с другими общественными местами. Для этого креативное пространство должно находиться в необычном с точки зрения градостроительства и архитектуры здании. Допустимо и желательно использование исторических или старых помещений, которое позволяет вдохнуть жизнь в заброшенные постройки, а также рационально и полезно их использовать. Природно-климатические факторы исследователем также учитываются. Данные факторы влияют опосредованно, потому как на сегодня есть все условия для того, чтобы делать публичные пространства комфортными и доступными в любое время года. (Коровин, 2013)

Итак, были рассмотрены предпосылки появления креативных пространств, а также в чем состоит потребность города в данных площадках и каковы факторы их успешного функционирования. Необходимо дать окончательную формулировку термину «креативное пространство».

В статье «Креативный город» В. Пекар и Е. Пестерников также признают то, что для формирования городской среды, развивающей творческие способности, необходимо создание креативных пространств. Креативные пространства авторы определяют как «публично доступные места города, где люди могут свободно самовыражаться, обмениваться идеями, демонстрировать другим результаты своего

творчества и коммуницировать с другими не в роли потребителя товаров или работника компании, а в роли создателя, разработчика, творца уникального продукта своей личности». Креативное пространство способствует творческой самореализации, помогая раскрыть индивидуальные таланты горожанина и позволяя личности свободно проявлять себя. (Пекар, Пестерников, 2013).

Таким образом, можно отметить, что создание креативных пространств – это путь к созданию благоприятной творческой среды. Креативное пространство дает возможности для творческой самореализации с учетом индивидуальных способностей и увлечений человека. Креативное пространство — это свобода любых проявлений личности, идущих из индивидуального творческого посыла и формирующих интересы и свой личный «вкус жизни». Креативное пространство 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 стартапов¹. Это площадки для реализации своих идей, проведения творческих мероприятий, например, презентаций, концертов, выставок, семинаров, просмотров фильмов с обсуждением и т.д. (Жарков, 2012).

Подводя итоги данного раздела, необходимо выделить основные признаки креативного пространства, опираясь на все сказанное выше и учитывая сегодняшний опыт создания подобных объектов.

Во-первых, креативные пространства привлекают креативный класс, который не обладает жесткими характеристиками по роду деятельности и денежному доходу, благодаря чему становятся местом объединения самых разных людей по возрасту, полу, профессии, семейному положению и т.п.

Во-вторых, подобные пространства являются культурным центром города, проводя на своей территории выставки, кинопоказы, концерты и многое другое.

В-третьих, креативные пространства многофункциональны, т.к. позволяют проводить на их площадках как культурные, так и образовательные мероприятия. Также здесь размещаются заведения различной направленности – кафе, бары, магазины, офисы и прочее.

В-четвертых, креативные пространства зачастую используют повторно заброшенные или исторические здания, помогая таким образом разумно задействовать пустующие территории и улучшить внешний вид города, реставрируя данные здания.

¹Стартап — это компания, созданная для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели. (Стив Бланк, Боб Дорф. Стартап. Настольная книга основателя. М: Альпина Пабlishер, 2014.-616 с.)

В-пятых, креативные пространства предоставляют свою площадь для объединений малого и среднего бизнеса, что благоприятно сказывается на развитии данных инициатив.

В-шестых, креативные пространства повышают туристскую привлекательность города, вызывая интерес не только у жителей, но и посещающих город туристов.

Таким образом, креативное пространство – это место для отдыха, общения, саморазвития и самореализации, которое дает возможность молодежи развиваться, а также предлагает рабочие места, способствует развитию экономики региона и способствует повышению туристской привлекательности города.

1.2 Типы креативных пространств и их функции

Креативное пространство может иметь множество типов и форм, начиная с публичных площадок и клубов по интересам, и заканчивая центрами современного искусства и целыми арт-кварталами. Необходима четкая классификация типов креативных пространств. Исследователь Д. Абрамов дает длинный список креативных пространств, среди которых он называет творческие кластеры, коворкинги, антикафе, культурные центры, галереи. Тем не менее, автор включает сюда также и кафе, бары, библиотеки, фотостудии, музеи, кинотеатры, хостелы и многое другое. Трудно с этим согласиться, так как креативные пространства обычно представляют собой многофункциональные площадки, которые, в свою очередь, могут включать бары, магазины, кафе, выставочные пространства и все остальное. (Абрамов, электронный ресурс).

Чтобы четко понимать какие именно пространства принимать за креативные, а также сформулировать классификацию типов таких пространств, необходимо ввести понятие «рекреационное пространство» и сравнить его с понятием «креативное пространство».

Рекреационное пространство, по мнению доктора экономики В. Члаидзе, – часть социального пространства, используемая для рекреационной деятельности. При этом пространство может быть как физическим, так и виртуальным, (например, интернет). Опираясь на это понятие, можно сделать вывод, что кинотеатры, кафе и библиотеки являются рекреационными пространствами. Креативные пространства также могут быть рекреационными, так как помимо творческой деятельности они подразумевают отдых, рекреацию. Однако рекреационные пространства не являются креативными, если они не способствуют развитию творческой деятельности, если они не способствуют саморазвитию.

Исследователь Д. Н. Суховская предлагает наиболее удачную классификацию. Она делит креативные пространства на лофты, зоны коворкинга, арт-пространства, арт-кварталы, центры современного искусства. Автор считает правильным добавить к данной классификации антикафе, так как по мнению создателей оно также считается креативным, его концепция подразумевает не только рекреационную составляющую, но и творческую деятельность. В целом, все эти типы ориентированы на конечный продукт, который несет в себе творческую составляющую, а создатели стремятся поделиться своим опытом с другими. Помимо данных терминов есть синонимичные – арт-платформа, некафе и т.д. Все они означают какой-либо из представленных типов креативного пространства.

Лофт — тип жилища, переоборудованное под жильё помещение заброшенной фабрики, другого здания промышленного назначения. Лофты очень популярны в городах с депрессивными промышленными районами, где промышленность больше не выгодна, а здания фабрик и заводов пришли в запустение. Организуя лофт в зданиях заброшенных фабрик и заводов, город таким образом избавляется от депрессивных районов, а также приобретает площадку для развития творчества среди городского населения и интересное место для посещения жителями города и туристами. Истории создания лофтов описана в следующей подглаве. (Суховская, 2013).

Арт-пространство — бывшие промышленные пространства с большими площадями и высокими потолками использующиеся не только для жилья, но и для организации многофункциональных культурных центров с выставочными залами, кафе, ресторанами, офисами, концертными площадками. Каждый из этих и многих других проектов представляет собой переоборудованное дизайнерами и архитекторами индустриальное пространство. (Суховская, 2013).

Не всегда, однако, арт-пространство занимает промышленное пространство. Иногда это название может иметь пространство, находящееся в обычном жилом доме, в историческом здании и т.д. Это главное отличие арт-пространства от лофта, несмотря на остальные схожие характеристики. (Суховская, 2013).

Зоны коворкинга (с английского языка «co-working» — совместно работающие) — отдельное пространство для совместной работы, в основе которого лежит модель работы, в которой участники, оставаясь независимыми и свободными, используют общее пространство для своей деятельности. Схема работа коворкинга проста. Владелец большого офисного помещения сдает рабочие места за небольшую плату людям, которым иногда нужен офис: кому-то для того, чтобы провести переговоры с партнерами, кому-то нужно рабочее место, чтобы formalизовать рабочий режим.

Коворкинг занимает промежуточное место между работой дома и использованием отдельного офиса. Коворкинги могут быть самостоятельным пространством, либо быть частью другого креативного пространства. (Суховская, 2013).

Такая организация рабочего места довольно популярна среди удаленных сотрудников, переводчиков, программистов, дизайнеров и начинающих предпринимателей. Мировой столицей коворкингов считается Сан-Франциско. Но и в Великобритании и Германии они тоже развиваются. В последнее время коворкинги становятся популярными в России. Они функционируют в Москве, Санкт-Петербурге, Воронеже и других городах. (Суховская, 2013).

Центры современного искусства — музейно-выставочная и научно-исследовательская организация, деятельность которой направлена на развитие современного отечественного искусства в контексте мирового художественного процесса, формирование и реализацию программ и проектов в области современного искусства, архитектуры и дизайна в стране и за рубежом. (Суховская, 2013).

Антикафе — заведение в котором посетители платят только за время, проведенное в нем, а в эту стоимость безлимитно включены напитки и угощения. В стоимость входят различные мероприятия и развлечения. В антикафе проводят мастер-классы, проходят чтения, организуют конференции и концерты. Здесь можно как отдыхать, так и работать.

На данный момент существует уже несколько сотен таких заведений, они есть в более чем восьми странах мира. Хотя основное количество антикафе находится на территории Российской Федерации, формат широко распространён в странах СНГ и выходит на европейский рынок (Чехия, Словакия, Франция, Германия, Англия) и США. В антикафе также может располагаться коворкинг. (Информационный сайт об антикафе, электронный ресурс).

Арт-квартал — это часть города, ориентированная отвечающая следующим критериям: относительная компактность размещения и пешеходная доступность всех объектов, обеспечивающих разнообразное и насыщенное событиями времяпрепровождение. Он может совмещать в себе как все представленные типы пространств, или некоторые из них. Он должен быть комфортным, эстетичным и аутентичным местом, где приятно и интересно проводить время. Представителям творческих индустрий арт-кварталы предоставляют возможность работать, экспонировать и продавать результаты своего труда. Инвесторам, удачно вписавшим в структуру квартала бутики дизайнерских марок, кафе, бары и т. п. (Суховская, 2013).

Среди творческих индустрий специалисты отмечают следующие секторы: мода, дизайн, реклама, архитектура, декоративное искусство и ремесла, музеи и культурный туризм, киноиндустрия и видеоиндустрия, мультимедиа и компьютерные игры, музыка и звукозапись, исполнительские искусства и сфера развлечений, литература и издательское дело. Творческую среду можно создавать не только в рамках одного помещения или же офиса — она может занимать целое здание, даже район, объединяя представителей креативных независимых компаний, влияя на развитие городской среды и самого города. Такое территориальное объединение называется креативный, или творческий, кластер. Он также носит имя арт-кластер. Кластер — это не только помещение, пространство. Кластер — это единая система, которая объединяет творческих предпринимателей, пространство, в котором они работают, и творческую атмосферу, которую они создают. Также для творческих кластеров характерна нацеленность на изменения в экономике, социуме и раскрытие творческих способностей отдельных людей. Совокупность всех выше перечисленных пространств по мнению автора является арт-кластером, или творческим кластером. (Суховская, 2013).

Наиболее популярными площадками для создания творческих кластеров являются территории промышленных районов, заводов и производственных помещений. Причинами являются зачастую удачное расположение в городе и непривлекательность для большинства инвесторов, в то время как для художников это сотни свободных квадратных метров, где можно реализовывать самые разнообразные проекты. Такая тенденция является благоприятной для развития городской среды, когда промышленные районы приобретают новую жизнь в современном искусстве.

Главными составляющими арт-кластера являются ядро кластера (идея, ремесло) и пространства, которое формируется вокруг ядра. Это могут быть галереи, библиотеки, залы для занятий, магазины и прочее. (Суховская, 2013).

Существуют различные креативные (творческие) кластеры, образование которых во многом зависит от наличия и особенностей региональных культурных ресурсов. Так, существуют креативные кластеры, которые направлены на поддержку визуального искусства, другие основаны на музейной коммуникации, третьи предполагают акцент на декоративно-прикладных искусствах. Существуют в мире и такие креативные кластеры, которые имеют мультикультурные характеристики. (Суховская, 2013).

На основе анализа типов креативных пространств, можно сделать вывод, что большинство из них формируются в основном на территории бывших промышленных

предприятий, закрытых за ненадобностью, в заброшенных складских помещениях, в бывших индустриальных районах города. Тем самым они способствуют перерождению данных территорий в места концентрации творческих индустрий, давая им новый виток развития. (Суховская, 2013).

Таким образом существует большое количество разнообразных типов креативных пространств, способствующих реализации потенциала современного общества. (Суховская, 2013).

На основе данной типологизации автором предложена схема классификации типов креативных пространств, входящих в творческий кластер. (См.прил. 2, схема 2).

1.3 История возникновения креативных пространств

О креативности заговорили сравнительно недавно, в последнее десятилетие XX века. Разумеется, понимание креативности пространства появилось не вдруг, созревая и укореняясь эмпирически, в длительном опыте возрождения и преумножения жизнеспособности архитектуры конкретного назначения. Начало этого движения с сопутствующим осмыслением принято выводить из истории Нью-Йорка периода Великой депрессии. (Стеклова, Рагужина, 2013).

Предпосылок к появлению такого необычного явления было несколько. Во-первых, огромные промышленные предприятия находились на территории города, в основном в нынешних популярных районах Сохо и Трайбека. После того, как город начал разрастаться, все эти фабрики и заводы оказались буквально в центре Нью-Йорка, и земля поднялась в цене в десятки раз. Во-вторых, Великая депрессия, поразившая Соединенные Штаты в конце 20-х, привела к тому, что многие предприятия обанкротились и были закрыты. (Стеклова, Рагужина, 2013).

Освободившиеся помещения, расположенные на тот момент в уже весьма престижных районах, долго пустовать, конечно же, не могли. В-третьих, стоимость аренды таких брошенных промышленных помещений была значительно ниже, чем плата за проживание в обычной квартире в том же районе, так что желающих стать владельцами подобного здания было довольно много. Так, в 30-х годах XX столетия зародился новый архитектурный стиль, лофт, в дальнейшем давший название первым креативным пространствам. (Стеклова, Рагужина, 2013).

Лофт – верхний этаж склада или промышленного здания, переоборудованный под жилье или мастерскую. Первоначально арендаторами лофтов становились исключительно представители богемы: художники, музыканты, артисты, писатели и скульпторы. Этим творческим людей привлекали не только низкая арендная плата, но и

особенности бывшего индустриального здания — необычайно высокие потолки, огромные пространства, не разделенные на традиционные спальни и гостиные, окна от пола до потолка, дополнительное потолочное освещение, свободный и оригинальный интерьер. Это было идеальным решением для организации студии, мастерской, выставочной галереи. Одним из первых художников, устроившихся в манхэттенских лофтах, был Джексон Поллок, абстракционист. Он занимал огромное помещение под крышей бывшей ткацкой фабрики и создавал там свои тревожные и эмоциональные картины. (Стеклова, Рагужина, 2013).

Вскоре лофт стал обозначать не только направление в архитектуре, но и место собраний городской богемы, некое креативное пространство, где творческие люди могли создавать нечто новое. Примером является знаменитая фабрика Энди Уорхола, благодаря которой в 60-е годы лофты достигают пика популярности. Энди Уорхол, художник, писатель, продюсер, кинорежиссер, открыл на Восточной 47-й улице в Манхэттене свою ставшую хрестоматийной «Фабрику», здание, где жил и он сам и его ученики. Фабрика стала Меккой для богемы. Постоянные посетители «Фабрики» называли её не иначе как «Серебряная Фабрика» из-за маленьких оберток фольги, серебряной краски, и также серебряные воздушные шары, которые украшали потолок. Стены, окрашенные в серебряный цвет, символизировали новое искусство. «Фабрика» была не только студией, в которой работал Уорхол, это было место его идей, в котором он окружил себя группой людей, которые его вдохновляли. Это было излюбленное прибежище нью-йоркской богемы: музыкантов, писателей, художников, фотографов, режиссеров. Фабрика Энди Уорхола считается первым креативным пространством, с которого начала развиваться креативная индустрия. Чуть позже в разоренные промышленные комплексы начали въезжать музеи, культурные и деловые центры, экспозиционные объединения и т.д. (Стеклова, Рагужина, 2013).

В России первые креативные пространства типа лофт появились сравнительно недавно. Первооткрывателями в этой области стали Москва и Санкт-Петербург.

МоМА (Museum of Modern Art) стал первым центром современного искусства в Нью-Йорке. Музей был основан в 1928 году. Первоначально он размещался в офисном здании. Открытие музея состоялось в 1929 году. Первым директором музея стал искусствовед Альфред Барр. Коллекция музея, насчитывающая огромное количество произведений искусства, созданных не ранее 1880 года, постоянно обновляется. В 2004 году МоМА обзавелся новым зданием работы японского архитектора Йоси Танигути, которое и само по себе является шедевром современного архитектурного искусства. Сегодня Музей современного искусства — одна из ключевых достопримечательностей

Нью-Йорка, которую считают своим долгом посетить 2 670 000 человек в год. Музеи современного искусства теперь существуют по всему миру: в Лондоне (TateModern), в Бильбао (музей Гуггенхайма), в Париже (Центр Жоржа Помпиду), в Кельне (музей Людвиг), в Дохе (Матхаф: Арабский музей современного искусства), в Мехико (музей современного искусства «Соумайя»), в Санкт-Петербурге (музей современного искусства Эрарта).

Арт-кластеры в мире возникали еще в XIX веке, например, Монмартр в Париже, населенный представителями богемы и заполненный галереями, магазинами и кафе «творческой интеллигенции». В XX веке возникает новое явление – размещение арт-кластеров в промышленных зонах. Примеры этого - институт современного искусства «КунстВерке» (Kunst-Werke) в Берлине, расположенный в здании бывшего маргаринового завода, «Фэргфабрикен» (Färgfabriken) в Стокгольме на месте прядильной фабрики, где сейчас находится театр и различные выставочные пространства. В России это творческий кластер «Artplay».

Коворкинг был изобретён в 2005 году калифорнийцем Брэдом Ньюбергом, американским программистом. Бред Ньюберг считал, что стандартные офисные помещения не дают достаточной свободы, но и работа на дому подходит не всем. Он придумал новую модель организации офиса – свободное пространство, открытое для всех желающих, позволяющее пользоваться всеми преимуществами офиса по низкой цене. Коворкинги стали популярными – прежде всего у программистов и IT-предпринимателей, которым офис был необходим периодически.

Антикафе – один из самых «молодых» типов креативных пространств. Это заведение с повременной оплатой. Автором идеи является российский предприниматель Иван Митин. В 2010 году он открыл место под названием «Дом на дереве», в котором каждый посетитель оставлял сколько хотел и за это получал чай, кофе и угощения. Через год Иван Митин открыл еще одно такое заведение, но цена аренды помещения была высокой. Тогда было принято решение предложить каждому платить рубль в минуту. Осенью 2011 года появилось первое в мире заведение такого формата — свободное пространство «Циферблат». Сам термин был придуман несколько позже, в 2012 году. Существуют многочисленные вариации названий, в частности: «свободное пространство», «тайм-кафе», «тайм-кофейня», «тайм-клуб» а также частные обыгрывания этой тематики.

Таким образом, начинала развиваться индустрия креативных пространств. (См.прил. 5, табл. 1). И в наше время открываются и развиваются различные типы креативных пространств. Если в прошлом это были лишь лофты, переоборудованные

помещения заводов и складских помещений, то сейчас с каждым годом придумывают все больше решений для создания и организации креативного пространства.

Глава 2. Исследование тенденций развития креативных пространств в России и за рубежом

Во второй главе выявлены тенденции развития креативных пространств в Европе и России, приведены примеры первых и наиболее известных креативных пространств, их влияние на дальнейшее развитие туризма в городах. Автором были выбраны в качестве объектов исследования креативные пространства стран Европы, так как креативная индустрия России опирается на европейский опыт. Также европейские страны были первыми, где активно начала развиваться креативная экономика.

2.1 Европейский опыт создания креативных пространств и их влияние на развитие туризма

Огромную роль в возрождении современных городов играет креативная индустрия - новый вид предпринимательской активности, и одновременно один из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. Она способна менять облик города, превращая ранее мало презентабельные районы в популярные. В подглаве будет рассмотрен европейский опыт создания креативных пространств, причины их создания, а также их влияние на развитие города и туризма.

2.1.1. Опыт создания креативных пространств в Великобритании

Великобритания стала пионером креативной экономики. В 1998 г. в Великобритании при Министерстве культуры, медиа и спорта был создан Департамент развития программ креативной индустрии. Этот департамент дал следующее определение креативной индустрии: «Креативная индустрия – это отрасль экономики, возникающая в результате появления и реализации индивидуального творческого потенциала, навыков и таланта, которые направлены на создание определенной стоимости или богатства и создание новых рабочих мест через создание и использование такого предмета, как интеллектуальная собственность». (Department for Culture, Media and Sport., 2001). Департамент выделяет 11 креативных секторов: реклама; архитектура; искусство и рынки антикварных изделий (также реставрация); ремесла; дизайн; мода; кино-, видео -, фотоиндустрии; программное обеспечение, компьютерные игры и электронные публикации; музыка, изобразительное и театральное искусство; публикации; телевидение и радио. Креативная индустрия подразумевает не просто возникновение новых идей, но их превращение в рыночный продукт, который может быть продан. (Миролюбова, 2011).

Страны, где начали развиваться первые креативные пространства, меняющие облик городов, – Великобритания, Германия. Будучи промышленными странами в прошлом, они вышли на новый уровень, меняя стратегию развития городов, ориентируясь на креативную экономику. В качестве примеров будут рассмотрены города Хаддерсфилд, Манчестер, Лондон, Ньюкасл, Берлин, Лейпциг.

Первой страной, в которой появилась креативная индустрия, стала Великобритания, столкнувшаяся с проблемами, вызванными массовым закрытием угольных шахт, высвобождением большого количества работников и резким сокращением собираемых налогов. Правительство приняло законы, стимулировавшие развитие малого и среднего бизнеса, вложило значительные бюджетные средства на организацию массового переобучения уволенных шахтеров. Сложившаяся в Великобритании система образования позволила государству на высоком уровне внедрить различные обучающие программы для создания нового креативного класса. О том, что происходило в Великобритании в этот период, дает представление книга Ч. Лэндри «Креативный город, пособие для городского инноватора», написанная в 2000 году. Она была частью проекта, проходившего в городе Хаддерсфилд. (Миролюбова, 2011; Лэндри, 2005).

Хаддерсфилд – это промышленный город с населением 130 000 человек, расположенный на севере Англии, неподалеку от Лидса и Манчестера, приблизительно в трехстах километрах от Лондона. В XIX - начале XX века он быстро рос благодаря развитию фабричного производства текстиля, машиностроения и химической промышленности. В 1980-е годы Хаддерсфилд, как и многие другие британские города, вступил в полосу экономического кризиса, который привел к массовой безработице и реструктурированию промышленности. С начала 1970-х годов текстильное производство и машиностроение снизились более чем на 75%, но упадок в первое время был компенсирован ростом объемов производства химикатов, продуктов питания и напитков. В сфере высоких технологий роста не наблюдалось. В Хаддерсфилде, городе, промышленность которого была развита больше, чем в среднем по стране, рабочая сила оставалась менее квалифицированной: зарплаты были ниже, а безработица выше. Поездки жителей на заработки в соседние города приводили к оттоку квалифицированных и талантливых кадров, а этнические меньшинства, преимущественно азиатские, стали рассадником нищеты. (Миролюбова, 2011).

В 1997 году ситуация в городе начала меняться. Хаддерсфилд вошел в число победителей конкурса, объявленного Европейским Союзом с целью выявления новаторских городских начинаний. Из более чем 500 заявок, представленных

европейскими городами, было выбрано всего 26 так называемых «городских пилотных проектов», предложивших экспериментальные формы городской политики и развития с последующим внедрением новых моделей по всей Европе. (Миролюбова, 2011).

Проект Хаддерсфилда, программа «Креативный город», родился в результате дискуссий о способах выхода творческих идей за границы художественной сферы. Город получил грант в 3 миллиона эю (около 3 миллионов долларов США) и приблизительно такую же сумму из других источников. Эти средства позволили профинансировать программу, состоявшую из 16 отдельных экспериментальных проектов и рассчитанную на трехлетний период, до конца 2000 года. (Миролюбова, 2011).

Программа «Креативный город» была первым стратегическим начинанием такого рода, осуществленным в масштабах целого города. В конкурсной заявке утверждалось, что творческий потенциал - эта скрытая форма интеллектуального капитала - присутствует во всех сферах деятельности: в бизнесе, образовании, общественном администрировании, службах социального обеспечения. Серия пилотных проектов была направлена на создание особого инновационного пространства, стимулирующего творческое мышление городского сообщества. Целый ряд проектов был разработан для реализации «круговорота городского творчества». Некоторые из них были направлены на повышение способности города рожать новые идеи, например, «Творческий форум» и «Вызов тысячелетия», в рамках которого в период до 2000 года предполагалось осуществить в городе 2000 новаторских социальных и экономических проектов. Другие, например, образовательная компания «Развитие творческого бизнеса» или «Размещение творческих инвестиций», должны были помочь развитию бизнеса в малых и средних предприятиях. Проект «Создай!» стал центром сети, созданной для продвижения и объединения творчески мыслящих жителей города. Программа «Инициатива» состояла в том, чтобы развивать культурную индустрию в рамках нескольких проектов, таких, как «Креативные лофты» (жилое рабочее место для молодых предпринимателей), «Лаборатория» (обучение безработных) и «Медиа-центр Кирклис». (Миролюбова, 2011).

