

УДК 316.334.56 ББК 60.546.21

Попкова Алена Анатольевна –
кандидат социол. наук,
Тюменский индустриальный университет,
г. Тюмень
e-mail: apopkova@yandex.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ И ИХ РОЛИ В РАЗВИТИИ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА ТЮМЕНИ

Ключевые слова: городское пространство, сообщество, креативные индустрии

В современных условиях уровень креативные территориальные пространства и индустрии являются неотъемлемой частью развития современного городского пространства. Современный город приобретает новые черты и системные условия развития, важным из которых является формирование общих пространств, обеспечивающих формирование новых идей, сообществ, технологий и продуктов, определяющих модернизацию экономических и социальных процессов.

В городе Тюмени интуитивно стали формироваться элементы креативной индустрии. Но их проявления носили бессистемный разрозненный характер. Представители креативной индустрии стали искать формы проявления, механизмы взаимодействия, способы трансформации увлечений в продукт, востребованный и конкурентоспособный в городе, регионе, стране. В этих условиях сформировалась потребность в организационно-методических механизмах, способствующих проявлению представителей креативных индустрий в городской среде, формированию креативных сообществ и пространств.

С целью оценки вовлечения представителей креативных индустрий в формирование и развитие городского пространства Тюмени было проведено социологическое исследование. В качестве объекта исследования выступили представители креативных индустрий г. Тюмени. В качестве методов исследования использовались вторичный анализ результатов социологических исследований креативных индустрий Тюмени (КИТ), опрос (анкетирование) представителей КИТ (выборка 150 респондентов, тип выборки - сплошная), наблюдение.

В результате проведенного исследования выявилось, что в городе Тюмени развитие креативных индустрий наблюдается в различных направлениях. Наиболее активно проявляют себя представители арта и дизайна. Отличительным свойством креативной индустрии от традиционной является комплексирование различных направлений деятельности для производства

креативного продукта. Это подтверждается и результатами исследования, около 60% респондентов не смогли однозначно отнести себя к какому-либо одному виду деятельности и выбрали несколько вариантов ответов. Чаще всего комплексуются такие направления, как мода, дизайн, арт. В структуре представительства креативных индустрий Тюмени выделяется сообщество архитекторов. Они не выделяются в традиционной типологии креативных индустрий, поэтому они обозначали себя в категории «другое». Доля архитекторов в совокупности респондентов составляет около 12%. Развитие молодежных театров в Тюмени спровоцировало представительство в креативном сообществе молодых театральных деятелей (они также обозначили себя в категории «другое») – около 3% респондентов. В категории «другое» также заявляли себя фотографы, представители сферы образования и науки, АйТи, хореографы, пиарщики.

Основной целью деятельности представителей креативных сообществ является реализация себя и своих идей. Респонденты ассоциируют себя с креативным сообществом, определяют своим личным качеством – креативность. При этом они не стремятся к автономии, наоборот, стараются в своей деятельности найти единомышленников и совместно продвигать свои идеи, чтобы возможно в конечном итоге получать от их реализации доход.

На современном этапе получение дохода от креативной деятельности видят целью только $\frac{1}{4}$ часть представителей креативных индустрий. Это свидетельствует о зарождении условий трансформации креативных творческих индустрий Тюмени в реальный кластер креативной экономики города.

Пространственные ориентиры деятельности креативных индустрий Тюмени на сегодняшний день ограничены в основном пределами города. Это деятельностное пространство не совпадает со стремлениями представителей креативных сообществ. Они стремятся выйти в масштабе своей деятельности за его пределы на региональный, окружной или страновой уровни. Около 20% стремятся к выведению своей деятельности на международный уровень. $\frac{1}{5}$ респондентов определяют масштаб своей деятельности своим городом, не стремятся к его расширению, ориентируют результаты своей деятельности на потребности городского сообщества.

Большинство представителей креативных сообществ хотят максимально расширить границы масштаба своей деятельности, территорию продвижения своих идей, рынок креативного продукта. В этих условиях в городе Тюмени в перспективе может сформироваться одно из ядер креативной экономики национального масштаба. В связи с этим, чтобы сохранить креативный потенциал на территории города, необходимо продолжать формировать благоприятные условия развития креативных сообществ, креативных пространств.