Были приведены в движение все механизмы распространения информации, включая дискуссионные клубы, веб-сайт, базу данных творческих проектов, «Brass» — журнал о творческих проектах из северной Европы. Программу «Креативный Город» возглавила команда, состоявшая из двух лидеров и ряда директоров отдельных проектов. (Миролюбова, 2011).

Программа «Креативный Город» была призвана в корне изменить представление Хаддерсфилда о себе самом. Объявление о тендере на сайте программы провозглашало: «Креативный Город» представляет объединение уверенных в себе людей из Хаддерсфилда, готовых бросить вызов консерватизму и ступить на путь перемен. Все, что касается этой программы, особенно ее фирменный стиль, должно выражать эту идею. Креативный город должен утверждать свою креативность всеми средствами коммуникации — в общении лицом к лицу, через печатные материалы, а теперь и через веб-сайт. (Миролюбова, 2011).

Стратегия изменения образа города стартовала под лозунгом «Хаддерсфилд — сильное сердце, творческий ум» при полной поддержке еще недавно критически настроенных средств массовой информации. Она создавала на региональном, национальном и международном уровнях более позитивное восприятие Хаддерсфилда, определяя его как город творческой и новаторской культуры, город с репутацией, основанной на качественной продукции, прогрессивном бизнесе и институтах, активных гражданах и корпоративных структурах, богатстве мультикультурного разнообразия и предпринимательском духе общества. (Миролюбова, 2011).

Зримые результаты стали появляться лишь в конце 1990-х, к этому времени несколько тысяч человек уже были вовлечены в мероприятия и обучающие программы, было открыто более 50 новых предприятий, в основном в сфере современных технологий и медиа, в город были привлечены новые таланты. Движущей силой нынешнего этапа служит, прежде всего, применение микроэлектронных технологий практически в каждой сфере экономики, производящее революцию в производстве, распространении и сфере услуг. Если говорить о специалистах в области городской регенерации, Хаддерсфилд притягивает иностранных гостей особого уровня, в основном из крупных европейских городов. (Миролюбова, 2011).

Сейчас Хаддерсфилд – интересный, креативный город, привлекательный для туристов. (См. прил.1, рис. 1).

В качестве выводов можно привести следующее. Программа «Креативный город» заставила посмотреть по-новому на старый промышленный город. Благодаря ей и множеству связанных с ней проектах Хаддерсфилд смог «переродиться»: открылось 6000 креативных фирм, уменьшился процент безработицы, было осуществлено 2000 новаторских социальных и экономических проектов. Программа создала на региональном, национальном и международном уровнях позитивное восприятие Хаддерсфилда, определяя его как город новаторской культуры, город качественной

продукции, прогрессивных граждан, богатого мультикультурного разнообразия. (Миролюбова, 2011).

Еще одним ярким примером развития креативной сферы является Манчестер, в котором к середине 1980-х годов количество рабочих мест сократилось на 200 тысяч, сделали ставку на развитие креативной индустрии. Заброшенные промышленные здания были преобразованы: в них разместились музеи, например, Музей науки и промышленности (см. прил.1, рис.2), галереи и т.д. Был реконструирован исторический индустриальный район Каслфилд, появились новая художественная галерея, концертный зал, а также уникальный центр «Урбис», в котором промышленный город прославляет урбанизацию. (Денисенко, 2010). (См. прил.1, рис.3).

В качестве других примеров развития креативной сферы рассмотрим один из кластеров, расположенных в лондонском Ист-Энде. Это содружество независимых творческих компаний, нашедшее приют в здании бывшей пивоварни. Пивоварня Трумана (Truman Brewery) сохранила имя пивовара XVII века и расположилась на месте его цехов. Здание Truman Brewery было возведено на Брик Лейн в 1888 году и стало крупнейшей пивоварней Лондона. Ист-Энд того времени был «обслуживающей зоной» для богатого центра города и лондонского Сити. Здесь располагались склады, небольшие заводики, рынки, цеха по изготовлению самого разного рода продукции. В 1988 году, спустя сто лет после открытия, оно перестало быть пивоварней, но по-прежнему его судьба связана с развитием города. Сегодня пивоварня привлекает людей со всего мира. Здесь расположилось около 250 небольших предприятий: бары, рестораны, магазины, мастерские, пространства для выставок и конференций, офисы и два рынка, которые открыты дважды в неделю и на которых можно купить дизайнерскую одежду. (См.прил.1, рис.4). Пивоварню Трумана посещают люди из многих стран, сегодня это интересный туристический объект. (Зеленцова, электронный ресурс).

В другой части Лондона было переосмыслено пространство художественного музея, которое можно проследить на примере музея Тейт-Модерн. Здание Тейт является самой эффектной из лондонских музейных новостроек Британии. Здание было спроектировано швейцарскими архитекторами Жаком Херцогом и Пьером де Мерином. Долгое время галерея Тейт с ее коллекциями британского и современного искусства располагалась в викторианском здании в Вестминстере и не имела особой охоты к нововведениям (см. прил. 1, рис.5). Новое здание для Тейт-Модерн появилось в Лондоне в 2000 году, то есть почти на семьдесят лет позже музея современного искусства в Нью-Йорке (1929 г.). Преображение электростанции, расположенной на

южном берегу Темзы, с тем чтобы расширить и оживить старый национальный музей, которое поначалу говорило о желании сэкономить на современности, на деле обнаружило симптом, еще не привычный в то время для Британии: живой интерес ко всем формам изобразительного искусства. (Тейлор, 2006). (См.прил.1, рис.6). Сейчас новое здание музея – интереснейшая туристская достопримечательность, которую не устают посещать люди со всего мира.

Известен пример небольших кластеров, таких как «The Mushroom work» в Ньюкасл-апон-Тайн, на северо-восточном побережье Великобритании. Создателем кластера стал британский художник и предприниматель Н. Джеймс. Данный кластер вмещает двенадцать студий, кухню и небольшое помещение для выставок и презентаций. Долгое время Ньюкасл был в основном индустриальным центром (судостроение, судоремонтная, электротехническая промышленность, производство горно-шахтного оборудования и т.д.). Сегодня город получает все большую известность как университетский город и центр культуры и искусства. (См.прил.1, рис.7).

Исторический центр города соседствует с промышленной зоной, в которой раньше располагались заводы и складские помещения. Сегодня эти кварталы стали центром креативных отраслей. В них расположены художественные галереи и мастерские художников, кинотеатры, книжные магазины и издательства, культурные центры и офисы самых разных творческих предприятий. Творческая индустрия с каждым годом отвоевывает все большие пространства, осваивая ранее неудобные и заброшенные здания в промышленной зоне. Сегодня эта часть города конкурирует с историческим центром по притоку посетителей, как из числа местных жителей, так и из числа туристов. (Зеленцова, электронный ресурс).

Великобритания - родина креативной индустрии и концепции «креативный город». Из работ британских ученых и отчетов Департамента культуры, медиа и спорта можно заключить о позитивной динамики в развитии креативной индустрии.

2.1.2 Опыт развития креативных пространств в Германии

Вторым европейским лидером в сфере креативной экономики, помимо Великобритании, является Германия.

Во всех развитых странах Европы возникновение и развитие креативной сферы проходило по описанному выше сценарию. Бывшие индустриальные центры часто превращались в «креативные города». Германия не стала исключением. На ее территории с середины 80-х годов то тут, то там шло преобразование городов, с учетом

новых экономических реалий. Промышленное производство, в большей своей части, было вынесено за пределы государства, а на месте промышленных зон стали формироваться творческие кластеры. В крупных городах целые улицы, районы и даже острова стали местом расположения креативных пространств. (Абанкина, 2006).

Ярким примером является Эмшер Парк, промышленная зона в бассейне Рура. (См. прил. 1, рис.8).

В 1989 году был создан проект преобразования данной территории в индустриальный парк. Для того, чтобы не разрушать бывшие сталелитейные заводы и фабрики, не уничтожать шахты, был разработан проект развития территории. (Быстрова, 2014).

Противодействуя консервативной части управленцев и последователей реиндустриализации Рура, разделяя взгляд на устойчивость как комплексное понятие, объединяющее представления об экологии, культуре, общественной жизни, в течение десяти лет, с 1989 по 1999 годы ИВА поощрял экологические, экономические и реабилитационные проекты в городах долины Рура и реки Эмшер. Основными целями «большого» проекта было экологическое и социокультурное восстановление территории. За десять лет было завершено более 120 проектов с общим объемом инвестиций 2,5 миллиарда евро. (Быстрова, 2014).

Деятели культуры выделили три основных направления стратегического развития территории.

1. «Не уничтожать следы прошлого». Модернизация традиционного уклада жизни, придерживаясь при этом консервативной темы охраны данной местности. (Быстрова, 2014).

2. «Сочетание старого и нового». Создание нескольких центров инновационных технологий, размещенных в старых промышленных постройках. Центры продвигают проекты, работающие на одну общую идею. В закрытом газохранилище было устроено две выставки, посвященные истории газодобывающей индустрии и технологиям будущего. Размещение выставок по вертикали позволяло посетителям с помощью скоростного лифта попадать с одной на другую. (Быстрова, 2014).

2.1 Организация на территории заброшенного сталелитейного завода светового шоу. Была установлена сложная динамическая система освещения завода. Ночью экскурсовод водил посетителей по заводским лабиринтам, создающим фантастические световые картины. Плоская территория помещения с помощью заводских конструкций была оборудована массой приспособлений, создающих «препятствия» для желающих покорить «горы» из металлоконструкций. (Быстрова, 2014).

2.2 В одном из бывших газгольдеров² был устроен бассейн с помещенными и затопленными в нем грузовыми и легковыми автомобилями. Он используется для тренировки аквалангистов, специализирующихся на спасении людей из затонувших автомобилей. (Быстрова, 2014).

3. «Преобразование слабых сторон в сильные». Работа, нацеленная на возрождение экологически неблагополучной территории. Развитие Эмшер Парка, как крупнейшего в своем роде центра по решению проблем загрязнения природы. (Быстрова, 2014).

Финансирование парка Эмшер происходило из различных источников. Правительство земли Северный Рейн-Вестфалия выделило 17,9 миллионов евро. Большую часть средств предоставили частные компании, некоммерческие группы и органы местного самоуправления городов. При этом ИВА была частной компанией, принадлежащей земле Северный Рейн-Вестфалия, но не была частью правительственных структур (Быстрова, 2014).

Каждый из 100 с лишним проектов был самоуправляемым и сам заботился о привлечении финансирования. В начале работы было принято пять основных направлений деятельности: парк Эмшер; регенерация водной системы реки Эмшер (70 км реки и 250 км речек и ручьев); деятельность в парке; новое использование старых промышленных зданий; проекты новых домов.

Все муниципалитеты согласились с генеральным планом ландшафтного парка Эмшер и подписали меморандум, в котором обозначены общие принципы деятельности. Все это время большое внимание уделялось и уделяется сотрудничеству между муниципалитетами, поскольку масштаб проектов не всегда ограничивается одним городом. На первом этапе основные инвестиции направлялись в социальную, художественно-культурную, инфраструктурную сферы, а также для создания зеленых зон (1994–1999). Местность очищали от промышленных загрязнений, реконструировали некоторые старые промышленные объекты, создавали пешеходные дорожки вдоль реки. Рядом с офисными зданиями строились жилье и объекты соцкультбыта. Необходимо было также решить проблемы с чистой водой, которой очень сильно не хватало в регионе. На втором этапе (2000–2005) главный акцент ставился на жилье и создание рабочих мест. (Быстрова, 2014). (См. прил. 3, картосхема 2).

После истечения в 1999 г. сроков первого проекта возник его преемник — «Концепция Рур», где большую роль играют «инициативы снизу». В декабре 2007 г. 35 городов и три округа представили «Концепцию Рур» — проект устойчивого городского

²Газгольдер (от англ. gas-holder) – крупный резервуар для хранения природного, биогаза, или сжиженного нефтяного газа

и регионального развития всей Рурской области. Она основана на пяти ведущих принципах и включает в себя 274 проекта с общим объемом инвестиций 6 миллиардов евро. На этом этапе активно велась очистка реки Эмшер. (Seltman, 2007).

Благодаря государственной поддержке появилось множество новых компаний, которые взяли на вооружение новейшие методы в области проверки качества или природоохранных технологий. Произошло экологическое обновление речной системы Эмшера — полная перестройка и «возврат в природу» 350 км водных протоков, загрязнявшихся на протяжении 30 лет. К концу 1990-х более 50 000 человек в районе Эмшера были приняты на работу в сфере восстановительных и предупреждающих технологий. Происходит развитие Парка — созданы цепи из 22 научных и технологических центров на месте старых промышленных объектов. Создание пейзажного парка Эмшер и семи зеленых коридоров, отделяющих друг от друга крупные городские центры. Новый музей, созданный в газохранилище стал настолько популярным, что вокруг него развилась инфраструктура, обслуживающая гостей музея, со всего мира сюда приезжают туристы. (Быстрова, 2014).

При длине 70 км и площади 460 кв. км ландшафтный парк Эмшер является крупнейшим проектом по реабилитации в Европе. Он включает в себя 17 городов в районе Рура с общим населением 2,5 миллиона человек — Рур, Боттроп, Гладбек, Гельзенкирхен, Эссен, Реклингхаузен, Вальторп, Люнен и др. По территории протекают три реки — Липпе, Эмшер и Рур. Долина реки Эмшер была и остается территорией с высоким уровнем урбанизации, но 60 % ее составляют зеленые насаждения. (Быстрова, 2014).

В качестве примера города, входящего в территорию Эмшер парка, можно привести Эссен - город на западе Германии с населением чуть больше полумиллиона. В 30-е годы прошлого века на северной окраине города по последнему слову науки и техники был построен единый комплекс шахт Цольферайн, который должен был с успехом функционировать до самого конца XX века. Однако известный кризис 80-х годов не обошел ее стороной и шахту закрыли. Все здания, занимавшие 14 кв. км, в большей своей части были демонтированы, оборудование вывезено. В результате бурных общественных и научных дискуссий о вопросах архитектурной и исторической значимости комплекса, и при поддержке земельных властей Северного Рейна - Вестфалии шахта получила статус архитектурного памятника, а в 2001 году была признана объектом Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. (См. прил.1, рис.9). В 1988 году правительством земли Северный Рейн - Вестфалия был принят план по преобразованию индустриального комплекса в центр дизайна, образования, туризма и

культуры. На территории бывшей шахты разместились: музей Рура и музей современного промышленного дизайна, арт-студии, Центр дизайна земли Северный Рейн - Вестфалия, Центр современной хореографии и офисы креативных компаний. Ежегодно центр Цольферайн привлекает около 800 тысяч посетителей, среди которых туристы и деятели современного искусства.(Зеленцова, 2010).

Более современным и интересным для настоящего исследования городом является Лейпциг. Несмотря на то что самым креативным городом принято считать Берлин, тем не менее, эксперт Р. Айзольдт говорит о том, что сегодня город становится более профессиональным, а темп развития новых творческих инициатив в городе замедлился.

В городе Лейпциге, расположенном в двухстах километрах от Берлина, на данный момент насчитывается до 30000 пустующих квартир и, таким образом, около 3000 заброшенных жилых домов. После падения Берлинской стены многочисленные индустриальные предприятия ГДР были закрыты из-за недостатка конкурентоспособности и нерентабельности. Многие жители, соответственно, покинули Лейпциг и переехали в Западную Германию. Население Лейпцига сократилось почти вдвое. Старые фабрики и здания опустели и стали разрушаться.

Город оказался пустующим и невостребованным, рискуя остаться на периферии как в сознании инвесторов, так и туристов. Однако активность граждан помогла градостроителям реформировать его и превратить из индустриального города в один из крупнейших культурных центров страны.

Наибольшего успеха власть и жители Лейпцига добились в сфере ревитализации старых зданий и промышленных зон. В стенах старых заводов стали появляться резиденции художников и арт-кластеры. Наиболее ярким примером является бывшая хлопчатобумажная фабрика «Шпиннерай», на десяти гектарах которой разместились галереи, художественные мастерские, где молодые люди занимаются креативными проектами, театром и кино. (См.прил.1, рис.10).

Городские власти также призвали творческих людей осваивать заброшенные дома Грюнвальдской эпохи, чтобы спасти их от разрушения. Стимулировали желающих воплотить свой социальный, культурный или арт-проект тем, что позволили им жить в домах бесплатно или за очень низкую плату. Также старые дома начали выкупать и создавать в них «Hausprojekte» – «домашние проекты».

Наконец, исторические здания превратились в творческие лаборатории, которые притягивают к себе креативных людей со всего мира. Более, чем за 20 лет город сумел преодолеть проблему плохой экологии и создал благоприятный бизнес-климат.

Проектировщик Ш. Габи, принявший участие в возрождении Лейпцига, резюмирует результат восстановления города.

Первое – это создание программы городского строительства, направленной на улучшение условий жизни в неблагоустроенных домах и районах, а также на реконструкцию и модернизацию устаревших жилых зданий.

Второе – оживление бизнес-климата, содействие экономическому развитию. Лейпциг изначально поступал неправильно, сохраняя в городе грязную промышленность, которая не была востребована. Теперь промышленная зона превратилась в центр креативной индустрии.

Город Лейпциг сумел при помощи креативных пространств оживить свои районы не только внешне, но и внутренне. Авторы проекта ревитализации позаботились о том, чтобы множество заброшенных зданий и зон сыграли на руку городу. Можно с уверенностью сказать, что креативные пространства оказались стимулом для развития культуры и экономики города, а также вдохновили молодежь на создание собственных проектов и привлекли сюда туристов.

Таким образом происходило развитие территории за счет креативной индустрии в Европе.

Индустриальные центры прошлого стали самыми яркими подтверждениями успешности государственной культурной политики на пути улучшения экономической и социальной ситуации в этих городах. Бывшие промышленные территории, заброшенные пространства были отданы представителям творческих индустрий на льготных условиях аренды. В скором времени эти места стали «колониями художников» или «творческими кластерами».

2.2 Российский опыт создания креативных пространств и их влияние на развитие туризма

Российский опыт во многом повторяет опыт Европы. Сегодня в России существуют города, которые могут претендовать на звание постиндустриальных центров. Власти этих городов уделяют особое внимание культурной политике. Создание и развитие творческих кластеров в них с каждым годом набирает стремительные обороты. К такого рода городам можно отнести Москву, Санкт-Петербург, Пермь, Калининград и некоторые другие. Креативные пространства открываются в зданиях бывших фабрик, заводов, складских помещений, «вдыхая» в них вторую жизнь, привлекая сюда посетителей.

2.2.1 Опыт создания креативных пространств в Москве

В середине 90-х годов, в период выведения промышленных предприятий за пределы МКАД, возник вопрос освоения освобожденных промышленных сооружений, приспособления их к потребностям горожан. Решением стало создание в старинной промышленной зоне Москвы частной арт-территории, способной сконцентрировать лучшие художественные ресурсы города (галереи, мастерские, выставочные залы, арт-агентства) и объединить на одной площадке людей-представителей современного искусства.

В качестве примера можно привести первый в Москве творческий кластер «АРТСтрелка», возникший в 2004 году на территории бывшей кондитерской фабрики «Красный Октябрь» и просуществовавший до 2009 года. (См. прил. 1, рис.11). Возникновение этой культурной площадки стало возможным в связи с планирующейся реконструкцией территории и планами по ее превращению в престижный бизнес-район «Золотой остров». Первоначально предполагалось отдать эту территорию художникам на два года, после чего владелец земли «Гута Девелопмент» планировал возведение на этом месте жилищного комплекса «Золотой остров». В действительности культурный центр просуществовал почти пять лет. Руководители компании «Гута Девелопмент», имевшей отношение к реконструкции территории острова, были знакомы с зарубежными и российскими примерами использования современного искусства для капитализации территорий и с пониманием отнеслись к предложению сделать недалеко от открывшейся первой очереди пешеходного моста (соединяющего район Волхонки с Якиманкой) культурный центр». (Зеленцова, 2010).

За пять лет своего существования «АРТСтрелка» дала жизнь многим творческим начинаниям, стала стартовой площадкой для таких именитых сегодня галерей, как «XL», «Paperworks» и «Риджина», послужила вдохновением для открытия новых художественных площадок, таких как «ПРОЕКТ_ФАБРИКА» и «Винзавод», а также ряда проектов в других городах России.

Еще одним примером креативного пространства в Москве является винный комбинат «Винзавод». (См. прил.1, рис.12). Он стал центром современного искусства в Москве. В 2007 году в его помещениях стали располагаться три крупных выставочных зала, авторитетные московские галереи: XL, Айдан галерея, Галерея Риджина, Галерея 21, дизайн-студии, мастерские художников, залы RIGroup (филиал Московского Дома фотографии), концептуальный магазин Cara&Co, школа стилистов Персона. Открываются арт-бары и кафе, дизайнерские, книжные и музыкальные магазины. Проектом предусмотрена также открытая площадка, предназначенная для проведения разнообразных культурных мероприятий: концертов, фестивалей и презентаций.

Сформированный по принципу «арт-кластера», центр современного искусства «Винзавод» концентрирует лучшие творческие ресурсы города и создает принципиально новую, привлекательную для широкой публики художественную среду. Инфраструктура «Винзавода» такова, что гости могут совмещать посещение художественных выставок, лекций и мастер-классов, просмотр авторского кино с шоппингом и отдыхом в клубах и арт-ресторанах. За исключением специальных событий, вход на территорию центра свободный для всех желающих. На территории «Винзавода» регулярно проводятся фестивали и образовательные программы в сферах современного искусства, кинематографа, архитектуры и дизайна, а также благотворительные мероприятия. Тесное взаимодействие участников проекта помогает наладить особую междисциплинарную связь между различными сообществами, поколениями и стилями. Выставочные залы и пространства «Винзавода», обладающие уникальной атмосферой – оптимальное место для проведения не только выставок, но и самых разнообразных культурных и корпоративных мероприятий. «Винзавод» привлекает людей разных возрастов, а также является объектом интереса туристов, благодаря широкому спектру мероприятий, проходящих в стенах креативного пространства. (Сайт афиш выставок, ресурс сети Интернет).

В Москве кроме «Винзавода» существует большое количество креативных пространств. Они будут охарактеризованы в приложении. (См. прил. 5, табл.2).

2.2.2 Опыт создания креативных пространств в Санкт-Петербурге

Санкт-Петербург – второй город в России, в котором начали открываться креативные пространства.

Причин для создания в Петербурге креативных пространств достаточно. Во-первых, здесь огромное количество заброшенных или полузаброшенных промышленных зданий, и это не унылые советские цеха, а интереснейшие дореволюционные постройки практически в центре города. Во-вторых, количество творческих людей в Петербурге тоже на порядок выше, чем в среднем по стране, и это не только благодаря большому количеству учебных заведений творческой направленности, но и благодаря большому количеству людей, самостоятельно развивающих в себе творческое начало. Неудивительно, что просторные светлые помещения с низкой арендной платой и необычной атмосферой привлекают креативный класс.

Опираясь на опыт Европы и Москвы, креативные пространства начали размещаться на территории бывших производств. Так, в 2007 году на месте бывшего

Смольнинского хлебзавода открылся «Лофт проект ЭТАЖИ». (См.прил. 1, рис.13). Это торгово-выставочный центр в Санкт-Петербурге, первый и самый известный такого рода комплекс в Санкт-Петербурге. Все пять этажей с подвалом и внутренний двор бывшего хлебобулочного царства прошли реконструкцию и отданы под галереи, магазины, кафе, хостел. На сегодняшний день на территории в 3000 кв. м находятся 2 галереи современного искусства, 4 выставочных пространства, Кофейня Зеленая Комната, открытая крыша и хостел «Локейшн Хостел». Актуальные экспозиции на площадках Лофт Проекта ЭТАЖИ соседствуют с обширной событийной программой, в которую входят серии лекций и дискуссий по искусству и дизайну, кинопоказы, театральные события, занятия теорией и практикой кураторства, мастер-классы для детей. Помимо выставочной и образовательной деятельности, Лофт Проект ЭТАЖИ активно реализует социально значимые благотворительные проекты, привлекая к участию в них лучшие художественные ресурсы города. Важное направление деятельности культурного центра — международные проекты в сфере современного искусства, которые Лофт Проект ЭТАЖИ организует совместно с культурными институтами стран ЕС и комитетами города. В интерьерах «Этажей» сохранены и законсервированы элементы оригинального пространства: окантованные металлом бетонные колонны, оборудование для выпечки хлеба, стоки для муки, котельные трубы, чугунный пол. Дополнительно установлена антикварная и дизайнерская мебель, вмонтированы в пол стеклянные окна, на некоторых этажах пространство делится подиумами.

Лофт Проект ЭТАЖИ – популярное креативное пространство в городе. Его посещают жители Санкт-Петербурга, гости из других городов России и других стран. К сожалению, администрация Лофт Проекта ЭТАЖИ не предоставила информацию по статистике: по количеству посещений и т.д. Поэтому автор делает вывод о популярности пространства, исходя из количества участников в группе социальной сети «ВКонтакте». Всего участников – 115 003.

На втором месте (по количеству участников группы социальной сети «ВКонтакте» 30 862) стоит креативное пространство ТКАЧИ. Это один из самых больших лофтов Петербурга, он открылся в мае 2010 года. Пространство занимает здание одного из корпусов "Новой бумагопрядильной мануфактуры" - крупнейшей ткацкой фабрики своего времени. Здание на набережной Обводного канала, 60, перед открытием лофта было полностью отремонтировано (и это редкий случай, обычно ремонт из-за нехватки у креативных пространств денег проводится постепенно и перманентно). Теперь на площади 13 тысяч кв. м располагаются: несколько магазинов

петербургских, российских и западных дизайнеров одежды, магазины редких винтажных вещей, фирменный салон велосипедов «Electra», разнообразные творческие мастерские, дизайн-студии, фотостудии, образовательные центры, бразильский культурный центр "Жинга", музыкальная школа для взрослых. Все мероприятия проводятся на пятом этаже лофта - здесь, в помещении галереи площадью более 1000 кв. м, проходят выставки, мастер-классы, образовательные мероприятия, фестивали, благотворительные марафоны. Здесь же, на пятом этаже, находится небольшое кафе с чаем, кофе и десертами и книжный магазин "Борхес". ТКАЧИ, как и ЭТАЖИ – интереснейшее место для посещения туристами.(См.прил.1, рис.14). (Креативное пространство ТКАЧИ, электронный ресурс).

В Санкт-Петербурге открыто большое количество креативных пространств, многие из которых заслуживают интереса. Они будут представлены в приложении. (См.прил.5, табл. 3).

Подытоживая все, представленное выше, необходимо отметить, что в индустриальную эпоху горожане стремились отделить непривлекательные производственные индустрии от жилья, мест отдыха и развлечения. Парадоксально то, что благоприятные условия для творческих организаций и проектов создаются как раз в бывших промышленных зданиях, удаленных от городских центров. В центральных частях городов размещаются финансовые предприятия и высокорентабельные бизнес-структуры, розничная торговля, городские политические и культурные институты. Зоны застройки промышленными зданиями в крупных европейских и российских городах часто становились удобной площадкой для не очень богатых представителей творческих и интеллектуальных индустрии, дизайнеров, художников, музыкантов, создающих самобытную и насыщенную энергией атмосферу, развивающую и омолаживающую город.

Недорогие районы индустриальных застроек, привлекательные для демократичной молодежи - это заброшенные склады, небольшие промышленные здания и старые жилые дома. Более низкие цены позволяют молодым и творческим людям развивать свои проекты на необычных площадках, которые в центре города доступны немногим. То есть то, что еще «вчера» считалось бедным районом с заброшенными заводами и фабриками, с высоким уровнем социальной нестабильности, сегодня становится развитым и облагороженным районом с развитой инфраструктурой, способным составить конкуренцию городскому центру. По словам Чарльза Лэндри в далекой перспективе такой район полностью оккупирует богатые люди, что приведет к

увеличению арендной платы, а творческие предприниматели будут осваивать новые территории.

Таким образом, внутренние производственные зоны - это важные экспериментальные площадки и своеобразные «питомники» для творчества. Как только эти зоны облагораживаются, пионеры-креаторы перемещаются на другие заброшенные территории с приятной ценовой политикой, и здесь начинается новый этап развития/новый проект, а с ними и новый виток популярности.

На основе проведенного анализа можно выделить следующие тенденции развития креативных пространств и креативной индустрии в целом:

Во-первых, креативная индустрия начинала развиваться в бывших промышленных центрах Европы, что способствовало перерождению европейских городов. Сюда вкладывались деньги, развивались новые проекты, появлялись новые рабочие места.

Во-вторых, креативная индустрия способствовала изменению функций бывших промышленных предприятий. Из заводов они «переквалифицировались» в крупные креативные пространства, отели, туристские достопримечательности и культурные центры.

В-третьих, творческая индустрия с каждым годом отвоевывает все большие пространства, осваивая ранее неуютные и заброшенные здания в промышленной зоне, изменяя городское пространство, делая его все более привлекательным для туристов.

В-четвертых, благодаря творческой индустрии, вложениям в новые креативные проекты, развивается бизнес в городе, а это в свою очередь дает толчок к дальнейшему развитию города.

Создание креативных пространств дает возможность городу сформировать внутри себя новую среду, которая будет развивать его культуру и бизнес. Позиционирование города как креативного места может сделать его более привлекательным не только для потенциальных работников и творческих людей, но и для туристов.

Глава 3. Пространственное развитие города Калининграда и развитие туризма

Калининград – административный центр Калининградской области. Это город с уникальным геополитическим положением, природными особенностями, богатой историей и культурным наследием. В третьей главе рассмотрены этапы развития пространства города, а также дана туристско-рекреационная характеристика современного Калининграда.

3.1.1 Этапы развития пространства города

Первый этап. К настоящему времени в науке сложилась концепция основания Кенигсберга как раннегородского комплекса. Считается, что после победного завершения 2-го крестового похода на Самбию (историческую область Восточной Пруссии) его вождь - чешский король Оттокар II Пшемьсл основал замок в устье реки Преголи, расположив его на месте прусского городища Тувангсте. Главным принципом, которым руководствовался его основатель, считается стремление усилить военное присутствие Тевтонского Ордена. (Кулаков, 1999).

Второй этап. Тевтонский период продолжался с XIII по XVI века. В этот период строится замок Кенигсберг, что значит "Королевская гора" (в честь своего союзника в борьбе против славян, чешского короля Оттокара II Пшемьсла). (Кулаков, 1999).

Первоначально замок Кёнигсберг был деревянным, но в 1257 году началось строительство каменного, а точнее - кирпичного замка. И так, в 1255 году были возведены первые здания будущей крепости - два деревянных пакгауза (складских помещений). В 1257 году замок и будущий город Альтштадт были обнесены рвом. В 1268 г начинается кладка каменных стен. В 1278-1292 годах строится северное крыло замка. Собственно, строительство и перестройка замка не прекращались почти все время его существования. Он был стержнем, основой и защитником будущего города. (Сайт словарей и энциклопедий, электронный ресурс).

Значительную роль в возникновении Кенигсберга сыграли купцы из Любека, прекрасно информированные о возможностях западнобалтского торгового рынка. Переход в их руки контроля над водным путем по р. Преголя стал прологом к включению всей восточной и юго-восточной Балтии в сферу многоплановой деятельности Ганзейского торгового союза. (Кулаков, 1999).

В последующие годы в завоёванные земли стали прибывать немецкие колонисты, они постепенно смешивались с местным (прусским) населением, которое впоследствии стало забывать свой язык и культуру и затем полностью ассимилировалось. У стен замка Кёнигсберг и под его защитой стали возникать

поселения. В 1270 году рядом с замком Кёнигсберг началось строительство города Альтштадт (т.е. Старый Город). Для защиты западной стороны города в 1333—1350 годах была построена городская стена с шестью башнями. (Кулаков, 1999).

В 1300 году неподалёку был основан второй город – Лёбенихт, маленький городок ремесленников, укрепления которого по сравнению с Альтштадтом были скромными. Продовольственное обеспечение замка и двух упомянутых выше городов (Альтштадта и Кнайпхофа) осуществлял Лёбенихт. Жителями города были ремесленники, пивовары, земледельцы. (Кулаков, 1999).

А в 1327 году, в западной части острова недалеко от замка возник ещё один город, купеческий, Кнайпхоф. Города входили в Ганзейский союз. Изначально город специализировался на торговле и судоходстве. (Кулаков, 1999).

Орденское укрепление являлось средоточием административной власти и военной силы, Альтштадт был центром ремесел и торговли, Кнайпхоф частично дублировал его функции и являлся при этом центром интеллектуальной деятельности и местом проведения религиозных церемоний, Лёбенихт осуществлял продовольственное обеспечение указанных объектов. (Кулаков, 1999). (См. прил. 3, картосхема 3).

Общины и слободы (пригороды) за стенами городов начали формироваться в XIV веке. Севернее (северо-восточнее) от замка располагалась Замковая слобода (Бургфрейхайт). В ней жили чиновники и работники, обслуживающие замок. Жителям слободы очень хотелось самостоятельности, их угнетала постоянная подчиненность начальству на службе и дома. Община Штайндамм располагалась к северо-западу от крепости. В Трагхайме (севернее замка) немецкие переселенцы появились около 1300 года. До них здесь была прусская деревушка. Трагхайм - название прусского происхождения, означающее "деревня, поставленная на выжженной поляне". Одновременно с Трагхаймом появился и Закхайм (восточнее и юго-восточнее замка). Россгартен (восточнее крепости) - тоже 1300 год. Позднее разделилась надвое - Ближний и Дальний. Позже предыдущих общин сформировались данные общины: Нейе Зорге (западнее Бурга (Замковой слободы), Фордере-штадт (южнее Кнайпхофа), Хаберберг. (Кулаков, 1999). (См. прил. 3, картосхема 3).

Долгое время все три города развивались самостоятельно: у каждого из них были свои органы управления, религиозные учреждения, собственный суд, торговля и т.д., но, по прошествии времени, отношения между городами настолько укрепились, что в 1724 году три города: Альтштадт, Лёбенихт и Кнайпхоф, многочисленные посёлки, посады и предместья, а также замок, который до этого не входил в состав ни одного из городов, а имел особый статус правительственной резиденции, были

официально объединены в единый город Кёнигсберг. Но ещё до своего объединения этот анклав городов настолько приобрёл важное стратегическое и экономическое значение, что после войны 1454-1466 гг. Тевтонский Орден переместил свою столицу из Мариенбурга (ныне Мальборк в Польше) в Кёнигсберг, который стал церковным государством и резиденцией Великого магистра Тевтонского Ордена. (Кулаков, 1999).

Интересна архитектура данного периода. Помимо Королевского замка были построены мосты через реку Преголю. В 1286 открыт первый мост. Это был Кремер-брюкке - Лавочный мост - соединивший Кнайпхоф с Альтштадтом. Также были построены Кузнечный, Деревянный, Медовый, Рабочий и Зеленый мосты.

В тот же период был построен главный символ Кенигсберга – Кафедральный собор. Он был заложен в 1325 г. Первый вариант собора был реализован в 1333-1345 годах, впоследствии многократно перестраивался. Собор сильно пострадал от налета английской авиации в 1944 г и боев в апреле 1945. Внешняя часть отреставрирована лишь в 1994-1998 гг. Сейчас это музей. В тот же период был построен Костел Святой Барбары, который до сих пор не восстановлен. (См.прил.3, карта-схема 4).

Самая древняя постройка из сохранившихся в Калининграде – Юдиттен-кирха. Она была построена в 1288 году. Здание благополучно пережило Вторую мировую войну, но было разрушено переселенцами из СССР. Лишь в 1980-х кирху отстроили заново и сейчас там находится православный Свято-Никольский собор. (См.прил.1, рис. 15).

Третий этап. Так продолжалось почти сто лет, до тех пор, пока Великий магистр Альбрехт Гогенцоллерн курфюрст Бранденбургский (от немецкого Kurfursten, буквально — князь-избиратель, т.е. князь, за которым с 13 в. было закреплено право избрания короля, императора) не принял решение об отделении ордена от светского государства ставшее герцогством. В 1525 году Кёнигсберг был объявлен столицей нового государства - Прусского Герцогства, вассально зависимого от Польши, но с очень высокой степенью автономии. В 1525 году Альбрехт объявил об образовании герцогства с государственной религией - лютеранством (влияние Мартина Лютера и реформаторского движения). (Кулаков, 1999).

Имя Альбрехта Гогенцоллерна связано с основанием Кенигсбергского университета «Альбертины». Свое правление в роли герцога прусского в 1525 году Альбрех начал с того, что повелел собирать все нужные книги для университетской библиотеки. В 1544 году в Кенигсберге образован университет Альбертины. Он был одним из старейших университетов Германии. Первоначально университет назывался

«Академия», но с 1656 года в память об основателе получил имя «Альбертина». (Сайт словарей и энциклопедий, электронный ресурс). (См. прил. 3, картосхема 3).

Реформы герцога Альбрехта сыграли положительную роль в развитии Пруссии и способствовали ее экономическому и культурному развитию. Общество стало более свободным и открытым для новых идей и других вероисповеданий. (Сайт словарей и энциклопедий, электронный ресурс).

Четвертый этап. Полностью самостоятельной Пруссия стала лишь в 1657 году, когда курфюрст Фридрих Вильгельм объявил о выходе Пруссии из состава Польши и о создании независимого, разделённого на две части, Пруско-Бранденбургского княжества со столицей в Берлине. В этом же году было закончено строительство крепости Фридрихсбург, защищавшей город со стороны залива. (См. прил. 3, картосхема 3). На ее месте стоят Фридрихсбургские ворота.

В 1701 году Пруссия приобрела статус королевства, и помог ей в этом никто иной, как русский царь Пётр I, который во время одного из своих путешествий по Европе инкогнито посетил Кёнигсберг, где заключил важный договор о взаимном сотрудничестве с курфюрстом Фридрихом Бранденбургским. (Кулаков, 1999).

В 1724 году, согласно указа короля Фридриха Вильгельма I от 13 июня, три города - Альтштадт, Кнайпхоф и Лёбенихт объединились в один - Кёнигсберг. Первым его бургомистром стал доктор юридических наук Захариас Хессе, - до этого бургомистр Кнайпхофа. (Кулаков, 1999).

Пятый этап. Отношения между Россией и Германией не без помощи западных политических интриг стали портиться. В середине того же века, в предзнаменование своей дальнейшей геополитической судьбы, вследствие военных конфликтов Кёнигсберг на четыре года стал российским городом. (Кулаков, 1999).

Шестой этап. Прусскому королю Фридриху II удалось вернуть эту территорию лишь после смерти Елизаветы, когда российский трон занял император Пётр III. В начале следующего столетия город оказался в руках французов. И покоритель Европы - Наполеон торжественно вошёл в городские ворота. Однако в 1813 году русские войска вежливо попросили непобедимую армию оставить город и французам пришлось покинуть Кёнигсберг. (Кулаков, 1999).

В этот же период происходит строительство городских оборонительных сооружений. С середины XVII века по середину XIX века происходит модернизация военных укреплений, строительство дополнительных бастионов, рavelинов, оборонительных валов (башни, ворота, форты), а также военной казармы «Кронпринц». (Кулаков, 1999). (См. прил.3, картосхема 5).

В это же время была построена железная дорога, соединявшая Кёнигсберг со столицей Германской империи - Берлином. В 1835 году происходит открытие Восточного вокзала и открытие железнодорожного сообщения с Берлином. Тогда же был основан машиностроительный завод. (Кулаков, 1999). (См.прил. 3, картосхема 6).

Седьмой этап. Кенигсберг находится в составе Германской империи (сер. XIX-сер. XX веков.) В это время происходит бурное развитие промышленности и строительства новых промышленных зданий в основном в пригороде. Это и вагоностроительный завод Штайнфурт, и мясокомбинат в Розенау, и целлюлозно-бумажные заводы, и литейные заводы, и янтарная мануфактура, а также хранилища и склады. (См. прил. 3, картосхема 7). Также происходит строительство большого количества административных зданий, строительство вокзалов, строительство католических соборов, озеленений города, строительство трамвайных путей. Это лучший период в истории развития города. (Официальный сайт администрации городского округа «Город Калининград», электронный ресурс).

К 1939 году население города насчитывало около 360 тысяч человек. 19 иностранных консульств, включая советское, 5 вокзалов, 15 крупных кинотеатров, 86 школ (народных, подготовительных, средних и высших), 26 лютеранских и 4 католические кирхи, университет, четыре крупные газеты, несколько музеев, пятнадцать трамвайных маршрутов. Все это предвоенный Кёнигсберг. (Официальный сайт администрации городского округа «Город Калининград», электронный ресурс).

Восьмой этап. После Второй Мировой Войны по результатам Потсдамской конференции Кёнигсберг был передан СССР и позже переименован в Калининград. Город сильно пострадал во время войны, многие здания были уничтожены английскими авиаударами – особенно центр города. Советские власти в ранние послевоенные годы не были настроены на восстановление города – все, что было разрушено становилось источником строительного и инженерного материала для восстановления Ленинграда.

Восстановление города началось в 60-х гг. 20 в. по генеральному плану, который опирался на строительство новых зданий из бетона, широких проспектов (Ленинский, Московский проспекты), площадей в чисто сталинском стиле. Остатки немецких жилых домов и разрушенные церкви сносились. Бывшие сохранившиеся немецкие административные и промышленные здания преобразовывались под нужды Советского союза. Сохранившиеся немецкие сады преобразовывались в парки культуры и отдыха; восстановлены были зоопарк и ботанический сад. Большой резонанс вызвал снос руин Кенигсбергского замка в 1969 г. На их месте возводились бетонные жилые и

административные здание, редкие газоны. Так, на месте Кенигсбергского замка было начато строительство Дома Советов, который до сих пор не достроен. (Официальный сайт администрации городского округа «Город Калининград», электронный ресурс).

Девятый этап. Современное пространственное развитие города и его влияние на туризм. В настоящее время город не перестает расширяться. Строятся новые районы, возводятся новые озелененные участки. Архитектурные сооружения прошлых эпох используются как местные достопримечательности и музеи.

Планировочная структура Калининграда (система основных улиц и площадей, озелененные и водные пространства, памятники истории и культуры) представляет собой наиболее значительный и ценный историко-культурный и градостроительный ресурс, сохраняющий генетически присущие данному городу черты и особенности.

На формирование структуры городского плана Калининграда оказал влияние комплекс исторических и природно-географических факторов: экономико-географические особенности места - размещение города в устье реки; возможность морских торговых и культурных контактов; широтное направление двух русел Преголи, протекающих в низкой широкой пойме; исторические радиальные направления главных дорог, связывающих город по берегам залива, реки и по материковой части с городами и рынками сбыта Европы, Прибалтики и России и являющихся до настоящего времени основными транспортными осями городского плана; доминирующее над местностью, стратегически важное, центральное положение Королевского замка, сооружение кольцевых систем оборонительных сооружений, которые впоследствии образовали важнейшие кольцевые структуры городского плана; особенности городского плана – историческая мелкомасштабная планировочная структура; мозаичное функциональное зонирование; значительное количество малоэтажного довоенного фонда; сложная радиально-кольцевая структура транспортных коммуникаций; развитие крупного портового комплекса и ряда производственных зон вблизи исторического центра; значительная площадь военных городков; исторические особенности городской среды и довоенной хозяйственной деятельности – высокий уровень инженерного оборудования и благоустройства территории города, защита городских территорий от неблагоприятных природных процессов – строительство мостов, каналов, дамб, набережных, гаваней, устройство запруд и создание искусственных водоемов, продуманное и высокопрофессиональное включение в ткань застройки водных и озелененных пространств.

Урбанизированный каркас Калининграда образуют следующие главные структурные элементы: историческое средневековое ядро города; центральная

многофункциональная зона города; главные градостроительные узлы центра; многофункциональные обслуживающие центры во всех районах города и на основных транспортных въездах в город; система основных транспортных магистралей – главные планировочные оси города. (Липецкая, 2007). (См. прил.4, карта-схема 8).

Ключевыми элементами пространственного развития Калининграда выступали административные и промышленные зоны, функционально притягивающие жилые зоны и инфраструктуру. Сегодня в организации города стали доминировать новые центры, связанные в первую очередь с новыми секторами экономики. Возводятся новые торговые центры, идет жилая застройка районов. Жилая застройка носит точечный характер. В пределах городской черты велико количество индивидуальных малоэтажных домов, что обусловлено историческими особенностями городской архитектуры. (Липецкая, 2007). (См. прил. 3, картосхема 8).

Жилые зоны сформировались в разные исторические периоды города. Оставшиеся от немецкого периода жилые кварталы представляют собой малоэтажную застройку с узкой сетью улиц. В советский период было построено значительное количество 4-5-ти этажных микрорайонов. В черте города остались большие площади, занятые садоводствами. В настоящее время идет освоение окраинных территорий. Уже ведется небольшая по площади застройка высокоэтажными домами. (Липецкая, 2007). (См.прил.3, картосхема 8).

Что касается промышленных и складских объектов, требуется их модернизация, которая должна строиться на качественной технологической базе. Большинство крупных предприятий строилось в послевоенные годы и после модернизации не проводилось. В рамках капитализации данных территорий следует, например, рассмотреть возможность редевелопмента³ промышленных зон, которые занимают водные линии – то есть самые лучшие городские участки. Многие предприятия остановлены и используются как складские помещения. Также как складские помещения используются и постройки довоенного времени, бастионы, переоборудованные заводские цеха. В городе планируется построить новые складские помещения, а значит, территория остановившихся предприятий будет использована для других целей, в том числе и для туристских. (Липецкая, 2007). (См.прил.3, картосхема 8).

Туризм также не стоит в стороне. Гостиницы и рестораны становятся необходимым элементом публичных и торговых зон города, определяют качество

³Редевелопмент(с англ. – redevelopment) – реконструкция, перепланировка

среды жизни жителей. Калининград претендует на роль туристского центра, а также как центра экспозиционной, ярмарочно-выставочной и конгресс-деятельности. (Стратегия социально-экономического развития городского округа «Город Калининград» на период до 2035 г., 2013).

Опираясь на генеральный план, можно подчеркнуть, что одним из важнейших вопросов в среднесрочной перспективе является развитие центральной части города, возрождение её историко-культурного значения. (См. прил.3, картосхема 8). С учетом значимости данной территории с точки зрения формирования «лица» города представляется неэффективным занимать ее торговыми комплексами. Для воссоздания исторической (плотной) застройки острова Канта (остров Кнайпхоф, деловой район) серьезным ограничением является мост (проспект Ленинский), существенно снижающий капитализацию территории острова. (Стратегия..., 2013).

В перечень мероприятий по реализации генерального плана также предлагается включить разработку концепции комплексного развития и обустройства набережных реки Преголи и прилегающих территорий, а также подготовку на основании указанной концепции проектов планировки с объемно-пространственным решением застройки указанных территорий. В целом следует уделить внимание набережным, формирующим «речной фасад» города. Одним из проектов благоустройства набережных может стать проект строительства яхтенной гавани. Яхтенная гавань может выступить площадкой размещения гостиничных комплексов, может способствовать развитию яхтенного спорта, водного туризма, SPA индустрии. (Стратегия..., 2013).

В связи с проведением финального этапа Чемпионата Мира по футболу в 2018 г, территория острова Октябрьский застраивается спортивными комплексами и сооружениями, строится новый стадион. (Стратегия..., 2013). (См. прил.3, картосхема 8).

3.2 Анализ туристской и рекреационной деятельности г. Калининград.

Описывается туристская инфраструктура города, представлена имеющаяся статистика по туризму, рассмотрены виды туризма в г. Калининграде, а также представлены наиболее популярные экскурсии по городу.

3.2.1 Туристская инфраструктура г. Калининград

Туризм является одним из приоритетных направлений развития города. Помимо того, что Калининград является областным центром, это и центр притяжения туристов, так как на его территории расположена основная часть культурно-исторических объектов, музеев, памятников архитектуры и развлекательных комплексов. Здесь находится 536 объектов культурного наследия, каждый из которых по-своему интересен, а все вместе они создают уникальный образ Калининграда, где сочетаются следы его богатой истории и современности. (Паспорт городского округа «Город Калининград», 2014).

У города необычная историческая судьба, поэтому неповторим его облик. Калининград имеет систему прудов, большую площадь зеленых насаждений. Калининград - материальное выражение Победы в Великой Отечественной войне. Священное для каждого жителя города место – Памятник воинам 11 армии, погибшим при штурме Кенигсберга. С событиями тех дней связан и музей военно-боевой славы «Форт № 5», а также музей «Блиндаж», где был подписан акт о капитуляции Кенигсбергского гарнизона. (Паспорт..., 2014).