Анализ характеристик деятельности представителей креативных сообществ показал, что большинство имеют свободный график работы, работают не одни, а в проектной команде, активно формируют связи для продвижения своих идей, фрилансеры.

Результаты исследования показывают, что для большинства респондентов креативная деятельность не является основным источником дохода, они не заняты ей постоянно и имеют основной доход не от нее, а чаще всего от другого, не смежного вида деятельности. Они не заняты полный рабочий день и, следовательно, имеют временной ресурс для развития креативной деятельности.

Оценка респондентами инфраструктуры, способствующей развитию КИТ выше среднего – 3,6. Конференц-залы, переговорные площадки, как элементы инфраструктуры, развиты в городе даже больше необходимых потребностей представителей креативных сообществ. По мнению респондентов эту инфраструктуру развивать уже не нужно в городском пространстве.

У представителей КИТ существует потребность в мастерских, современных образовательных площадях, выставочных помещениях, коворкингах, репетиционных залах, территориях и площадках для взаимодействия. В большинстве своем, современная инфраструктура городского пространства Тюмени не соответствует потребностям креативных сообществ и требует конструктивного преобразования. Коммуникативная среда города развита, по мнению респондентов, немного лучше, чем инфраструктурная, средняя оценка – 3,7. Но у креативных сообществ и нет особой потребности к развитию ее в перспективе. Представители КИТ определяют необходимость активизации взаимодействия с органами власти, бизнесом, учреждениям культуры и другими творческими сообществами, так как эти коммуникации, их стабильное наличие позволят сформировать устойчивую благоприятную среду развития креативных индустрий, возможности их трансформации в реальный кластер креативной экономики. Без поддержки бизнеса, органов власти местного и регионального уровня, без конструктивного и созидательного взаимодействия внутри самих сообществ развитие КИТ не обеспечит реализацию стратегических задач развития городского пространства.

Невысокая оценка состояния инфраструктурного и коммуникативного пространств определили характеристику городской среды Тюмени в целом. Сегодня городская среда Тюмени, по мнению респондентов, недостаточно развита для активизации креативных сообществ, но проводимые мероприятия формируют тренд перемен к лучшему.

Изменение городской среды происходит усилиями различных субъектов городского пространства: органов власти, учреждений различной направленности, бизнеса, сообществ (молодежных, профессиональных,

социокультурных, политических и др.). Креативные сообщества являются полноправными субъектами развития городского пространства. Они осознают свою субъектную роль и готовы ее реализовывать, если необходимо объединяться для этого с другими сообществами.

Представители креативных индустрий готовы вступать во взаимодействие, формировать команды, работать над созданием креативных продуктов в условиях доступного, современного креативного, интересного, свободного и открытого городского пространства. В городе уже имеются характеристики необходимые для формирования зачатков развития основ креативных индустрий, соответственно нужны условия их сохранения и площадки, пространственные точки роста притягивающие и формирующие креативные сообщества.

Для определения влияния условий городской среды на развитие креативных индустрий в рамках исследования были выявлены территориальные места дислокации представителей КИТ.

Анализ локализации представителей КИТ показывает, что в городе Тюмени сформировалась два основных ареала локализации – центральный и восточный. Самый большой ареал Центральный, соответственно именно там необходимо формировать первичную точку притяжения – креативное функциональное пространство. Это обосновывает правильный выбор здания бывшей конторы пароходства для реализации этой цели.

Таким образом, проведенный опрос показал, что в Тюмени существует креативное сообщество. Основу его составляют представители индустрии моды, дизайна, арт. Представители КИТ чаще всего комплексируют в себе несколько направлений деятельности. Они готовы развивать взаимодействие, искать единомышленников для продвижения своих идей. Сегодня городская среда Тюмени не совсем отвечает их потребностям: недостаточна развита инфраструктура, слабое взаимодействие с другими субъектами городского пространства. Несмотря на это, большинство из них рассматривает Тюмень как пространство для развития, территорию, которая формирует возможности для расширения масштаба своей деятельности. В этих условиях креативные сообщества готовы сами выступать ресурсом формирования нового доступного, открытого, креативного пространства города.

Список литературы:

Kostko N., Rudenko D., Popkova A. Quality of life mapping for better social planning in Tyumen city, Russia // В сборнике: International Multidisciplinary Scientific GeoConference Surveying Geology and Mining Ecology Management, SGEM 15th. 2015. С. 1063-1070.