Кроме того, интересными для посещения туристами стали места фортификационных сооружений. В 1620-е годы над Кенигсбергом нависла угроза нападения со стороны Швеции: войско шведского короля высадилось в районе современного Балтийска. В настоящее время от первых оборонительных сооружений почти ничего не сохранилось. Второе вальное кольцо включает в себя: казарма «Кронпринц», башня «Врангеля», бастион «Грольман». В 1807 г. при наступлении наполеоновских войск старые городские оборонительные сооружения показали свою несостоятельность. Поэтому в 1843 г. Началось строительство новых. Проект разрабатывался военными инженерами и архитекторами. Верховное руководство осуществлял королевский архитектор Фридрих Август Штюлер. Декоративная отделка и скульптурное оформление было поручено Вильгельму Людвигу Штюмеру. В качестве образца архитектурного стиля была выбрана английская готика XVI в. К городским воротам середины XIX века относятся: Королевские, Бранденбургские, Фридландские, Росгартенские, Фридрихсбургские, Закхаймские, и другие фортовые укрепления. (Паспорт..., 2014).

Туристы отдают предпочтение знакомству и с другими многочисленными архитектурными, историческими, музейными памятниками прошлого и настоящего, но ведущее среди них место занимает Кафедральный собор, памятник архитектуры XIV века. В Кафедральном соборе находится: музей имени Иммануила Канта, где

представлены экспозиции «История острова Кнайпхоф», «История возрождения Кафедрального собора», «Возрождение из руин», «Кант и Россия», «Кант и его окружение», «Альбертина», «Мемориальный зал Канта»; православная часовня; протестантская капелла. У северной стены здания собора, со стороны реки Преголя находится: место захоронения великого немецкого философа Иммануила Канта» и памятник герцогу Альбрехту Гогенцоллерну. Кафедральный собор сегодня – это еще и великолепный концертный зал вместимостью до 700 слушателей, в котором можно наслаждаться концертами органной и фортепианной музыки. (Паспорт..., 2014).

Единственный в России Музей янтаря был открыт в 1979 году. Он расположен в центре Калининграда на берегу Верхнего озера в крепостной башне середины XIX века. Башня была построена в 1853 году в неоготическом стиле под руководством разработчика общего плана крепостных сооружений Кёнигсберга шефа инженерного корпуса Эрнста Людвиг фон Астера и входила в систему городских оборонительных укреплений. Она носила имя прусского генерал-фельдмаршала Фридриха Карла Дона, участника освободительной войны против наполеоновского нашествия. Здание является также памятником Великой Отечественной войны. Музей янтаря – это музей одного минерала. Экспозиция общей площадью около 1000 кв.м. расположена на трех этажах здания. По содержанию она делится на естественнонаучную и культурно-историческую части. (Паспорт..., 2014).

Музей Мирового океана - ведущий морской музей России, осуществляющий научные исследования в области истории изучения природы океана. В Музее Мирового океана создана единственная в стране Набережная исторического флота, у причала которой ошвартовано самое крупное в мире научно-исследовательское судно-музей «Витязь», судно космической связи «Космонавт Виктор Пацаев»; музейная подводная лодка 641 проекта «Б-413»; средний рыболовный траулер «СРТ-129». В Главном корпусе музея представлена экспозиция с удивительными морскими аквариумами, коллекциями кораллов и морских раковин, геологическими и палеонтологическими образцами. В апрельском празднике «День селедки», который устраивает Музей Мирового океана, каждый год принимает участие десятки тысяч калининградцев и гостей города. В музей приходят семьями. В День Селедки в Калининграде музей открывает для посещения все экспозиции, организует концерты и конкурсы, выставки и лекции, которые проходят на нескольких площадках музея. А многие предприятия Калининградской области демонстрируют уровень развития современной рыбной отрасли. (Паспорт..., 2014).

Историко-художественный музей был открыт сразу после войны и является старейшим музеем города. Он расположен в здании бывшего городского концертного зала Штадтхалле, построенного в 1912 году архитектором Рихардом Зеелем в стиле модерн. (Паспорт..., 2014).

Калининградский филиал Государственного центра современного искусства – организация в Калининградской области, непосредственно работающая в пространстве актуального искусства. Целью ее создания является осуществление государственной культурной политики по современному искусству через выставочную, собирательскую, информационную, просветительскую и исследовательскую деятельность в стране и за рубежом. Особое внимание в своей институциональной деятельности филиал уделяет уникальным стратегиям художников и кураторов, их востребованности и продвижению в современном обществе, а также предоставляет возможность зрителю ориентироваться в современном художественном процессе. (Паспорт..., 2014).

Одним из основных мест культурной жизни города является Калининградский драматический театр. Сейчас Калининград благодаря своей своеобразной истории стал островом русской театральной культуры в окружении европейских стран. Это обстоятельство накладывает особые обязательства на выбор репертуара театра, который представляет самый широкий спектр жанров: классические комедии и остросовременные драмы, массовые и камерные постановки, фарсы и мелодрамы, совместные проекты и экспериментальные спектакли. (Паспорт..., 2014).

Самым посещаемым туристами и особенно любимым местом отдыха калининградцев, как детей, так и взрослых, является зоопарк. Он располагается на территории бывшего Кёнигсбергского зоопарка (с 1896 года) и по величине коллекции занимает ведущие позиции в России. Является одним из самых больших и старых зоопарков России, пятый по величине коллекции, которая насчитывает 3544 особи 308 видов, из них 203 вида животных, обитающих в зоопарке, включены в Международную Красную Книгу. (Паспорт..., 2014).

Не обойдены вниманием парк Центральный, разбитый вокруг кирхи королевы Луизы, ботанический сад, ведущие свою историю с начала прошлого века, парк культуры и отдыха «Юность», «Парк скульптуры», где расположена экспозиция под открытым небом, а также парки «Южный» и «Балтийский». Пройти по настоящим немецким улочкам можно в стороне от центра, в районах престижных особняков, сохранившихся с довоенного периода. (Паспорт..., 2014).

Климатические условия, многочисленные памятники истории и культуры, проводимая организаторская и практическая работа по их сохранению, реставрации и

обновлению, благоустройству благоприятствуют динамичному развитию туризма. Начал восстанавливаться исторический облик города. Это – первая очередь введенного в строй комплекса «Рыбная деревня», который представляет собой архитектурный ансамбль, состоящий из набережной, системы причалов и 14 зданий, выполненных в различных исторических стилях г. Кенигсберга. Здесь город участвовал в возведении пешеходного разводного моста «Юбилейный» и примыкающей к нему набережной. Данный объект стал новым центром деловой активности, региональным лидером этнографического туризма, где ежегодно проводятся праздники для жителей и гостей города – «День ремесленника» (последняя суббота мая) и «День kota» (первая суббота сентября). Это семейные праздники, на которых представлена концертная программа калининградских музыкальных коллективов, ремесленные изделия калининградских и зарубежных мастеров, тематические выставки и различные игровые мероприятия. (Паспорт..., 2014).

Реализован ряд других крупных инвестиционных проектов. За последние годы неузнаваемо изменился центр города - площадь Победы и прилегающие к ней улицы. Установлены три уникальных светомузыкальных фонтана и Триумфальная колонна. Покрытие площади выполнено из гранита, брусчатки и клинкерного кирпича. А ее композиционной доминантой стал Кафедральный Собор Христа Спасителя. Эти объекты стали новой достопримечательностью Калининграда. (Паспорт..., 2014).

Также впервые за последние годы были капитально отремонтированы мемориалы, скверы и зеленые зоны, обновлен сквер и реконструирована чаша бассейна у скульптурной группы «Борющиеся зубры», а также сквер с фонтаном у монумента Мать-Россия, сквер с обновленным фонтаном напротив драматического театра. (Паспорт..., 2014).

Летом город становится настоящей фестивальной площадкой международного уровня. Традиционными стали фестивали: Молодёжный фестиваль коротких экспериментальных спектаклей «Нитка», фестиваль органной музыки «Бахослужение». В Калининграде проводится единственный в России международный конкурс органистов им. Таривердиева. Регулярно проводятся: рок-фестивали, танцевальные, джазовые фестивали и конкурсы. Широкую популярность среди жителей и гостей города получил театральный фестиваль «Балтийские сезоны», во время которого в Калининграде гастролируют именитые русские театры, симфонические оркестры, театральные труппы. (Паспорт..., 2014).

Инфраструктура туризма в Калининграде находится в состоянии постоянного развития. В городе работают 56 коллективных средств размещения – это и гостиницы,

и гостевые дома, общий номерной фонд которых составляет 1719 номера и соответственно 3486 мест для размещения. Многие гостиницы имеют свои конференц-залы, переговорные комнаты и бизнес-центры, оснащённые необходимым современным оборудованием. Помимо своих основных услуг, большинство коллективных средств размещения для привлечения гостей и туристов предлагают разнообразные дополнительные услуги: проведение банкетов, торжеств, свадеб; аренду автомобилей; бронирование авиабилетов; оформление туристических приглашений; организацию семинаров, переговоров, услуги переводчиков; прокат лодок, катамаранов; аквапарк, сауны, спа - салоны. (Паспорт..., 2014).

Растет и число турфирм в городе, принимающих и отправляющих гостей, проводящих экскурсии. В 2005 году их насчитывалось всего 35 единиц, в то время как в 2014 их стало уже 111 единиц. Увеличилось и количество работников туристских фирм. (См. прил. 5, табл. 4).

3.2.2 Динамика туристских потоков и развитие туризма в г. Калининграде

Стабильно самую большую долю въездного туристского потока в Калининградскую область образуют российские туристы – 77 %, иностранцы – около 23%. Среди иностранных туристов, посещающих Калининградскую область, туристы из Германии составляют основную долю, которая примерно равна совокупному присутствию всех остальных туристов из других стран. Все статистические данные взяты с официального сайта статистики по г. Калининграду. (Калининградстат. Официальная статистика г. Калининграда, электронный ресурс).

Количество туристов, посещающих г. Калининград растет. В 2008-2009 годах в связи с кризисом был спад, и общее количество туристов снизилось с 315 тыс. чел. в 2007 до 280 тыс. человек в 2009, однако уже с 2010 г. количество туристов постоянно растет. В 2015 году Калининград посетило 560 тыс. туристов. Это говорит о том, что Калининград не теряет свою туристскую привлекательность и является интересным для посещения городом. (см. прил.5, табл.5, прил.6, график 1)

Однако несмотря на растущее количество туристов, прибывающих в город, потенциальная емкость города и окрестностей по приему гостей остается выше. (См. прил.5, табл.6).

Что касается целей поездок, то больше всего туристов приезжает с деловыми и профессиональными целями. На втором месте – отпуск, досуг, отдых. На третьем – прочие цели. (См. прил. 5, табл.7).

Туристы приезжают как из других городов России, так и из других стран мира. Больше всего в 2014 году было размещено в гостиницах туристов из других стран, кроме стран СНГ. Данные, из каких именно стран приехали туристы, не распространяются, однако известно, что максимальное количество приезжает из Германии. (См. прил.5, табл.9).

Также отмечено, что число русских туристов с каждым годом растет. Количество русских туристов, размещенных в гостиницах в 2014 году значительно больше, чем в 2013 году. (См. прил. 5, табл.8)

На основе проведенного анализа можно сделать выводы, что количество туристов, посещающих г. Калининград постепенно растет. Это значит, что городу есть что предложить его посетителям, он является интересной туристской аттракцией. Однако, увеличивающийся поток требует увеличения средств размещения, улучшения инфраструктуры города, увеличения количества высококвалифицированных работников в сфере туризма, расширения спектра предлагаемых экскурсий, увеличения количества интересных туристских объектов.

В соответствии с проектом стратегии социально-экономического развития городского округа «Город Калининград» до 2025 года и участием города в Чемпионате мира по футболу 2018 основными тенденциями развития туризма являются:

1. Стимулирование строительства отелей и объектов, необходимых для проведения масштабных конференций и бизнес-форумов.

2. Стимулирование строительства ярмарочно-выставочного/экспозиционного комплекса регионального масштаба или нескольких комплексов с различной специализацией.

3. Разработка и реализация концепции развития центральной части города, формирование, выделение и обустройство парковых пространств, пешеходных зон.

4. Развитие уникальных культурных характеристик города, способствующих созданию индивидуального образа города Калининграда: выявление, сохранение и популяризация объектов культурного наследия, расположенных на территории городского округа; создание в объектах культурного наследия площадок для осуществления деятельности в сфере культуры (музеи, выставочные залы, галереи, театральные и концертные площадки); привлечение инвестиций в реконструкцию объектов историко-культурного наследия: подготовка инвестиционных предложений для передачи объектов историко-культурного наследия в аренду/собственность инвесторов, включающих перечень ограничений, обременений (требования к

содержанию объекта, порядок и сроки проведения реставрационных работ, а также иные требования, обеспечивающие сохранность объекта), расчеты физического объема работ по проектированию и ремонтно-восстановительным (ремонтно-реставрационным) работам, оценку требуемых вложений; формирование культурно-туристической привлекательности учреждений культуры, продвижение их как туристических объектов с активным вовлечением в этот процесс промышленных и коммерческих структур, международных связей.

5. Формирование туристических маршрутов как внутри города, так и межмуниципальных, и трансграничных.

6. Осуществление совместных проектов творческих союзов города (композиторов, художников, дизайнеров, писателей): подготовка и проведение межрегиональных фестивалей-конкурсов; подготовка и проведение новых нетрадиционных культурно-массовых мероприятий с привлечением промышленных и коммерческих структур. Формирование межмуниципальных культурных связей путем увеличения числа мероприятий, проводимых в рамках культурного обмена (фестивали, театральные гастроли, выставки и т.д.).

7. Создание устойчивого образа города как эффективной коммуникационной площадки между Россией и Европой, а также информирование целевых групп о событийном ряде, культурных мероприятиях, проходящих в Калининграде.

8. Подготовка перспективных планов развития города, с учетом использования крупных объектов инфраструктуры туризма, которые будут построены к 2018 году. (Паспорт..., 2014).

3.2.3 Виды туризма в г. Калининграде

Благодаря своей неповторимости Калининград является туристским центром и местом притяжения для туристов со всего мира.

Калининградская область отделена от основной территории России другими государствами, она граничит с Литвой и Польшей, однако имеет выход в Балтийское море. Данное геополитическое положение способствует развитию внешнего въездного и выездного туризма.

Природные особенности региона, а также культурное и историческое наследие Калининграда способствует развитию определенных видов туризма. На данный момент в городе развит экскурсионно-познавательный туризм, военно-исторический туризм, деловой туризм, экологический туризм, экстремальный туризм, замковый туризм.

В настоящее время Калининградская область – уникальный район страны, географически оторванный от остальной территории России. Здесь укрепляется российская культура на Балтике. Но сохранены многие исторические и архитектурные памятники. (Всемирная Информ-Энциклопедия: Калининградская область, электронный ресурс).

Самый популярный вид туризма г. Калининграда – экскурсионно-познавательный. Он стоит на первом месте среди видов туризма. Это объясняется наличием большого количество историко-культурных объектов и достопримечательностей, которые возникали по мере развития города в его разные исторические периоды. Турфирмы предлагают широкий спектр обзорных экскурсий по городу. Они будут представлены в следующей подглаве.

Развивается в Калининграде и деловой туризм. Развитию делового туризма способствует, прежде всего, удобное расположение региона «между» Россией и Европой. Внимание бизнесменов многих стран привлечено к динамично развивающейся экономике самого западного российского региона. Наиболее эффективно работают здесь совместные предприятия с привлечением иностранного капитала, их доля в общем объеме производства составляет порядка 10%. В режиме хаба⁴ работает аэропорт Калининграда «Храброво», благодаря чему регион стал доступнее для россиян и европейцев. Мягкий климат позволяет проводить деловые мероприятия круглый год. Людей привлекает возможность совмещения делового мероприятия с отдыхом на балтийском побережье, влечет и богатая история края. Однако Калининград, как и область в целом, еще не вышел в лидеры по развитию делового туризма в Северо-Западном регионе. Основной причиной этого, по мнению представителей регионального министерства промышленности, стал недостаток специализированной бизнес-инфраструктуры, а именно — бизнес-отелей, оборудованных качественными конференц-залами. Другая проблема - неразвитость сопутствующей инфраструктуры, острый недостаток квалифицированных кадров, отсутствие кооперации российских фирм, специализирующихся на этой сфере деятельности. (Туристский сайт Калининграда, электронный ресурс).

В Калининграде также развит экстремальный туризм. На территории Калининградской области развивается несколько видов экстремального туризма. В Калининграде — это вейкбординг, который представляет собой комбинацию водных лыж, сноуборда, скейтборда и серфинга. Катер буксирует райдера, стоящего на

⁴Хаб (от англ. – узел) – в данном случае узловой аэропорт, крупный пересадочный и перегрузочный узел

короткой широкой доске. Двигаясь на скорости 30—40 км/ч с дополнительным балластом на борту, катер оставляет за собой волну, которую рейдер использует как трамплин. В прыжке можно исполнить множество разнообразных трюков. Катания проводят на Голубых озерах, в Балтийском море, Калининградском заливе. (Туристский сайт Калининграда, электронный ресурс).

Водные лыжи — один из самых известных видов активного отдыха. В Калининградской области заниматься водными лыжами достаточно дорого. Катания проводят на Голубых озерах, Калининградском заливе. (Туристский сайт Калининграда, электронный ресурс).

Таким образом, Калининград предоставляет возможности для развития разнообразных видов туризма, учитывая предпочтения приезжающих в город туристов.

3.2.4 Предлагаемые экскурсии по г. Калининграду

Калининград – необычный город, с интересной историей, разнообразной архитектурой и большим количеством достопримечательностей. Естественно, многие фирмы, занимающиеся экскурсиями, предлагают экскурсии по Калининграду и его окраинам. Ниже будут перечислены наиболее популярные маршруты.

Информационно-туристический центр «Королевский замок», находящийся по адресу Ленинский пр.,81, был задуман и реализован в целях предоставления наиболее полной информации о Калининграде и области, достопримечательностях и туристических возможностях, деловых услугах и культурных событиях. Центр предлагает несколько экскурсий по г. Калининграду на выбор: это «История и тайны замка Кёнигсберг», «Ворота истории», «Старый Кёнигсберг» или «Прогулки по старому городу», «Темная сторона Кёнигсберга», «Огни ночного города», «Водные прогулки на речном трамвайчике», «Кёнигсберг-Калининград, история в веках», «Пивной Кёнигсберг», «Шпионский Кёнигсберг», «Тропой Канта». (Информационно-туристический центр «Королевский замок», электронный ресурс).

«История и тайны замка Кёнигсберг» – экскурсия к Королевскому замку, посещение археологических раскопок замка. В течении экскурсии посетители узнают историю Королевского замка, его тайны и легенды, посетят смотровую площадку замка, смогут принять участие в рыцарском поединке. Продолжительность экскурсии 40-50 минут. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

«Ворота истории» – обзорная экскурсия по городу с посещением старых ворот города. Экскурсанты посещают Фридландские (с посещением музея), Закхаймские,

Фридрихсбургские, Бранденбургские, Королевские (с посещением музея), Росгартенские ворота. (Информационно-туристический центр..., электронный ресурс).

«Старый Кёнигсберг» или «Прогулки по старому городу» - автобусная обзорная экскурсия по сохранившимся старым улочкам Кёнигсберга. Гости увидят Кирху Королевы Луизы, Кафедральный собор, Закхаймские ворота, посетят музей «Фридландские ворота», прогуляются по старинным улочкам города. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

«Темная сторона Кёнигсберга» - автобусная экскурсия по бывшим тюрьмам старого города, местам пыток и казней. Посетители побывают на археологических раскопках Королевского замка, в здании бывшей тюрьмы гестапо (совр. КГТУ), увидят здание ФСБ (бывш. Управление полицией), казарму «Кронпринц», бункер Отто Ляша и многое другое. Продолжительность экскурсии на выбор: три часа, два часа или один час. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

«Огни ночного города» - обзорная экскурсия по ночному Калининграду. Объекты посещения, которые непременно увидят туристы: Храм Христа Спасителя, Музей Янтаря, Росгартенские ворота, башня «Кронпринц», остров Канта, Королевские ворота, Закхаймские ворота, Кафедральный собор, Биржа, Южный вокзал, Музей Мирового океана. Продолжительность экскурсии на выбор: три часа, два часа или один час. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

«Водные прогулки на речном трамвайчике» - водная экскурсия на речном трамвае и история о становлении морской торговли Кёнигсберга. Гости увидят Кафедральный собор, Музей Мирового океана, подводную лодку «Б 413», научно-исследовательское судно «Витязь» и «Виктор Пацаев», акваторию Морского торгового порта. Продолжительность экскурсии – 1 час. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

«Кёнигсберг – Калининград, история в веках». Историческая экскурсия по городу. Экскурсанты посетят Храм Христа Спасителя, Южный Вокзал, Кафедральный собор и могилу Канта, Музей Мирового океана, Закхаймские, Королевские, Росгартенские ворота. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

«Пивной Кёнигсберг» - экскурсия по местам пивоварения в Восточной Пруссии. Гости узнают много интересного об истории пивоварения, традициях, праздниках старого Кёнигсберга, а также продегустируют традиционные сорта пива. Гости посетят руины Королевского Замка (место проведения праздника «Длинной колбасы»), место бывшей пивоварни «Понарт», антикварный магазин немецкой старины, посещение пивного ресторана «Редюит» или «Пивовар» (обед и дегустация «живого» пива).

Продолжительность экскурсии – 4 часа. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

«Шпионский Кёнигсберг» - экскурсия, связанная с тематикой разведывательных и диверсионных школ Кёнигсберга. Посещение объектов, где в период 3-го Рейха были расположены разведывательные и диверсионные школы «Абвера» и «Гестапо», места явок советских разведчиков, места съемок художественных фильмов: «Щит и Меч», «Семнадцать мгновений весны», «Отец солдата» и другие. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

Во время экскурсии туристам будет предложен обед в пивном ресторане «Редюит» (бывший оборонительный форт старого города). Продолжительность экскурсии – 3 часа. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

«Тропой Канта» - экскурсия по памятным местам, связанным с именем великого философа Иммануила Канта. Гости посетят Бранденбургские ворота, кинотеатр «Октябрь» - бывшая Кирха Хаберберг, Морской колледж, дом им. Канта, музей им.Канта, Кафедральный собор. Продолжительности экскурсии на выбор – три или четыре часа. (Информационно-туристический..., электронный ресурс).

Туристическая фирма «Юнона» является туроператором по международному въездному, выездному и внутреннему туризму. Работает на рынке туристических услуг с 1992г. Расположена по адресу ул. Октябрьская, 8. Основная специализация: экскурсионное обслуживание в Калининграде и области; туры в Калининград; деловой туризм; организация автобусных туров в Польшу, Литву, Латвию, Германию, Чехию, Словакию. Предлагает следующие экскурсии: «Тайны подземного Кёнигсберга», «История Кёнигсберга-Калининграда», «Форты и крепости Кёнигсберга», «Пиво, крендель, колбаса», «Марципановый вечер». (Туристическая фирма Юнона, электронный ресурс).

«Тайны подземного Кёнигсберга» - увлекательный маршрут, окутанный легендами о подземном Кёнигсберге. Гости посетят Королевский замок, форт №3, бункер Отто Ляша. Продолжительность экскурсии – 4 часа. (Туристическая..., электронный ресурс).

«История Кёнигсберга – Калининграда». Обзорная экскурсия по городу с более чем 750-летней историей. Посещение исторических мест и самых значимых памятников. Гости увидят Кафедральный собор, посетят Рыбную деревню, Закхаймские ворота, Королевские ворота, Университетскую площадь, площадь Победы, район старых немецких особняков (ул. Кутузова). Продолжительность экскурсии – 3 часа. (Туристическая..., электронный ресурс).

«Форты и крепости Кёнигсберга» - пятичасовая обзорная экскурсия по фортификационному кольцу Кёнигсберга. Экскурсанты посетят Фридландские, Бранденбургские ворота, бастион «Грольман», бастион «Литовский», оборонительная казарма «Кронпринц», бастион «Обертайх», Росгартенские, Фридрихсбургские ворота, Оборонительная башня «Дона», Форт №3, Форт №5.(Туристическая..., электронный ресурс).

Экскурсия «Пиво, крендель, колбаса» - дегустационная экскурсия, которая начинается в ресторане «Редюит», и заканчивается в замке Нессельбек. Гости продегустируют различные сорта пива, попробуют настоящую колбасу, сделанную по старинному традиционному рецепту. Экскурсия длится четыре часа.(Туристическая..., электронный ресурс).

«Марципановый вечер» - настоящий мастер-класс по приготовлению марципана, и чаепитие в уютном кафе в центре города. Гости узнают секреты приготовления марципана, насладятся живой музыкой.(Туристическая..., электронный ресурс).

Калининградское бюро путешествий – турагентство, действующее с 2001 года, находится по адресу ул. Сергеева, 14. Фирма предлагает шесть экскурсий по Калининграду на выбор: «Исторические и памятные места г. Калининграда», «Калининград вечерний», «Мир океана», «Военные тайны Кенигсберга», «Калининград музейный – экскурсии по музеям Калининграда».(Калининградское бюро путешествий, электронный ресурс).

«Исторические и памятные места г. Калининграда» - обзорная экскурсия по Калининграду. Гости посетят Кафедральный собор, мавзолей Иммануила Канта, Королевский замок, Рыбную деревню, а также другие известные достопримечательности города. Продолжительность экскурсии – шесть часов. (Калининградское..., электронный ресурс).

«Калининград вечерний» - обзорная экскурсия по вечернему Калининграду. Туристам предлагается осмотреть новый культурно-этнографический центр «Рыбная деревня», а также здание бывшей Торговой биржи. Кроме того, туристы имеют возможность отправиться на прогулку по реке Преголе на кораблике. Далее отдыхающим предлагается осмотреть здания Королевских ворот и Южного вокзала. Продолжительность экскурсии – пять часов.(Калининградское..., электронный ресурс).

«Мир океана» - экскурсия проводится в музее Мирового океана. Это командная игра-экскурсия, которая проходит на дизельной подводной лодке «Б 413». Все участники игры превращаются в членов экипажа, который находится в автономном плавании. В ходе игры необходимо решить ряд задач, абсолютно типичных для

моряков подводного флота: например, провести торпедную атаку либо ликвидировать аварию в отсеке. Ощущение полной реальности происходящего, помимо всего прочего, привносят звуки работающей подлодки и команды командира субмарины по громкоговорящей связи. Кроме того, туристам предоставляется возможность ознакомиться с величественным судном «Витязь», которое являлось флагманом советского научного флота. Здесь можно также увидеть аквариум со всевозможными морскими обитателями – в частности, живыми пираньями и акулами. Впечатляющей является коллекция раковин морских моллюсков, а также декоративный живой коралловый риф. Здесь же находится скелет самого большого кашалота в Прибалтике, длина которого достигает 16,8 м. Совершая виртуальное «путешествие по морскому дну», можно узнать о подробностях работы морских археологов, об изучении океанских глубин, побывать в гостях у Жака Ив Кусто, совершить виртуальный спуск в Марианскую впадину. Это даст возможность ощутить себя водолазами и подводными фотографами. Продолжительность экскурсии – 5 часов. (Калининградское..., электронный ресурс).

«Военные тайны Кенигсберга» - одна из интереснейших экскурсий – к фортификационным сооружениям XIX века: форту № 1 («Штайн») и форту № 5. Туристам предоставляется возможность увидеть бывшие казармы, пройти по казематам и получить максимально полное представление о постройках внешнего оборонительного обвода Кенигсберга. Экскурсия предполагает также посещение Музея Блиндаж (бункера Ляша), располагающегося в железобетонном бомбоубежище, которое было построено в феврале 1945 года. В подземном бункере, где подписывался акт о капитуляции Кенигсберга, полностью сохранена обстановка того времени. Музей хранит в себе многие подробности истории этого уникального края. Продолжительность экскурсии – 5 часов. (Калининградское..., электронный ресурс).

«Калининград музейный - экскурсия по музеям Калининграда» - участникам экскурсии предоставляется уникальная возможность побывать в музее Янтаря, который располагается в бывшей оборонительной башне Дона. Здесь можно узнать о происхождении янтаря, о том, какую роль он сыграл в истории человечества, о способах его добычи и обработки. На территории музея постоянно работает выставка-продажа, где можно приобрести сувенирные изделия из солнечного камня. Уникальным местом для экскурсии является Калининградский зоопарк, располагающийся на исторической территории бывшего Кенигсбергского зоопарка, основанного 21 мая 1896 года. В коллекции зоопарка — почти 2000 животных, представляющих собой 330 видов со всех континентов. 54 из них занесены в

Международную Красную книгу. Продолжительность экскурсии – 5 часов.(Калининградское..., электронный ресурс).

Таким образом, в Калининграде имеется широкий спектр обзорных экскурсий по городу с посещением самых значимых и популярных достопримечательностей, и большое количество тематических экскурсий, таких как гастрономические экскурсии, экскурсии для любителей военно-исторического туризма, экскурсии на экологическую тему и экскурсии по музеям города.

Глава 4. Креативные пространства г. Калининграда и их влияние на развитие туризма

В четвертой главе дана подробная характеристика креативных пространств города Калининграда: время возникновения, основная идея, проводимые мероприятия, контингент посетителей и т.д. Также проведен анализ по результатам анкетирования среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в Вашем городе». На основе проведенного исследования предложен вариант туристского буклета с экскурсионным маршрутом по креативным пространствам г. Калининграда как вклад в развитие туризма в городе.

4.1 Креативные пространства г. Калининграда

В Калининграде креативные пространства начали появляться не так давно (первое арт-пространство «Квартира» появилось в 2010 г.), однако достаточно быстро стали пользоваться популярностью не только среди молодежи, но и среди лиц любых возрастов и национальностей.

В Калининграде представлены креативные пространства трех типов. Это арт-пространства, анти-кафе, и творческая мастерская.

Всего в городе 8 креативных пространств. Это арт-пространство «Ворота», арт-пространство «Катарсис», арт-пространство «Квартира», творческая мастерская «Альтернатива», антикафе «Сухомятка», антикафе «TimeOut», антикафе «Лабиринт», антикафе «4Rest».

4.1.1 Арт-пространство «Ворота»

Характеристика данного креативного пространства основывается на интервью, взятом у куратора Арт-пространство «Ворота» Дмитрия Селина. Интервью взято, проанализировано и адаптировано автором выпускной квалификационной работы.

Арт-пространство «Ворота» располагается в здании Захаймских ворот - памятнике архитектуры XIX в., по адресу Литовский вал, 61. Проект арт-пространства «Ворота» создан группой независимых кураторов совместно с Калининградским союзом фотохудожников. Пространство существует два с половиной года, открыты с августа 2013.

Основная изначальная идея пространства - дать возможность молодым художникам выставляться. За счет этого происходит поддержка и продвижение актуального искусства. На взгляд куратора, арт-пространство - это то место, где можно соприкоснуться с актуальным искусством. Как объяснил Дмитрий, в Калининграде нет университетов, где можно получить художественное образование. Поэтому создатели

пространства помогают художникам-любителям, художникам-самоучкам выставляться в галерее «Ворот». Организаторам интересны художники со всей страны, не только из Калининграда. Выставить свои работы в арт-платформе «Ворота» легко – достаточно связаться с куратором. Если работы заинтересовали куратора, остается только договориться о дате, и привезти работы в креативное пространство «Ворота». Все выставки, организованные в «Воротах» бесплатны. Желающие могут оставить деньги на благотворительной основе в качестве помощи в развитии пространства. У художника, чьи работы выставлены в арт-платформе «Ворота», есть шанс стать замеченным, и впоследствии его работы могут стать знаменитыми.

Помимо идеи продвижения художников, у пространства есть и другие цели. На данный момент создатели проекта делают акцент в сторону дискуссий и лекций относительно искусства. В «Воротах» проводят лекции на темы саунд-арта, поп-арта, современных фотографий. Создатели пространства ищут компетентных людей, лекторов, которые могут провести семинары или лекции. Также здесь проходят концерты. В основном концерты организованы местными музыкантами, учениками местной музыкальной школы. Проводятся мастер-классы по дизайну, в которых могут принять участие все желающие.

За два года существования пространство развилось до локального центра молодого актуального искусства, объединив на своей площадке людей, которым небезразлично культурное развитие арт-индустрии города. (См.прил.1, рис.16).

Галерейное пространство «Ворот» приняло десятки выставочных проектов калининградских авторов, а также молодых художников из других городов России.

Здесь проходят концерты, выставки, показы, лекции и другие культурные мероприятия как для взрослых, так и для детей.

В 2015 году команда арт-пространства организовала несколько кинофестивалей («Территория Кино», «ФАНК», «Рулёт»); провела с десяток лекций и воркшопов для работников творческих индустрий, поэтические встречи, презентации книг калининградского издательства, а также вечеринки и концерты.

Помимо этого, арт-пространство Ворота реализует другие проекты. Это проект кофейни «Хлеб и Турка», проект творческого коворкинга «СтолСтул», находящийся на этапе разработки. Также был реализован проект «Городской сад». Это проект создания нового сквера около Закхаймских ворот, который реализуется арт-платформой «Ворота» совместно с благотворительным фондом Тимченко. Проект заключался в создании общественного городского сада на территории заброшенного участка на Московском проспекте у арт-пространства. Сад создавался силами волонтеров. У

проекта была также социальная миссия - сплотить старшее и младшее поколение путем совместного возделывания городского сада.

Контингент посетителей арт-пространства очень разный, поскольку пространство организует разные креативные проекты. Например, выставки меняются два раза в месяц. Аудитория не ограничивается молодежью, социальным статусом или профессиональной деятельностью. Также имеются и постоянные посетители. Это в основном люди, живущие в соседних от арт-пространства домах. Благодаря тому, что Калининград является объектом Всемирного наследия, город посещает большое количество туристов, которые посещают и данное арт-пространство. Туристы приезжают из разных уголков России. Статистики по данной сфере нет, однако Дмитрий Селин отметил, что максимальное количество туристов прибывает из Санкт-Петербурга и Москвы, а также из Центрального региона России. Иностранцы посетители бывают реже. Посещают пространство туристы из Германии, Польши, Литвы, Голландии.

Арт-пространство «Ворота» - это первое культурное заведение, которое возникло в Захаймских воротах. Здесь органично функционируют галерейное пространство, занимающее три четверти пространства, кофейня «Хлеб и Турка», единственный в городе коворкинг «СтолСтул», урбанистический проект «Городской сад». Вместимость пространства – до ста пятидесяти человек. Организаторы арт-пространства «Ворота» надеются на дальнейшее развитие креативного пространства, организацию новых проектов, которые не только помогут объединиться креативному классу города, но и поспособствуют привлечению туристов со всех уголков мира.

4.1.2 Креативное пространство «Катарсис»

Характеристика данного креативного пространства основывается на интервью, взятом у куратора арт-пространства «Катарсис» Анастасии Петровской. Интервью взято, проанализировано и адаптировано автором выпускной квалификационной работы.

Арт-пространство Катарсис – это не просто книжный магазин. Это целое культурно-просветительское пространство, где можно читать любые книги, предложенные на выбор, либо приносить свою; где можно обмениваться литературой с другими гостями пространства; где проходят совершенно разные мероприятия, связанные с литературой и не только. (См. прил.1, рис.17).

Катарсис как концепция давно планировался к осуществлению. Книжному магазину уже 22 года, сначала он функционировал как книжный магазин под названием

"Бибколлектор", занимался снабжением литературой университетов, институтов и других учебных заведений. В фонде насчитывается более 75 тысяч наименований различной литературы: учебной, специальной, музыкальной, детской, художественной – в том было и остается наше отличие от других книжных магазинов города – широчайший выбор книг по всем отраслям знаний. На новом месте пространство работает уже год.

Каждую неделю здесь проводятся различные мероприятия: выставки, конференции, мастер-классы, концерты, поэтические вечера, лекции писателей, презентации и кинопоказы. Контингент посетителей сейчас довольно обширен, в «Катарсис» приходят люди всех возрастов и профессий. Вместимость пространства – до пятидесяти человек. Есть детское пространство с большим ассортиментом книг и гамаком, который очень любят маленькие гости. Иногда люди просто приходят выпить чашечку кофе и провести время вместе, собираются обсудить деловые вопросы или поиграть в шахматы. За 22 года существования, конечно же, появились постоянные покупатели. Часто приезжают гости из других городов и стран: из Санкт-Петербурга и Москвы, из Германии, Польши, Латвии и Литвы, Франции и Англии, Италии, Испании, Дании, Финляндии и многих других. Всех посетителей «Катарсиса», откуда бы они ни были объединяет любовь к чтению и желание развиваться. Практически на все мероприятия вход свободный. Пространство находится по адресу ул. Генерал-Лейтенанта Озерова, 18. Время работы: 10.00-22.00

4.1.3 Арт-пространство «Квартира»

Характеристика данного креативного пространства основывается на интервью, взятом у хозяйки арт-пространства «Квартира» Снежаны Рыжковой. Интервью взято, проанализировано и адаптировано автором выпускной квалификационной работы.

Арт-пространство «Квартира» - первое креативное пространство в городе. Оно открыло свои двери в феврале 2010 года. Хозяева пространства – Артем и Снежана Рыжковы. Изначальной идеей пространства было открыть место, где люди могли бы собираться вместе, говорить о кино, о фотографии, о литературе, слушать пластинки, выступать с лекциями, организовывать небольшие концерты, мастер-классы, выставки. Они хотели открыть такое место, где коллекционеры города смогут выставить свои необычные коллекции, где все эти коллекции станут доступны, где можно не только посмотреть на интересные вещи, но и приобрести их. (См. прил. 1, рис.18).

Идея оказалась успешной, и теперь о «Квартире» знают не только в родном городе. Она есть в путеводителе «LonelyPlanet» по России. Здесь проводятся

мероприятия широкого масштаба: лекции актеров режиссеров, писателей, детские и взрослые выставки, чтения, просмотр фильмов, акустические концерты, мастер-классы.

У хозяев «Квартиры» нет требования к образованию, которое получил человек, желающий выступить или выставиться в креативном пространстве. Главное, чтобы он был компетентен в своем деле, чтобы его тема гармонировала с самой «Квартирой».

Каждый день в арт-пространстве проходит что-то новое, на каждый день приготовлена своя тематика. Несмотря на разнообразие интересов публики, здесь каждый найдет что-нибудь свое. У хозяев квартиры огромная коллекция книг и пластинок, дисков с фильмами разных жанров. Все это можно купить или взять под залог на необходимое время.

По словам хозяйки, контингент гостей меняется раз в два года. Изначально с момента открытия сюда приходили все. После «Квартира» стала местом концентрации молодежи. Затем их сменило более взрослое поколение – люди лет сорока. Сейчас вновь приходят посетители всех возрастов, из разных городов России (Санкт-Петербург, Москва, Омск, Новосибирск, Воронеж), из Германии, США, Великобритании.

Поскольку рекламы арт-пространства как таковой нет (есть небольшой сайт в соц. сетях), люди, которые заходят сюда, не совсем понимают, чем здесь заниматься, однако есть и постоянные посетители, которые часто приходят, которым нравится это заведение.

Вместимость арт-пространства «Квартира» - 30 человек, максимум – 50 человек. Хозяева пространства реализуют также коммерческие проекты, а на вырученные деньги развивают «Квартиру», облагораживают территорию вокруг нее. Месяц назад здесь открыли кафе. Это поможет проекту окупаться и привлечь сюда новых посетителей.

Арт-пространство «Квартира» находится по адресу ул. Сержанта Колоскова, 13.
График работы: с 12.00 – 22.00

4.1.4 Творческая мастерская «Альтернатива»

Творческая мастерская «Альтернатива» - креативное пространство, которое изначально было создано как мастерская художников. Сейчас здесь работают художники и дизайнеры, которые занимаются оформлением внутренних помещений, росписью на стенах, реставрацией старинной мебели, живописью и т.д. Также здесь проходят выставки, кинопоказы, инсталляции, музыкальные вечера, поэтические и

прозаические вечера, творческие встречи с деятелями искусства, мастер-классы и другие обучающие курсы. Здесь находится студия живописи и рисунка, фотостудия. Вместимость пространства - до пятидесяти человек. (См.прил.1,рис. 19).

Творческая мастерская «Альтернатива» находится по адресу ул. Коперника, 4. График работы: с 10.00 – 20.00

4.1.5 Антикафе «Сухомятка»

«Сухомятка» – это уникальное в своем роде заведение формата «антикафе», которое находится в центре Калининграда. Здесь посетителей ждет бесплатный доступ в интернет, книги, публицистика, настольные и компьютерные игры, а также другие развлечения. Вместимость антикафе – до пятидесяти человек. В антикафе проходят встречи с интересными людьми (писатели, актеры, поэты, режиссеры и др.), тренинги и семинары на различные темы. Нередко организаторы проводят вечерние кинопоказы. Кроме того, кафе имеет большой ассортимент печенья, конфет, чая, кофе. Также в «Сухомятке» регулярно проходят встречи, мастер-классы, тренинги и семинары. (См. прил.1, рис.20).

Каждый день недели в антикафе посвящен какой-либо определенной теме. В понедельник гости смотрят кино, обсуждают мировую литературу. Во вторник и среду все желающие знакомятся и играют в настольные игры(мафия, покер и др). Четверг посвящен мастер-классам и ночным кинопоказам. В пятницу и субботу гости также смогут проявить смекалку за игрой. В воскресенье проводятся курсы английского языка, в которых могут поучаствовать все желающие.

Тариф антикафе «Сухомятка»: 1,5 рубля в минуту. Стоп-чек: 450 рублей. Антикафе расположено по адресу Ленинский пр.,5 Г. Время работы антикафе с 11.00-24.00 в будни, с 11.00-04.00 в выходные.

4.1.6 Антикафе «TimeOut»

Антикафе «TimeOut» - одно из молодых и хорошо зарекомендовавших антикафе Калининграда. Вместимость – тридцать человек. Здесь играют в настольные игры, смотрят фильмы, читают книги, знакомятся с новыми людьми, организуют тематические вечера. (См. прил.1, рис. 21).

Тариф антикафе «TimeOut»: 1,5 рубля в минуту. Стоп-чек: 400 рублей. Антикафе расположено по адресу ул. Сержанта Колоскова, д.2 А. Время работы с 12.00-00.00 с понедельника по четверг, с 12.00-02.00 с пятницы по воскресенье.

4.1.7 Антикафе «Лабиринт»

Антикафе «Лабиринт» - уютное заведение для всей семьи. У посетителей есть возможность поучаствовать в тематических вечерах, поиграть в настольный теннис, спортивный покер, другие командные игры, просто почитать книгу, или даже поработать – в антикафе есть зона коворкинга. Вместимость – сорок человек. (См. прил.1, рис. 22)

Тариф антикафе «Лабиринт» - 1,5 рубля в минуту. Стоп-чек: 450 рублей. Антикафе расположено по адресу ул. Ореховая, д.7. Время работы: понедельник-четверг с 14.00 – 02.00, пятница с 14.00-04.00, суббота с 13.00-04.00, воскресенье с 12.00-02.00.

4.1.8 Антикафе «4Rest»

Антикафе «4Rest» - это не просто кафе подобного формата. Это еще и уютная кофейня, арт-пространство и коворкинг. Здесь можно оплачивать время, если гость использует пространство как антикафе – играет в игры, смотрит фильм. Если же гость пришел просто выпить кофе, или взять напиток с собой, ему не нужно платить за время. Вместимость – тридцать человек.

Это современное и комфортное пространство, где каждый сможет найти себе занятие по душе. Это также творческое сообщество, где люди искусства выставляют свои работы и приглашают на персональные выставки. Коворкинг позволяет работать в спокойной обстановке и решать деловые вопросы с клиентами. Здесь также проводят мастер-классы, устраивают кинопоказы и творческие вечера. (См. прил. 1, рис. 23).

Тариф антикафе «4Rest» - 2 рубля в минуту. Стоп-чек: 400 рублей. Антикафе расположено по адресу ул. К. Маркса, д. 112. Время работы: вторник-четверг с 8.00-22.00, пятница с 8.00-00.00, суббота с 12.00 – 00.00, воскресенье с 12.00-22.00.

4.2 Социальный опрос на тему «Креативные пространства в жизни города»

Чтобы понять, насколько необходимы городу креативные пространства и пользуются ли они популярностью среди туристов, автором был проведен социальный опрос среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города» (См. прил. 4). Всего в опросе участвовали сто человек. Из них пятьдесят пять процентов составляли женщины, сорок пять - мужчины соответственно. (См. прил. 5, табл. 10, прил. 7, диаграмма 1).

В возрасте от 15 до 25 лет участвовало 32 % респондентов, 40% - в возрасте от 25 до 35 лет, 19% - в возрасте от 35 до 45 лет, 6% - в возрасте от 45 до 55 лет, 3% - в

возрасте от 55 до 65 лет. (См. прил. 5, табл.11, прил.7, диаграмма 2). Семь процентов опрошенных имеют неполное среднее образование, пять процентов – среднее образование, четырнадцать процентов – среднее профессиональное образование, четырнадцать процентов – неполное высшее, шестьдесят процентов – высшее образование. (См. прил.5, табл.12, прил.7, диаграмма 3).

Девяносто процентов респондентов знают, что креативные пространства есть в городе Калининграде, из них восемьдесят восемь респондентов знают, что это такое. Это говорит об общей осведомленности людей. (См. прил.5, табл. 13, 14, прил. 7, диаграммы 4,5).

В опросе были затронуты такие креативные пространства, как арт-пространства «Ворота» и «Квартира», креативное пространство «Катарсис», творческая мастерская «Альтернатива», антикафе «Сухомятка», как самое популярное антикафе города (исходя из данных сайта в сети интернет, антикафе «Сухомятка» известно 7220 людям), и другие антикафе с меньшей популярностью. Никакие из перечисленных пространств не известны пяти процентам опрошенных. Восемьдесят процентам известно арт-пространство «Ворота», семидесяти одному проценту – арт-пространство «Квартира», пятидесяти пяти процентам – антикафе «Сухомятка», тридцати семи процентам – творческая мастерская «Альтернатива», сорока пяти процентам – креативное пространство «Катарсис», двадцати одному проценту – другие антикафе города. Можно сделать вывод, что данные креативные пространства достаточно популярны в городе, самое популярное из них – арт-пространство «Ворота». Это объясняется непосредственной близостью пространства от исторического центра города, его расположение в историческом здании Захаймских ворот, разумным продвижением пространства путем организации выставок и различных проектов. (См. прил. 5, табл.15, прил. 7, диаграмма 6).

Восемьдесят четыре респондента из ста посещают креативные пространства в Калининграде. (См. прил. 5, табл. 16, диаграмма 7). Из них 11,1% посещает креативные пространства чаще одного раза в неделю; 9,1 % - раз в неделю; 36,4% посещают креативные пространства стабильно раз в месяц; 43,4% посещают пространства реже раза в месяц. Редкость посещения объясняется наличием небольшого количества свободного времени, или дальним расположением пространства от места жительства/работы/учебы.(См. прил. 5, табл. 17, прил. 7, диаграмма 8).

Цели посещения креативных пространств разные. Из опрошенных респондентов 24,5% посещают эти места для работы; 75,5% - для отдыха; 64,3% респондентов посещают различные мероприятия; 27,6% респондентов участвовали в мероприятиях,

то есть участвовали в мастер-классах, проводили мероприятие: концерты, выставки, чтения. Это говорит о многофункциональности креативных пространств. (См. прил.5, табл.18, прил.7, диаграмма 9).

Всего 55,6 % посещающих креативные пространства респондентов видели среди посетителей туристов. (См. прил. 5, табл. 19, прил. 7, диаграмма 10). На вопрос, из каких регионов России и стран мира приезжают туристы люди отвечали по-разному. Чаще всего называли Германию (десять раз), Польшу (пять раз), Литву (пять раз), Латвию (три раза). Также посещали креативные пространства туристы из Украины, Белоруссии, Китая, Австрии, Финляндии, Голландии, Болгарии. Из городов России чаще всего называли Москву (20 раз), Санкт-Петербург (20 раз), Воронеж (6 раз), Пермь (3 раза), города Центрального региона и Сибири. Остальные респонденты видели туристов в креативных пространствах, но не знают, откуда они. Опрос показал, что в целом креативные пространства интересны для туристов, они являются привлекательными туристскими объектами.

На вопрос нужны ли городу Калининграду креативные пространства, 91% опрошенных сказали «да», 2% сказали «нет», 7% сказали, что не знают. (См. прил. 5, табл. 20, прил. 7, диаграмма 11). Автор просил респондентов обосновать свой ответ. Вот как отвечали опрошенные:

1. «Обязательно нужны. В целях избавления от серых будничных дней, излечения от глупости, расширения кругозора, для поиска решений тех или иных задач, для вдохновения, да и просто - для отдыха».
2. «Это развитие города. Его будущее».
3. «Культурная жизнь в городе должна быть разнообразной. На любой вкус».
4. «Нужны для повышения общей культуры, нужны как места встречи с единомышленниками, как места, где могут генерироваться новые идеи».
5. «Это развитие общего уровня культуры, а также рост творческого потенциала и образования».
6. «Помогают саморазвиваться. Приятное место для встреч с друзьями».
7. «Креативные пространства формируют стиль города».
8. «Город состоит из пространств. Спортивных, креативных, алкогольных, магазинных и т. д. Чем больше доля креативных - тем больше шансов на коммуникацию и кооперацию креативных людей. Также это влияет на туристический и миграционный потенциал».
9. «Наверно это те места где можно получить некое вдохновение, пообщаться с интересными людьми, это другой вид отдыха на мой взгляд».

10. «Позволяют развивать мышление и расширять собственную базу знаний, пробуждать в себе творческие начала, получать интересный интеллектуальный отдых».
11. «Творчество - это то, что нас вдохновляет, наполняет нашу жизнь, без творчества самореализация не полноценна. А в этих пространствах творчество - основная идея, развитие, движение. Оживает город и человек».
12. «Это не просто интересное место для калининградцев любых возрастов. Оно способствует интеллектуальному, духовному развитию, это место где можно проявить себя, выразить свои мысли, создать что-то новое, узнать для себя огромное количество фактов».
13. «Альтернатива музеям для отдыха туристов, знакомство с современной культурой города».
14. «Креативные пространства-это места, где человек может раскрыться миру и показать, на что он способен».
15. «Здесь можно проводить интересные мероприятия, приглашать интересных людей как местных, так и из других регионов, для расширения кругозора и просвещения».
16. «Посещение подобных мест помогает переключиться от обыденности, получить определённую дозу вдохновения, познакомиться с необычными людьми, тем самым расширить свой собственный кругозор. Чем больше в городе будет таких мест, тем лучше».

Исходя из полученных ответов, можно сделать вывод, что жители города Калининграда в основном поддерживают идею креативных пространств. Им нравится проводить здесь время, работать, посещать мероприятия, участвовать в них, проявить себя, создать что-то новое. Они считают, что креативные пространства созданы для духовного, интеллектуального развития, для расширения кругозора. Креативные пространства формируют образ жизни людей и стиль города, способствуют знакомству с новыми людьми, единомышленниками. Креативные пространства притягивают к себе людей из разных уголков Земли и объединяют их. Они интересны не только для самих жителей, но и для гостей города. Креативные пространства – это развитие города. Его будущее.

4.3 Авторский экскурсионный маршрут по креативным пространствам г. Калининграда как вклад в развитие туризма города

Социальный опрос жителей г. Калининграда показал, что креативные пространства – интересные места для отдыха, саморазвития, познания. Они привлекают самих горожан, а также туристов из разных регионов мира. Креативные пространства вызывают интерес публики. Это в свою очередь показывает, что есть необходимость в структурировании перечня креативных пространств в городе путем создания экскурсионных маршрутов по данным объектам.

В работе представлен вариант маршрута для экскурсии по креативным пространствам г. Калининграда. Маршрут может способствовать развитию нового вида тематических экскурсий в Калининграде, вызвать интерес среди туристов, тем самым возможно увеличение туристского потока в город. Маршрут будет представлен в рекламном туристском буклете, с обозначением всех посещаемых объектов, краткой информацией о маршруте, фотографиями креативных пространств и их интерьеров. (См. прил.) Данный маршрут – вклад в развитие туризма в г. Калининграде, продвижение экскурсионно-познавательного вида туризма, пешеходных экскурсий по городу.

Первый объект маршрута – Арт-пространство «Ворота», расположенный по адресу ул. Литовский вал, д. 63. Экскурсанты встречаются с экскурсоводом у главного входа. В начале встречи экскурсовод дает краткую характеристику креативным пространствам, и говорит несколько слов о здании, в котором расположено арт-пространство «Ворота». Далее группа заходит внутрь, где экскурсовод рассказывает об истории создания «Ворот», концепции данного пространства, его проектах и главной идеи. Так как здесь все время обновляются выставки, экскурсанты обязательно смогут увидеть интересные выставленные работы, узнать немного об участнике выставки. Также возможна встреча с куратором креативного пространства «Ворота», и небольшой перерыв на кофе в кофейне «Хлеб и Турка». Время посещения пространства - тридцать минут.

Далее группа следует ко второму объекту – к творческой мастерской «Альтернатива», находящейся по адресу ул. Коперника, д. 4. Расстояние между объектами – два километра. Время пути – примерно двадцать пять минут. В течении пути экскурсовод может рассказать о мировом опыте создания креативных пространств – о фабрике Энди Уорхолла, о британских и немецких креативных пространствах и об их влиянии на формирование пространства городов, становления их имиджа и туристской привлекательности.

Подойдя к мастерской, экскурсовод дает краткую характеристику пространства, его историю и развитие. Далее группа заходит в мастерскую. Хорошей идеей для экскурсии является посещение мастер-класса или выставки. Для этого необходимо договориться заранее с куратором заведения. Время пребывания в мастерской – около тридцати минут.

После посещения творческой мастерской «Альтернатива» группа отправляется к третьему объекту - к антикафе «Сухомятка», расположенному по адресу Ленинский пр., 5 Г. Расстояние между креативными пространствами – 1,3 километра. Время пути – 20 минут. По пути экскурсовод рассказывает о том, что такое антикафе, его формат и основную идею. Зайдя в помещение, экскурсовод объявляет о свободном времени, в течении которого экскурсанты смогут осмотреться, занять себя предлагаемыми занятиями, выпить чаю или кофе с закусками. Время пребывания в антикафе – тридцать минут.

Далее группа направляется к четвертому объекту – креативному пространству «Катарсис», расположенному по адресу ул. Генерала Озерова, д. 18. Расстояние между объектами – 900 метров. Время, проведенное в пути – 10 минут. Подойдя к креативному пространству, экскурсовод дает ему краткую характеристику, рассказывает его предысторию. Далее группа заходит внутрь. Хорошей идеей является привести группу на лекцию или чтения, чтобы точно передать экскурсантам идею заведения и дать почувствовать его атмосферу. Также есть возможность встретиться с куратором пространства и задать ему интересующие вопросы. Экскурсанты смогут приобрести здесь понравившуюся книгу и сувениры. Время пребывания – тридцать минут.

После креативного пространства «Катарсис» группа направляется к последнему объекту – арт-пространству «Квартира», по адресу ул. Сержанта Колоскова, д.13. Расстояние между объектами 2,5 километров, время в пути – 30 минут. Во время пути экскурсовод может рассказать о создании креативного пространства, о его основной идее. Хорошей идеей является заранее договориться с хозяевами и устроить небольшой обед и кинопоказ или концерт для экскурсантов. Зайдя в «Квартиру», экскурсанты обедают и общаются с хозяевами заведения. Далее экскурсовод отвечает на все интересующие вопросы, благодарит гостей за внимание и прощается с ними. На этом экскурсия заканчивается. Экскурсанты могут остаться в заведении или пойти далее изучать город.

В целом экскурсия займет около четырех часов, время будет зависеть от длительности посещения креативных пространств.

Экскурсия затрагивает основные креативные пространства города Калининграда, дает информацию об их формировании, предлагает возможность поучаствовать в мастер-классе, послушать лекцию, побеседовать с хозяевами креативных пространств.

Заключение

Явление креативного пространства достаточно новое для подавляющей части населения, однако уже вызвало заинтересованность общества, и играет важную роль в экономической составляющей городов. Креативные пространства не только влияют на культурную и социальную жизнь горожан путем проведения на их территории выставок, музыкальных и литературных проектов, концептуальных встреч с писателями, художниками, критиками, конференций, различных фестивалей. Они также являются важным туристским механизмом, формирующим новый образ города, способствующим привлечению в него туристов.

В работе были исследованы и изучены с точки зрения привлекательности среди туристов креативные пространства г. Калининграда. Для этого были выполнены следующие задачи:

1. Дано определения понятия «креативное пространство»;
2. Изучены типы креативных пространств;
3. Исследованы тенденции развития креативных пространств, их зависимость от территории, преобразование территории за их счет;
4. Изучено влияние креативных пространств на развитие туризма в городской среде;
5. Выявлено, насколько интересны данные места для туристов;
6. Выявлено, что креативные пространства становятся туристской составляющей Калининграда.

Выполнив перечисленные задачи, было доказано, что креативные пространства города Калининграда являются новым и перспективным направлением в развитии туризма, они способствуют привлечению туристов в город, а также их возможно использовать в разработке тематических экскурсий.

На основе данной работы был предложен туристский буклет авторской экскурсии по креативным пространствам г. Калининграда как вклад в развитие туризма города. Проведение такой экскурсии позволит повысить культурный уровень туристов. Побывав на подобной экскурсии, турист не только узнает, что такое креативное пространство, но и расширит свой кругозор.

По мнению автора, проведенная работа наглядно демонстрирует, что креативные пространства в г. Калининграде не включены в туристскую деятельность, однако интерес к креативным пространствам зафиксирован, а значит, очевидно, существует потенциал для их развития. Предложив экскурсию по креативным

пространствам, автор сделал шаг к их становлению в качестве фактора развития туризма в г. Калининграде.

Список литературы

1. Абанкина Т. В. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга»// Отечественные записки. М., 2005. С.115 – 123.
2. Абанкина Т. В. Оптимизация сети: технологии управления и модели финансирования организаций культуры в свете реформ // Справочник руководителя учреждений культуры. М: Изд. Дом МЦ ФЭР, 2006. № 2. С.9.
3. Барбур Л. Развитие творческих индустрий: манчестерская модель/ Пер.с англ. // Творческие индустрии в России: результаты пилотного проекта в Санкт-Петербурге. Спб., 2004. С.80-83.
4. Большая российская энциклопедия. М.: Большая Российская энциклопедия, 2002.
5. Быстрова Т. Ю. Парк Эмшер: принципы и приемы реабилитации промышленных территорий// Академический вестник УралНИИпроект РААСН, 2014. №2. С. 9.
6. Высоковский А. А. Креативность как ресурс // Отечественные записки. М., 2005. С.160-167.
7. Денисенко Е. Новая экосистема для «класса икс»// Эксперт Северо-Запад, 2010. № 14. С.1.
8. Жарков Г.В. Существуют ли социологические индикаторы креативности? // Тез. докл. Научно-практ. конф. «VII Ковалевские чтения». Спб., 2012. С. 704-707.
9. Желнина А.А. Творчество для «своих». Креативные индустрии в городе: вызовы, проекты и решения // Сборник научных статей студентов и преподавателей НИУ ВШЭ СПб.: Левша, 2012. С.2-6.
10. Зеленцова Е.В. Творческие индустрии в России. М.: Институт культурной политики, 2004. С.98.
11. Зеленцова Е.В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта: дис.: М., 2008. С.50.
12. Зеленцова Е.В. Творческие индустрии: теории и практики. М.: Классика – XXI, 2010. С.107-109.
13. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь. М.: Логос, 2002. № 3. С. 22-25.
- 14.Коровин А.В. Факторы, определяющие креативность городского пространства // Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 385-летию со дня основания г. Красноярска. Красноярск, 2013. С. 84.
15. Кулаков В.И. Тувангсте и Кёнигсберг // SLAVIA ANTIQUA Tom XI, 1999. С. 215-233.

16. Липецкая М.С. Проект «Стратегия социально-экономического развития муниципального образования «Город Калининград» на период до 2025 г. Калининград, 2007.
17. Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. М.: Классика XXI, 2005. С.399.
18. Мильков Д. Э. Развитие творческих индустрий: аспект международного сотрудничества // Культурное разнообразие, развитие и глобализация. М.: РИК, 2003. С. 103-107.
19. Миролубова Т.В. Инновационная экономика и культурная политика: региональный подход // ИнВестРегион, 2011. №1. С.65.
20. Паспорт городского округа «Город Калининград» // Администрация городского округа «Город Калининград», сентябрь, 2014.
21. Стеклова И. А., Рагужина О.И. Креативные пространства как надежда провинции // Теория и практика общественного развития. Пенза, 2013. № 12.
22. Стратегия социально-экономического развития городского округа «Город Калининград» на период до 2035 г // Приложение к решению городского Совета депутатов Калининграда, 2013.
23. Суховская Д.Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны коворкинга, арт-территории // Молодой ученый. Краснодар: 2013. № 10. С. 650-652.
24. Тейлор Б. Актуальное искусство 1970-2005. М.: Слово, 2006. С.230.
25. Трубина Е. Г. Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011. С.4-9.
26. Федоров Р. Г. Развитие хостел-движения в России и за рубежом // Актуальные вопросы экономических наук: материалы II междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель, 2013 г.). Уфа: Лето, 2013. С.115-117.
27. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. / Пер. с англ. М.: Классика XXI, 2005, 35 с.
28. Черняева Н. А. Культурная география и проблематика «места» // Гуманитарные науки, 2005. № 35. С.63-66.
29. Cunningham S. D., Higgs P.L. Creative industries mapping: where have we come from and where are we going? The IUP Journal of Marketing Management, 2014, p. 12-16.
30. Department for Culture, Media and Sport. Creative Industries Programme. Creative Industries Mapping Document. – London, 2001.
31. Evans G. Creative cities, creative spaces and urban policy. London, 2009.

32. Florida R. The Rise of Creative Class: and how it transforming work, leisure, community and everyday life. N.Y.: Basic Books, 2002. P.434.
33. Garnham N. Concepts of Culture: Public Policy and the Cultural Industries (1987) // Studies in Culture: An Introductory Reader, ed. Ann Gray and Jim McGuigan. London: Arnold, 2007. P. 54-61.
34. Getz I., Lubart T.I. An emotional experiential perspective on creative symbolic metaphorical processes: Consciousness and Emotion. Oxford: Blackwell, 2008. P. 89–118.
35. Hesmondhalgh D. The Cultural Industries. New York: SAGE, 2002. P. 167-170.
36. Howkins J. The Creative Economy / J. Howkins. – NY. : The penguin press, 2001
37. Lloyd P. Creativespace. U. K.: Capstone, 2009. P. 214-226.
38. Roberts K. The Leisure Industries: Developments and Future Challenges. London: Gollancz, 2004. P. 230-232.
39. Seltman G. Renaissance of an Industrial Region: «Internationale Bauausstellung Emscher Park» — achievements and future model for others. 2007.
40. Абрамов. Д. Креативное пространство: что, как и зачем. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.slideshare.net/dmitryabramov9/ss-34706403/>
41. Всемирная Информ-Энциклопедия: Калининградская область. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kaliningrad.wie.su/>
42. Зеленцова Е. В. На пути к креативной экономике. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.creativeindustries.ru/rus/publications/creative_industries_way/
43. Интервью с Тоби Хаямом // LookAtMe. Интернет-издание о креативных индустриях. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/architecture-radar/84141-tobi-hayam/>
44. Информационный сайт об антикафе. [Электронный ресурс]. – URL: <http://vantikafe.ru/>
45. Информационно-туристический центр «Королевский замок». [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kaliningradinfo.ru/>
46. Калининградское бюро путешествий. [Электронный ресурс]. – URL: <https://kbp-travel.ru/>
47. Калининградстат. Официальная статистика г. Калининграда. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kaliningrad.gks.ru/>
48. Креативное пространство «ТКАЧИ». [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.tkachi.com/>
49. Официальный сайт администрации городского округа «Город Калининград». [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.klgd.ru/>

50. Пекар В., Пестерникова Е. Креативный город. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.bgorod.in.ua/>
51. Сайт афиш выставок. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.expolife.ru/>
52. Сайт, посвященный Германии. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.magazine-deutschland.de/>
53. Сайт, посвященный креативной фотографии. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.lomography.ru/>
54. Сайт словарей и энциклопедий. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dic.academic.ru/>
55. Туристский сайт Калининграда. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.tourism-kaliningrad.ru/>
56. Эксперты: Креативные пространства — это всегда временное решение. [Электронный ресурс]. - URL: http://top.rbc.ru/spb_sz/25/02/2013/846831.shtml

Приложения

Приложение 1. Рисунки



Рис.1 Реклама тура выходного дня в Хаддерсфилде.

Источник: www.kirkleestogether.co.uk/



Рис.2 Музей науки и промышленности, Манчестер, Великобритания.

Источник: <http://www.toucantours.co.uk/>



Рис.3 Центр Урбис, Манчестер, Великобритания.

Источник: <http://allwantsimg.com/urbis/>



Рис.4 Творческий кластер “Старая пивоварня Трумана”, Лондон, Великобритания.

Источник: <https://az-europe.eu/>



Рис.5 Историческое здание галереи Тейт, Вестминстер, Лондон, Великобритания.

Источник: <http://www.mysicerone.ru/>



Рис.6 Лондонский музей современного искусства Тейт Модерн. Лондон, Великобритания.

Источник: <http://attractionstory.ru/>



Рис.7Творческий кластер “TheMushroomWork”, Ньюкасл, Великобритания.

Источник: <https://journeysdiscovery.wordpress.com/>



Рис.8 Панорама Эмшер-Парка, Германия.

Источник: <http://stnmedia.ru/>



Рис. 9 Шахта Цольферайн, Эссен, Эмшер-Парк, Германия.

Источник: <http://www.worlds.ru/>



Рис.10 Арт-кластер “Шпиннерай”, Лейпциг, Германия.

Источник: <http://www.iskusstvo-info.ru/>



Рис. 11 Творческий кластер АРТСтрелка, Москва, Россия.

Источник: <http://www.artstrelka.ru/>



Рис.12 Центр современного искусства “Винзавод”, Москва, Россия.

Источник: <http://altertravel.ru/>



Рис.13 Лофт проект ЭТАЖИ, Санкт-Петербург, Россия.

Источник: <http://event-map.ru/>



Рис. 14 Креативное пространство ТКАЧИ, Санкт-Петербург, Россия

Источник: <http://геометрия.кг/>

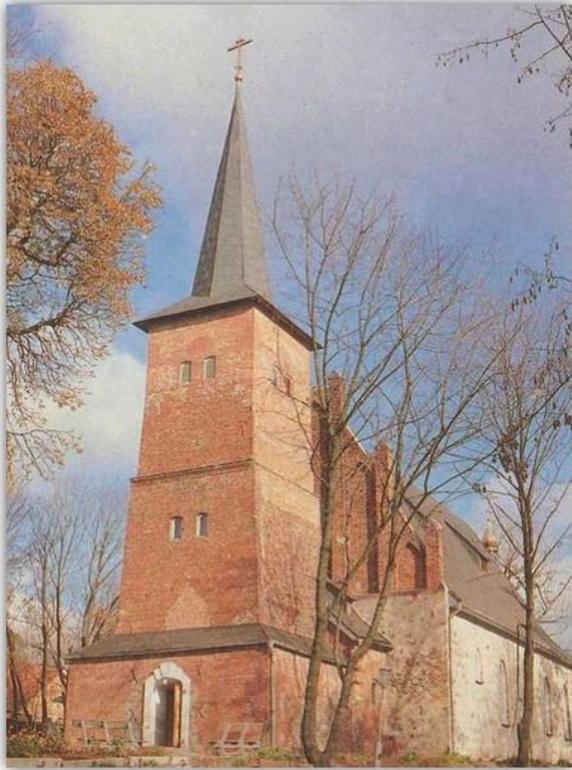


Рис. 15 Юдитен Кирха (1288 г.), Калининград, Россия.

Источник: <http://www.prussia39.ru/>



Рис.16 Арт-пространство «Ворота», Калининград, Россия.

Источник: выполнено автором.



Рис. 17 Креативное пространство «Катарсис», Калининград, Россия.
Источник: <https://vk.com/club10101595>



Рис. 18 Арт-пространство «Квартира», Калининград, Россия.
Источник: выполнено автором.



Рис. 19 Творческая мастерская «Альтернатива», Калининград, Россия.

Источник: <http://data11.gallery.ru/>



Рис. 20 Антикафе «Сухомятка», Калининград, Россия.

Источник: <http://cs618429.vk.me/>



Рис. 21 Антикафе «TimeOut», Калининград, Россия.

Источник: <http://p1.zoon.ru/>



Рис. 22 Антикафе «Лабиринт», Калининград, Россия.

Источник: <http://cs625129.vk.me/>



Рис. 23 Антикафе «4Rest», Калининград, Россия.

Источник: <https://vk.com/>

Приложение 2. Схемы

Схема 1. Факторы, определяющие креативность пространства.

Источник: выполнено автором на основе статьи Коровина А.В «Факторы, определяющие креативность городского пространства», 2013.



Схема 2. Классификация типов креативных пространств, входящих в арт-кластер.

Источник: выполнено автором.



Приложение 3. Картосхемы

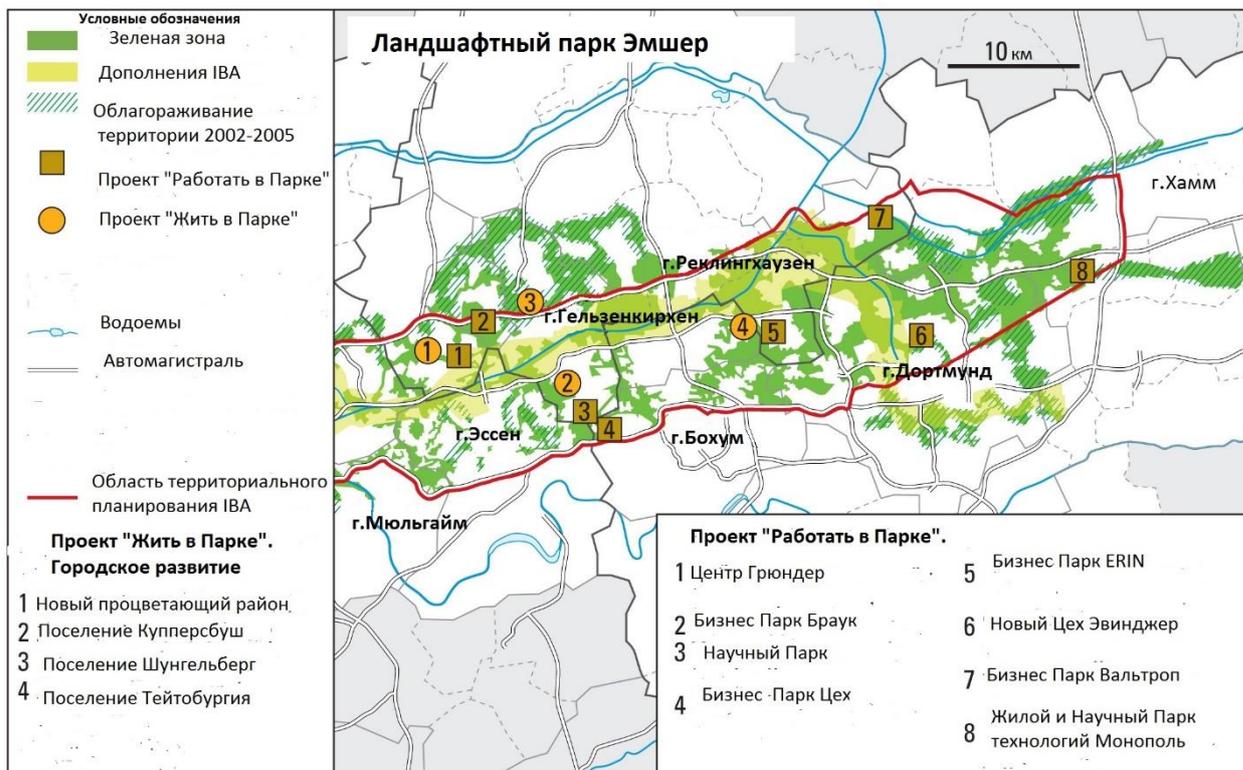
Картосхема 1. Местоположение г. Хаддерсфилда на карте Великобритании.

Источник: выполнено автором.



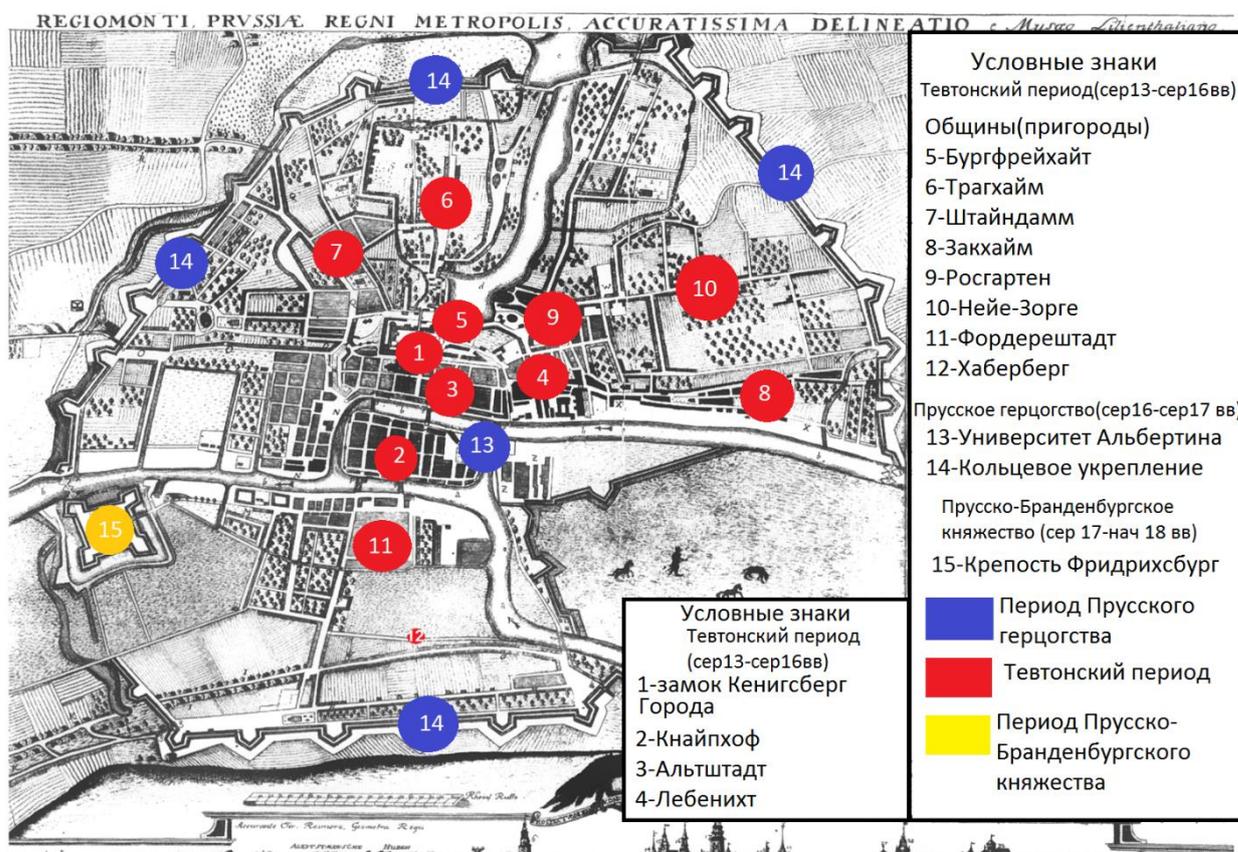
Картосхема 2. Ландшафтный парк Эмшер, Германия.

Источник: выполнено автором.



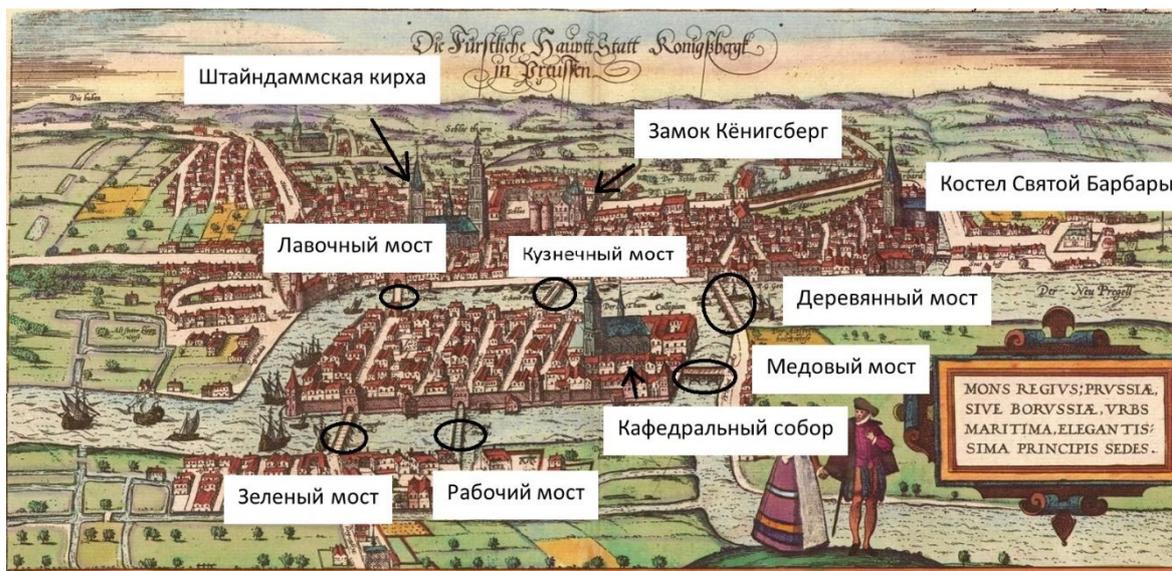
Карта-схема 3. Пространственное развитие города Кенигсберга до начала XVIII века.

Источник: выполнено автором.



Картограмма 4. Архитектурные сооружения Тевтонского периода, Кенигсберг.

Источник: выполнено автором.



Картосхема 5. Оборонительные сооружения Прусского периода, Кенигсберг.

Источник: выполнено автором.



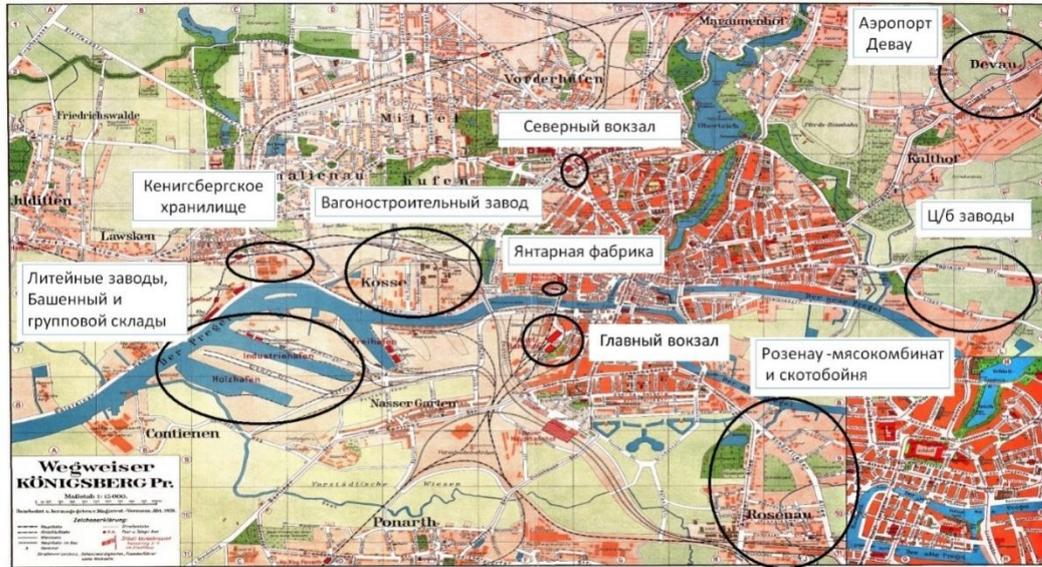
Картосхема 6. Транспортное и промышленное развитие города в Прусский период, Кенигсберг.

Источник: выполнено автором.

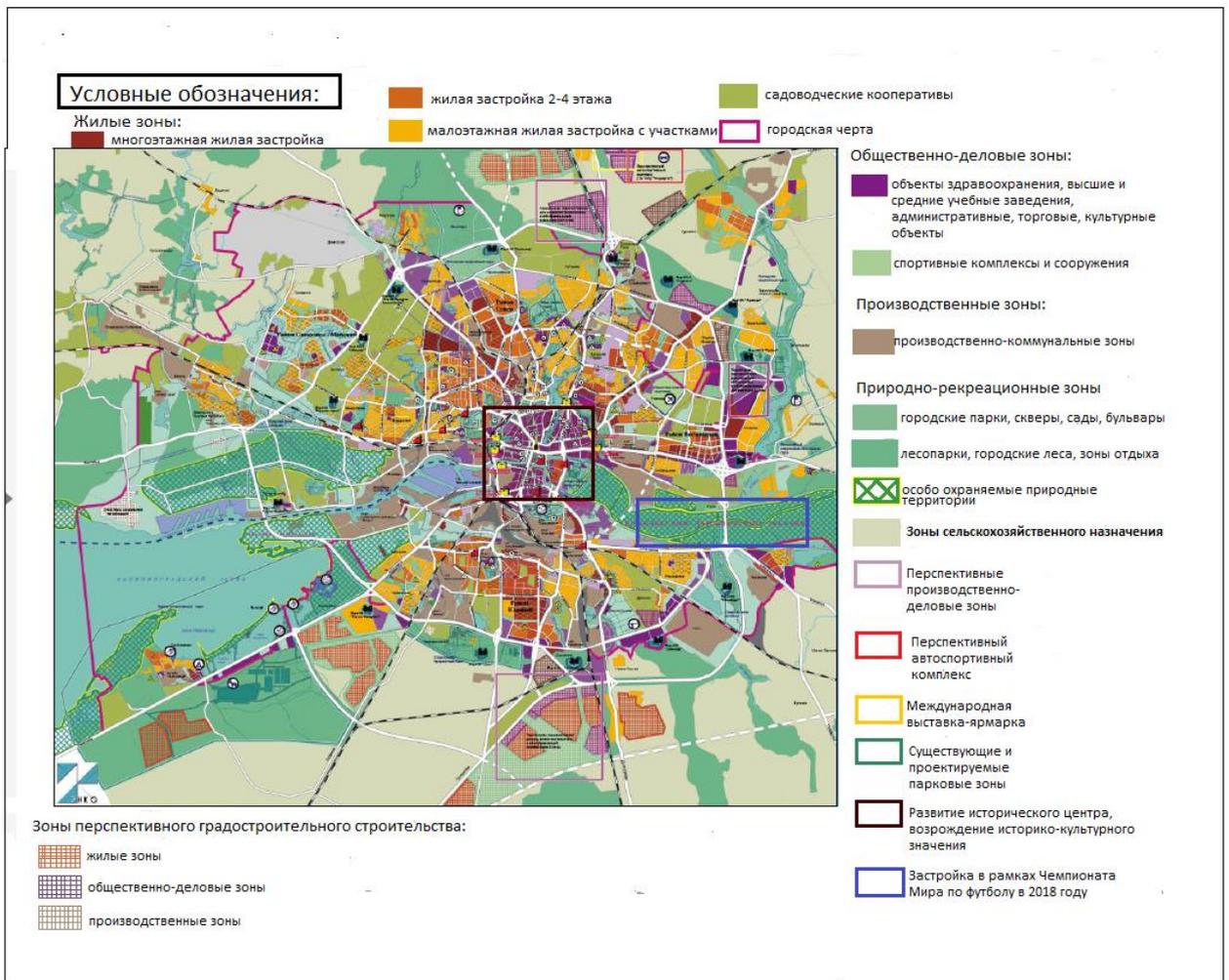


Картосхема 7. Развитие промышленности в Германский период, Кенигсберг.

Источник: выполнено автором.

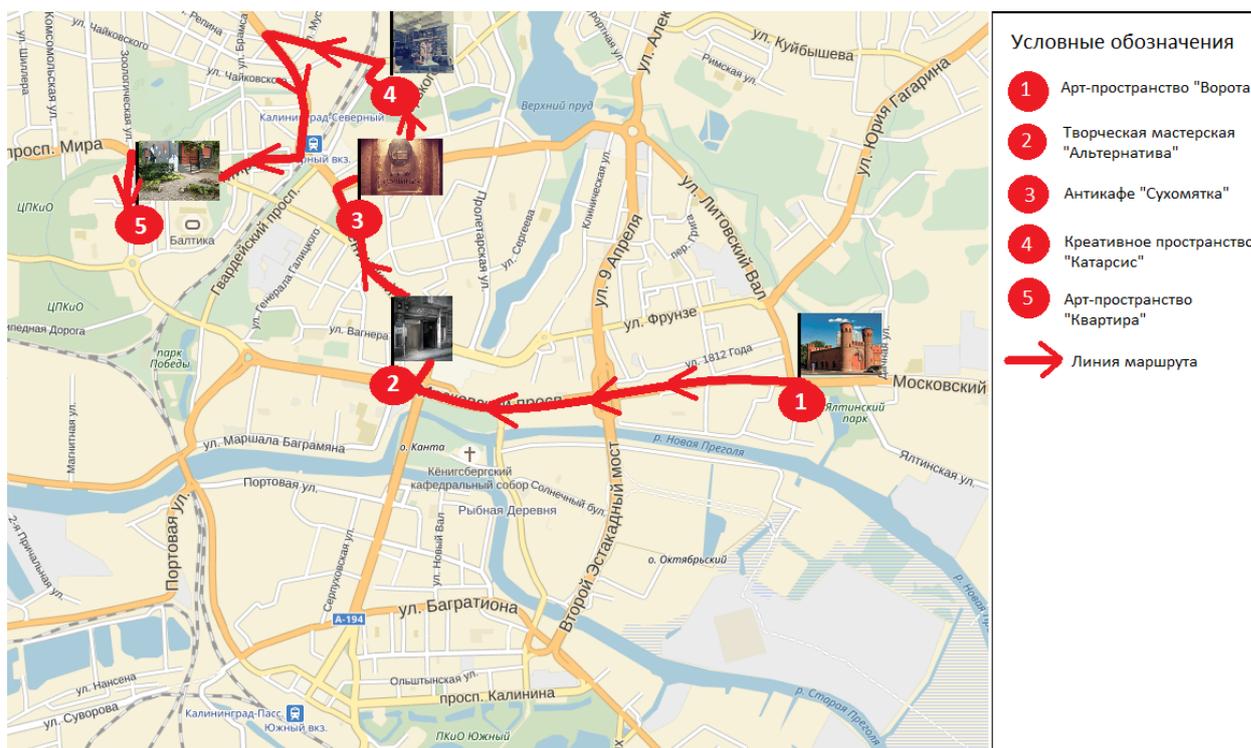


Картосхема 8. Современное пространственное развитие г. Калининграда.



Картосхема 9. Маршрут для экскурсии по креативным пространствам г. Калининграда.

Источник: выполнено автором.



Приложение 4. Анкета

Анкета для проведения социального опроса среди жителей г. Калининграда «Креативные пространства в жизни города». Анкета была выполнена автором и выложена на сайт <https://www.surveymonkey.com/>

1. Ваш пол
 - Мужской
 - Женский
2. Ваш возраст
 - 15-25 лет
 - 25-35 лет
 - 35-45 лет
 - 45-55 лет
 - 55-65 лет
3. Ваше образование
 - Неполное среднее
 - Среднее
 - Среднее профессиональное
 - Неполное высшее
 - Высшее
4. Знаете ли Вы, что такое креативное пространство?
 - Да
 - Нет
5. Знаете ли Вы о существовании креативных пространств в Вашем городе?
 - Да
 - Нет
6. Какие креативные пространства Вам знакомы?
 - Арт-пространство «Ворота»
 - Арт-пространство «Квартира»
 - Антикафе «Сухомятка»
 - Творческая мастерская «Альтернатива»
 - Креативное пространство «Катарсис»
 - Другие антикафе
 - Ни одно из перечисленного
7. Посещаете ли Вы креативные пространства в Вашем городе?

- Да
 - Нет
8. Как часто Вы посещаете эти места?
- Редко(реже раза в месяц)
 - Раз в месяц
 - Раз в неделю
 - Часто(чаще раза в неделю)
 - Никогда
9. Цель посещения креативных пространств
- Работа
 - Отдых
 - Посещение мероприятий
 - Участие в мероприятиях
 - Не посещаю креативные пространства
10. Видели ли Вы в креативных пространствах туристов?
- Да
 - Нет
11. Если Вы видели туристов в креативных пространствах, из каких стран и регионов России они обычно приезжают?

Ответ:

12. Ваше мнение, нужны ли городу Калининграду креативные пространства?
- Да
 - Нет

13. Обоснуйте, пожалуйста, Ваш предыдущий ответ

Ответ:

Приложение 5. Таблицы

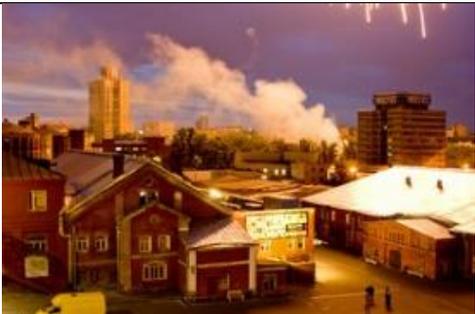
Таблица 1. Характеристика типов креативных пространств. Составлена автором.

Тип	Краткая характеристика	Создатель	Год создания	Страна создания	Развитие в мире
Лофт	Переоборудованное помещение заброшенной фабрики, другого здания промышленного назначения.	Энди Уорхол	1962	США	Германия, Швеция, Россия, Великобритания
Центры современного искусства	музейно-выставочная и научно-исследовательская организация, деятельность которой направлена на развитие современного отечественного искусства	Альфред Барр	1929	США	Великобритания, США, Франция, Катар, Россия, Мексика, Канада, Германия
Коворкинг	Отдельное пространство для совместной, но независимой работы	Брэд Ньюберг	2005	США	Великобритания, Германия, Россия
Антикафе	заведение в котором посетители платят только за время, проведенное в нем, а в эту стоимость безлимитно включены напитки и угощения	Иван Митин	2010	Россия	Россия, Чехия, Словакия, Франция, Англия, США

Таблица 2. Основные креативные пространства Москвы. Составлена автором.

Материал взят с сайта <http://mediahubble.ru/>

Название, адрес	Краткая характеристика	Фото
<p>ArtPlay, ул. Нижняя Сыромятническая, 10</p>	<p>Центр дизайна ArtPlay известен как один из первых творческих кластеров Москвы — «квартал дизайнеров и архитекторов». Сейчас занимает целый квартал площадью в 75 000 кв. м. На территории кластера расположены около трехсот компаний – представителей архитектурного рынка: собственно архитекторов, дизайнеров, проектировщиков, инженеров, поставщиков материалов и оборудования. С ними соседствуют галереи, мастерские художников, книжные магазины и кинотеатр. Отдельное направление деятельности ArtPlay связано с реализацией масштабных культурно-выставочных проектов, в том числе международных.</p>	 <p>Источник: http://www.artplay.ru/</p>
<p>Красный Октябрь, Берсеневская наб, 6</p>	<p>Бывшее творческое пространство АРТСтрелка. В 2009 году у территории сменился владелец, а значит и формат. Сегодня в числе арендаторов редакция журнала «Большой город», Slon.ru, Фотогалерея им. братьев Люмьер, некоммерческий проект институт медиа, архитектуры и дизайна Strelka, центр DigitalOctober. На территории</p>	 <p>Источник: http://www.artstrelka.ru/</p>

	<p>бывшей шоколадной фабрики открыта масса выставочных пространств.</p>	
<p>Флакон, ул. Большая Новодмитровская, 36</p>	<p>Флакон — это творческий кластер, направленный на развитие и поддержку самого широкого круга проектов в области актуальных форм творчества, уличного искусства и гражданских активностей.</p> <p>Следуя своему главному принципу “Творите, что хотите!”, пространство дизайн-завода привлекло лучшие компании, обустроившие свои офисы так, как не позволил бы ни один бизнес-комплекс в его привычном понимании. Помимо стандартной сдачи офисов индустриального толка «Флакон» предлагает услуги коворкинга. На территории арт-кластера регулярно проходят публичные мероприятия: кинопоказы, лекции, фестивали и конкурсы.</p>	 <p>Источник: http://flacon.ru/</p>
<p>Винзавод, 4-й Сыромятнический пер.,1</p>	<p>Центр современного искусства «Винзавод» – «галерейный» район Москвы. Творческий кластер находится на территории бывшего винного завода, представляет собой комплекс из семи промышленных построек XIX века. На территории в 20 000 кв. столько всего, что в «Винзаводе» можно жить, и каждый день открывать для себя что-то новое: смотреть кино,</p>	 <p>Источник: http://www.winzavod.ru/</p>

	<p>ходить на концерты и лекции, принимать участие в фестивалях</p>	
<p>ЗИЛ, ул. Восточная, 4/1</p>	<p>Культурный центр ЗИЛ – первый и самый большой дворец культуры в Москве, с уникальными площадками, студиями и кружками. Сегодня он преобразуется в центр современной городской культуры, сохраняя то лучшее, что появилось здесь в предыдущие десятилетия, и открывая новые пути развития.</p> <p>Деятельность Центра сосредоточена на пяти основных направлениях: творческое развитие, исполнительские искусства, лекторий, общественный центр (библиотека) и танцевальные программы.</p>	 <p>Источник: http://zilcc.ru/</p>
<p>DI Telegraph, ул. Тверская, 7</p>	<p>DI Telegraph – многофункциональное пространство в самом центре Москвы. Место, где создаются прогрессивные IT-проекты и проводятся самые значимые конференции и образовательные события для передовых творческих и технологических сообществ. DI Telegraph состоит из четырех рабочих зон: большого конференц-зала, коворкинга и двух переговорных комнат.</p>	 <p>Источник: http://ditelegraph.com/</p>

<p>ART Фабрика, Переведеновский пер.,18</p>	<p>Проект середины 2000-х – «Фабрика» – существует до сих пор. Если другие московские кластеры специализируются, в основном, в области визуальных искусств, (галереи, архитектура, дизайн), тона «Фабрике» получили развитие исполнительские искусства. Все началось с того, что на фабрику по производству деловых бумаг на Бауманской, въехало Московское агентство театров танца ЦЕХ, появилось несколько сценических пространств. Позже здесь стали работать фотографы, небольшие издательства, кинодокументалисты. Получился творческий кластер широкого профиля.</p>	 <p>Источник: http://afabrica.ru/</p>
---	--	---

Таблица 3. Основные креативные пространства Санкт-Петербурга. Составлена автором. Материал взят с сайта <http://mediahubble.ru/>

Название, адрес	Краткая характеристика	Фото
<p>ТКАЧИ, наб. Обводного канала, 60</p>	<p>Креативное пространство «Ткачи» — многофункциональный центр для культуры, образования, работы и отдыха, самый большой креативный лофт в Петербурге общей площадью 13000 кв. м. Создан в реконструированном здании бывшей прядильно-ткацкой фабрики им. Петра Анисимова. Сегодня в «Ткачах» проходят выставки, мастер-классы, арт-мероприятия для</p>	 <p>Источник: http://www.tkachi.com/</p>

	<p>взрослых и детей. Пространства кластера сдаются в аренду для работы и творчества. На 5 этаже расположено мультифункциональное выставочное пространство, площадью 1000 кв.м., на котором реализуются проекты, связанные с искусством, модой, образованием и музыкой.</p>	
<p>Лофт Проект ЭТАЖИ, Лиговский проспект, 74</p>	<p>Культурный центр Лофт Проект ЭТАЖИ — пионер лофт-дизайна и одно из крупнейших выставочных пространств в Санкт-Петербурге. С 2007 года центр занимает площадь бывшего хлебозавода на Лиговском пр., 74. На сегодняшний день на территории в 3000 квадратных метров находятся 2 галереи современного искусства, 4 выставочных пространства, Кофейня Зеленая Комната, открытая крыша и Локейшн Хостел. Актуальные экспозиции на площадках Лофт Проекта ЭТАЖИ соседствуют с обширной событийной программой, в которую входят серии лекций и дискуссий по искусству и дизайну, кинопоказы, театральные события, занятия теорией и практикой кураторства, мастер-классы для детей.</p>	 <p>Источник: http://www.loftprojectetagi.ru/</p>

<p>Новая Голландия, наб. Адмиралтейского канала, 2</p>	<p>Арт-пространство «Новая Голландия» – деловой и культурный центр на территории одноименного промышленного острова. Проект реализован в 2012 году после первой реконструкции.</p> <p>Свободная от исторических зданий территория острова летом трансформируется в открытое пространство парка с программой культурных и образовательных мероприятий. Здесь работает галерея, библиотека, проходят лекции, мастер-классы и утренние занятия йогой, на территории также есть коворкинг.</p>	 <p>Источник: https://vk.com/newhollandsp</p>
<p>Пушкинская-10, ул. Пушкинская, 10</p>	<p>Работает с 1989 года, когда образовалась организация независимых художников, музыкантов. За 24 года творческой деятельности «Пушкинская-10» приобрел международную известность.</p> <p>Арт-центр регулярно представляет отечественное современное искусство на международных художественных выставках и фестивалях. Кластер расположен в четырех флигелях. На их территории находится несколько галерей, театры, арт-проекты, студии.</p>	 <p>Источник: http://www.p-10.ru/</p>

<p>Та́йга, Дворцовая наб.,20</p>	<p>Пространство Та́йга — это экспериментальная платформа, объединившая молодых профессионалов в различных областях креативной индустрии для совместной работы и творчества. Оно находится в старинном особняке на Дворцовой площади.</p> <p>В «Тайге» три этажа и цоколь. Сегодня здесь располагаются различные студии, шоу-румы, бюро, мастерские, книжный магазин, швейный цех и многое другое. Центр «Тайги» – Белый зал и примыкающая к нему Синяя гостиная. Здесь проводятся выставки, фестивали, фото- и киносъёмки, лекции, презентации, дефиле, и концерты музыкантов. В теплое время резиденты и гости Тайги любят проводить время во дворе особняка.</p>	 <p>Источник: http://taiga.space/</p>
<p>Табурет, Невский пр., 74</p>	<p>Пространство «Табурет» — место для совместной работы дружественных проектов, творчества и обучения. Это весьма уютное место находится на пересечении Невского и Литейного проспектов по адресу Невский, 74.</p> <p>Здесь проводят фотосъёмки, встречи и обсуждения – во имя создания новых идей и проектов, проходят открытые лекции и занятия курсов в области дизайна</p>	 <p>Источник: https://vk.com/tabouret_space</p>

	и медиа, тематические кинопоказы и акустические концерты. Работает хостел.	
--	--	--

Таблица 4. Количество турфирм с 2005-2014 гг.

Источник: Данные взяты с статистического сайта «Калининградстат» (<http://www.kaliningrad.gks.ru/>).

Число туристских фирм(на конец года)	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	35	87	81	90	92	111
В том числе занимались:						
Туроператорской деятельностью	18	34	9	6	4	7
Туроператорской и турагентской деятельностью	-	-	33	38	35	35
Турагентской деятельностью	10	43	37	45	52	64
Только продвижением туров	5	-	-	-	-	-
Иной туристской деятельностью	2	5	-	-	-	-
Только экскурсионной деятельностью	-	5	2	1	1	5
Средняя численность работников туристских фирм	228	477	482	447	470	516

Таблица 5. Количество туристов, посетивших Калининград, тыс. чел.

Источник: Данные взяты с статистического сайта «Калининградстат» (<http://www.kaliningrad.gks.ru/>).

Годы	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Количество туристов(тыс.чел)	315	416	280	294	315	333	470	510	560

Таблица 6. Потенциальная емкость города и окрестностей по приему гостей, тыс. чел.

Источник: Данные взяты с статистического сайта «Калининградстат» (<http://www.kaliningrad.gks.ru/>).

Годы	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Количество гостей, тыс. чел	400	416	416	473	494	522	561	591	620

Таблица 7. Численность лиц, размещенных в гостиницах, по целям поездок.

Источник: Данные взяты с статистического сайта «Калининградстат» (<http://www.kaliningrad.gks.ru/>).

Годы	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	121422	149210	238696	224706	330321
Личные цели:	47510	89525	147505	136922	204138
В том числе					
Отпуск, досуг, отдых	21070	65312	102629	87265	113757
Образование и профподготовка	5781	1142	5799	14154	13306
Оздоровительные процедуры	246	282	419	1510	345
прочие	20413	22789	38658	33993	76730
Деловые и профессиональные	73912	59685	91191	87784	126183

Таблица 8. Количество русских туристов, размещенных в гостиницах г. Калининграда.

Источник: Данные взяты с статистического сайта «Калининградстат» (<http://www.kaliningrad.gks.ru/>).

Годы	2010	2011	2012	2013	2014
Количество русских туристов, размещенных в гостиницах	94481	113343	185945	176035	254654

Таблица 9. Количество иностранных туристов, размещенных в гостиницах г. Калининграда.

Источник: Данные взяты с статистического сайта «Калининградстат» (<http://www.kaliningrad.gks.ru/>).

Страны СНГ						Другие страны (кроме СНГ)				
Годы	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Количество туристов	7084	3875	12085	14087	18995	19857	31992	40666	34584	56672

Таблица 10. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Пол респондентов. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Мужской	45	45%
Женский	55	55%

Таблица 11. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Возраст респондентов. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
15-25 лет	32	32%
25-35 лет	40	40%
35-45 лет	19	19%
45-55 лет	6	6%
55-65 лет	3	3%

Таблица 12. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Образование респондентов. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Неполное среднее	7	7%
Среднее	5	5%
Среднее профессиональное	14	14%
Неполное высшее	14	14%
Высшее	60	60%

Таблица 13. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Осведомленность респондентов о значении термина «креативное пространство». Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Осведомлены	88	88%
Не осведомлены	12	12%

Таблица 14. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Осведомленность о существовании креативных пространств в г. Калининграде. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Осведомлены	90	90%
Не осведомлены	10	10%

Таблица 15. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Осведомленность о существовании ряда креативных пространств. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Арт-пространство «Ворота»	80	80%
Арт-пространство «Квартира»	71	71%
Антикафе «Сухомятка»	55	55%
Творческая мастерская «Альтернатива»	37	37%
Креативное пространство «Катарсис»	45	45%
Другие антикафе	21	21%
Никакие не известны	5	5%

Таблица 16. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Информация о посещении респондентами креативных пространств. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Посещают	84	84%
Не посещают	16	16%

Таблица 17. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Частота посещения креативных пространств респондентами. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Редко (реже раза в неделю)	43	43,4%
Раз в месяц	36	36,4%
Раз в неделю	9	9,1%
Часто (чаще раза в неделю)	11	11,1%

Таблица 18. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Цель посещения креативных пространств. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Работа	24	24,5%
Отдых	74	75,5%
Посещение мероприятий	63	64,3%
Участие в мероприятиях	27	27,7%

Таблица 19. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Осведомленность о посещении креативных пространств туристами. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Осведомлены	55	55,6%
Не осведомлены	44	44,4%

Таблица 20. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Мнение респондентов о необходимости креативных пространств в городе Калининграде. Составлено автором.

Вариант ответа	Ответ	Доля
Нужны	91	91%
Не нужны	2	2%
Затрудняюсь ответить	7	7%

Приложение 6. Графики

График 1. Количество туристов, посетивший Калининград, тыс. человек. Выполнено автором на основе Таблицы 5.



Приложение 7. Диаграммы

Диаграмма 1. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Пол респондентов. Составлено автором.



Диаграмма 2. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Возраст респондентов. Составлено автором.

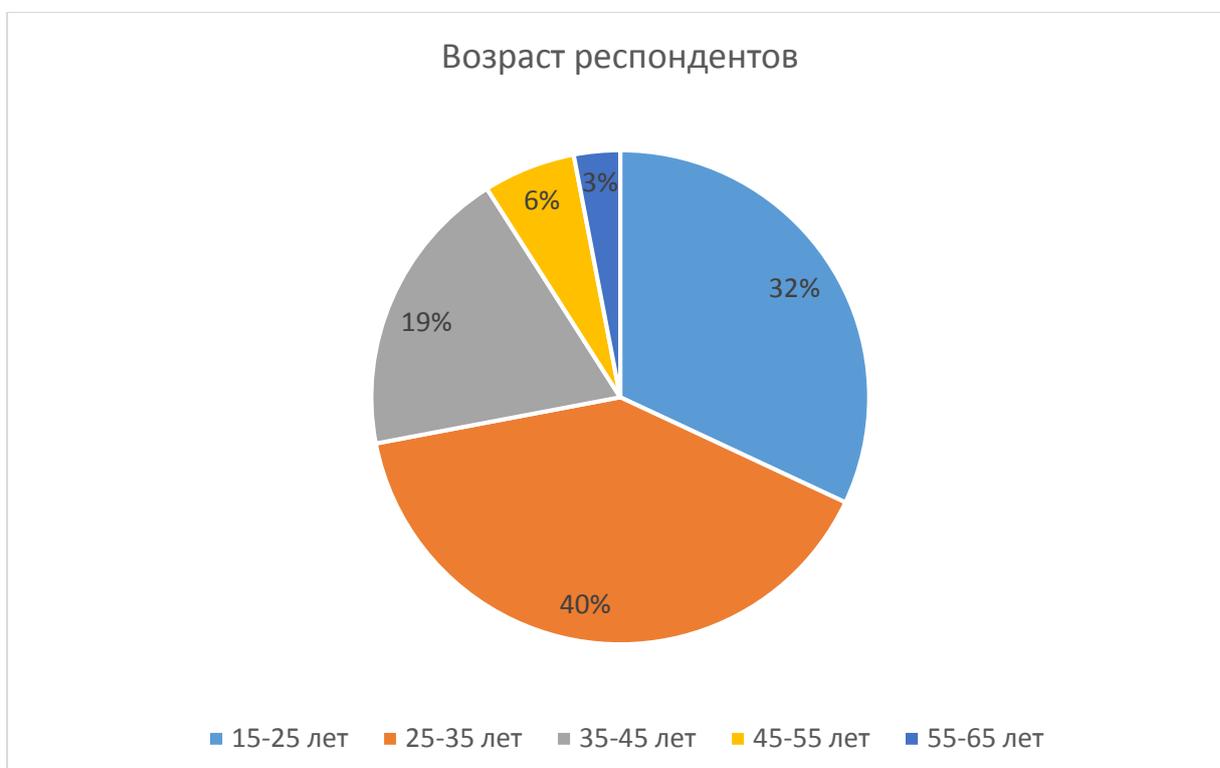


Диаграмма 3. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Образование респондентов. Составлено автором.



Диаграмма 4. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Осведомленность респондентов о значении термина «креативное пространство». Составлено автором.



Диаграмма 5. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Осведомленность о существовании креативных пространств в г. Калининграде. Составлено автором.



Диаграмма 6. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Осведомленность о существовании ряда креативных пространств. Составлено автором.

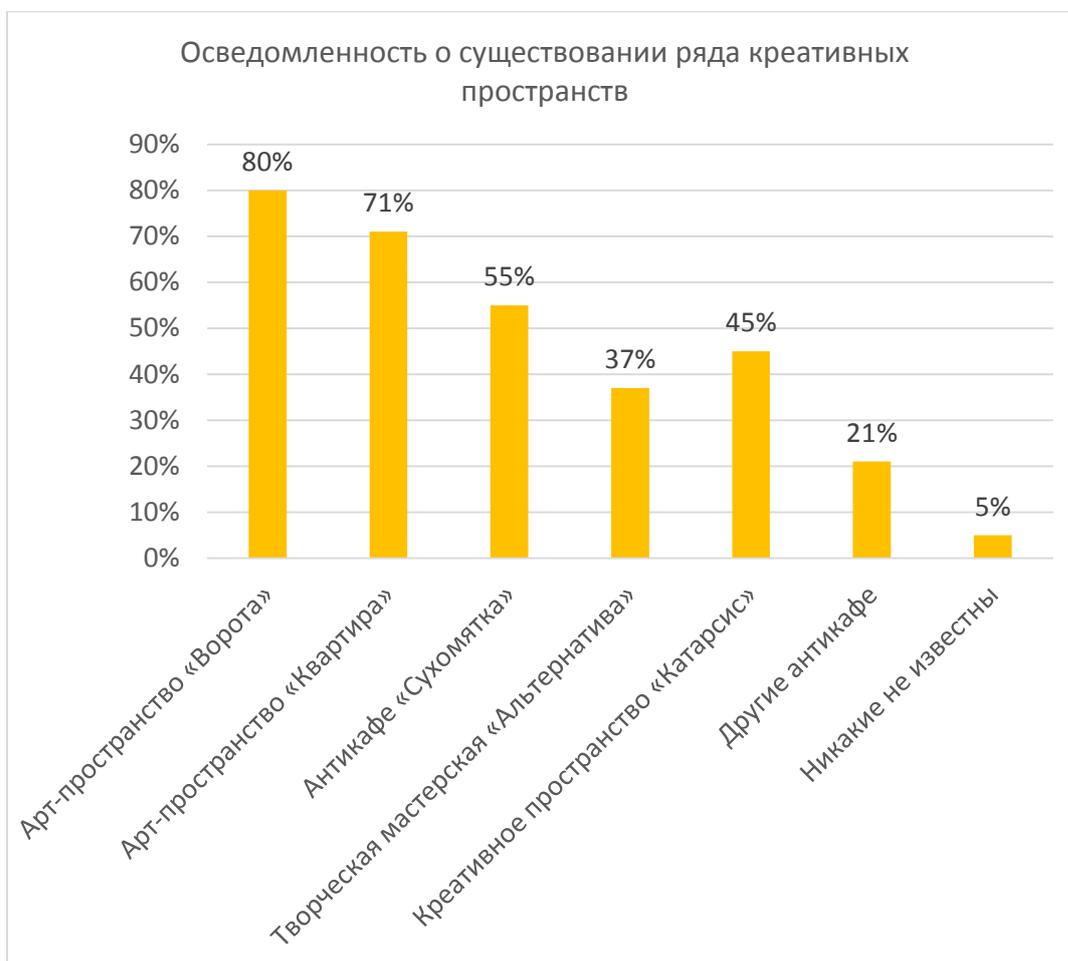


Диаграмма 7. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Информация о посещении респондентами креативных пространств. Составлено автором.

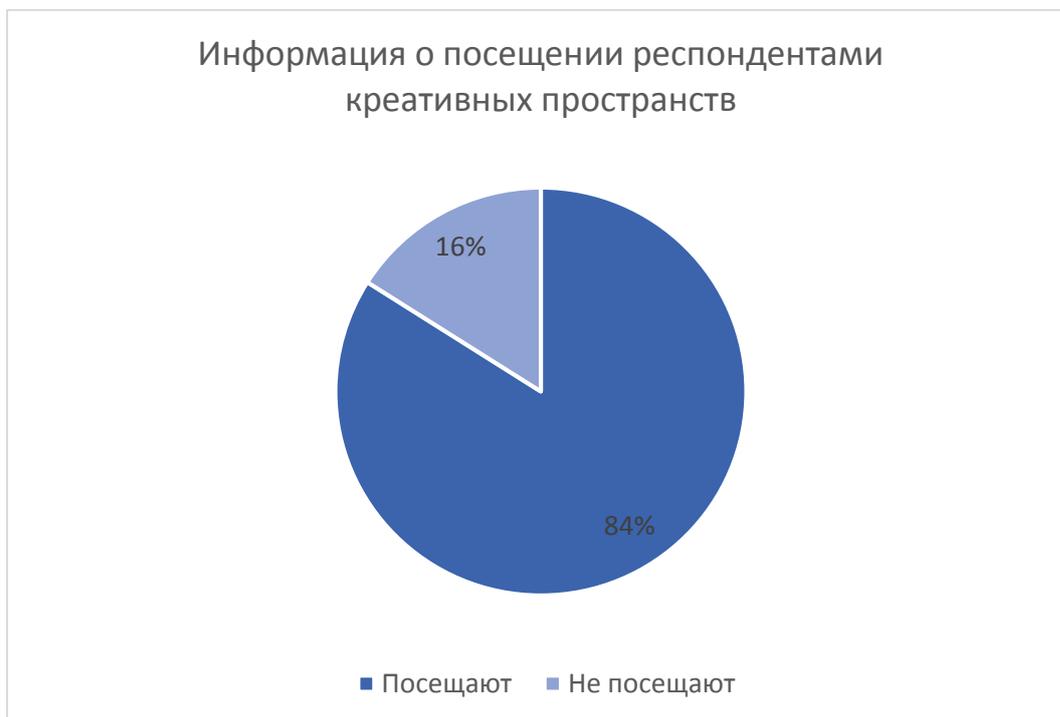


Диаграмма 8. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Частота посещения креативных пространств респондентами. Составлено автором.

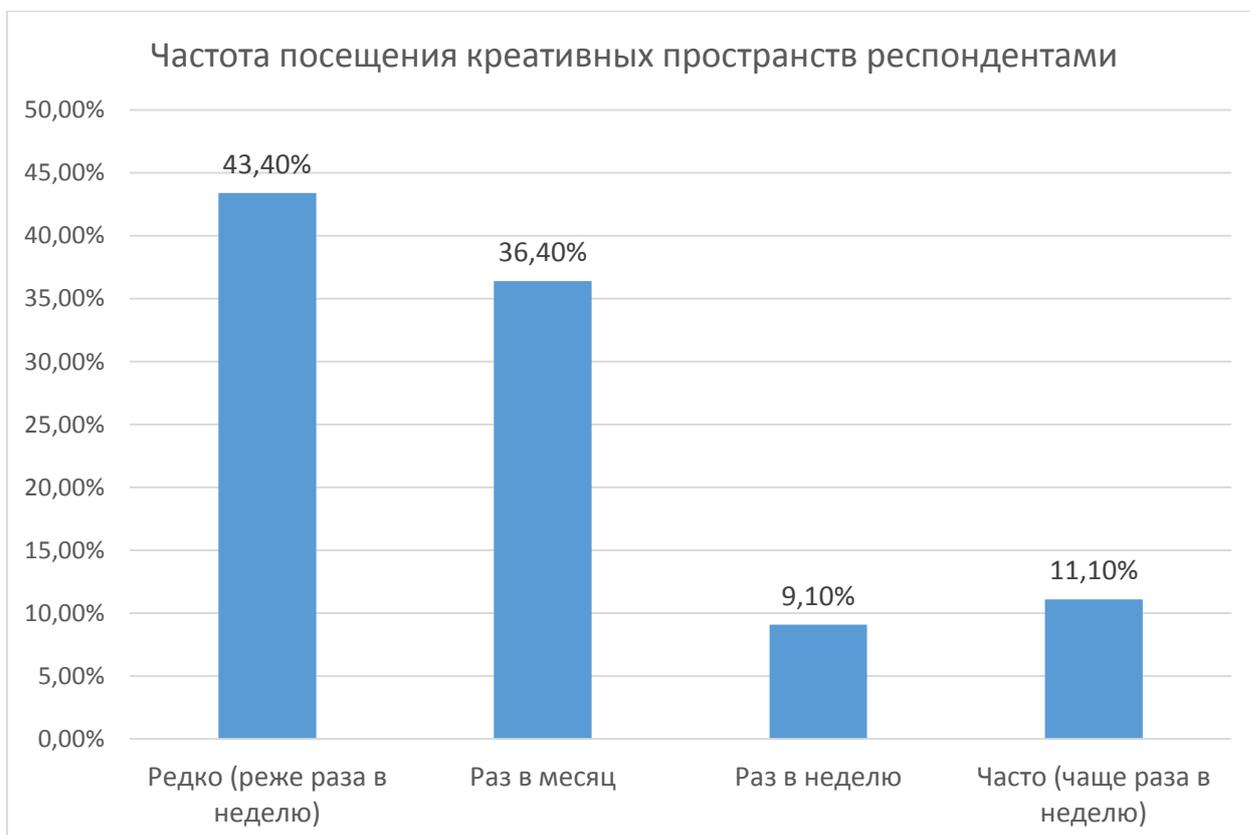


Диаграмма 9. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Цель посещения креативных пространств. Составлено автором.

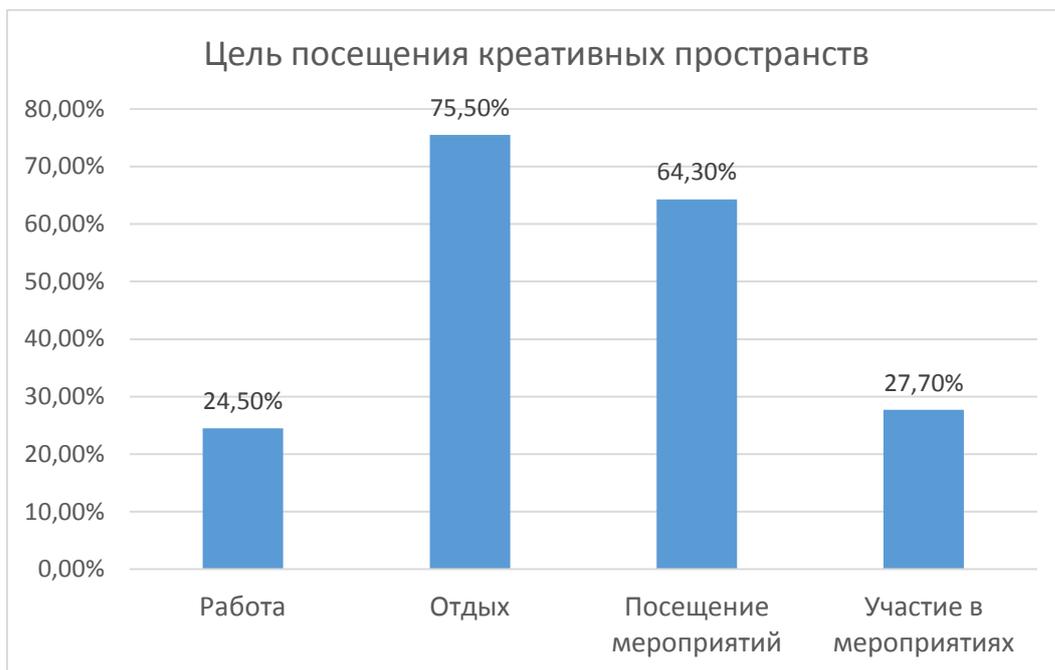


Диаграмма 10. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Осведомленность о посещении креативных пространств туристами. Составлено автором.

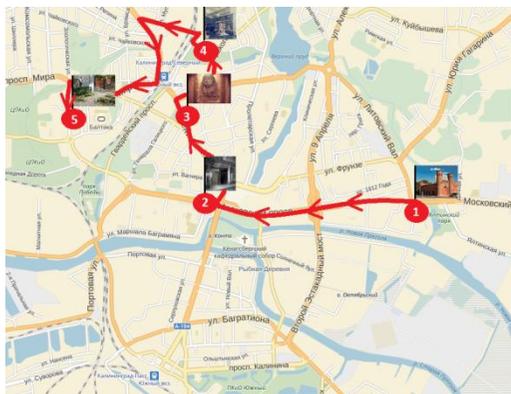


Диаграмма 11. Данные социального опроса среди жителей г. Калининграда на тему «Креативные пространства в жизни города». Мнение респондентов о необходимости креативных пространств в городе Калининграде. Составлено автором.



Приложение 8. Буклет

Рекламный туристский буклет «Креативные пространства Калининграда». Разработан автором.



Маршрут экскурсии «Креативные пространства Калининграда»

Перед Вами маршрут экскурсии по креативным пространствам Калининграда. За время пути мы:

- ✓ Посетим пять объектов;
- ✓ Пройдем почти семь километров!
- ✓ Узнаем, что такое креативное пространство;
- ✓ Выясним, кто был самым первым основателем креативного пространства;
- ✓ Познакомимся с интересными людьми;
- ✓ Почувствуем себя творцами!
- ✓ Попробуем отменный кофе и закуски!

Об экскурсии

Экскурсия является пешеходной и длится около четырех часов, в зависимости от времени пребывания в каждом креативном пространстве.

Место сбора экскурсионной группы: ул. Литовский вал, д.63, Захаймские ворота, главный вход арт-пространства «Ворота».



КРЕАТИВНЫЕ
ПРОСТРАНСТВА
КАЛИНИНГРАДА

КРЕАТИВНЫЕ
ПРОСТРАНСТВА
КАЛИНИНГРАДА



Экскурсия, которая вдохновляет...
Предлагаем Вашему вниманию новую тематическую экскурсию по креативным пространствам Калининграда!
Мы поможем заново взглянуть на Калининград. Вы узнаете, что такое креативные пространства, посетите самые интересные из них, такие как арт-пространство «Ворота», творческая мастерская «Альтернатива» и др., познакомитесь с их кураторами, увидите актуальное искусство, услышите лекции знаменитых людей, примете участие в мастер-классе по созданию собственного шедевра.
Гарантировано полное погружение в творческую атмосферу, полезная информация и незабываемые впечатления!

Креативные пространства в Калининграде появились не так давно, однако у них уже есть своя аудитория. Креативные пространства стали излюбленными местами посещения горожан и туристов.

По мнению жителей Калининграда, креативные пространства позволяют развиваться интеллектуальной духовно, пробуждать в себе творческие начала, проявить себя, получать интересный интеллектуальный отдых, знакомиться с современной культурой города.

Творчество - это то, что нас вдохновляет, наполняет нашу жизнь, Без творчества самореализация не возможна. В наших пространствах творчество - основная идея, развитие и движение. Это места, где оживает город и человек.



Арт-пространство «Ворота»

Экскурсия охватывает основные креативные пространства города. Это и «Ворота» с их трепетной любовью к актуальному искусству(1), это творческая мастерская «Альтернатива», собравшая воедино таланты со всего города(2). Это и антикафе «Сухомятка» с его веселыми настольными играми, кофе и печеньками(3), и «Катарсис» - настоящий рай для книголюбов(4)! А еще это душевная, уютная «Квартира»(5), где можно укрыться теплым пледом с вкуснейшим горячим шоколадом и слушать Джо Уильямса или смотреть фильмы Антониони...

