

О.Н. Пряжникова*

КРЕАТИВНЫЙ ТУРИЗМ И МАЛЫЕ СООБЩЕСТВА

Рецензия на книгу:

Creative Tourism in Smaller Communities:
Place, Culture, and Local Representation / K. Scherf (ed). – Calgary :
University of Calgary Press, 2021. – 318 p.

Аннотация. Рассматриваемая монография посвящена вопросам развития креативного туризма в малых сообществах. В ней обсуждаются направления сотрудничества разных заинтересованных сторон и использования местного наследия при реализации инициатив в сфере креативного туризма, способствующих устойчивому культурному и экономическому развитию малых сообществ.

Ключевые слова: креативный туризм; малые сообщества; плейсмейкинг; репрезентация территорий; устойчивое развитие.

Для цитирования: Пряжникова О.Н. Креативный туризм и малые сообщества // Экономические и социальные проблемы России. – 2023. – № 4. – С. 177–183. – Рецензия на книгу: Creative Tourism in Smaller Communities: Place, Culture, and Local Representation / K. Scherf (ed). – Calgary : University of Calgary Press, 2021. – 318 p.

O.N. Pryazhnikova

Creative tourism and smaller communities

**The book review: Creative Tourism in Smaller Communities:
Place, Culture, and Local Representation / K. Scherf (ed)**

Abstract. The reviewed book is devoted to the development of creative tourism in smaller communities. It explores the themes of different stakeholders collaboration

* **Пряжникова Ольга Николаевна**, научный сотрудник Отдела экономики Института научной информации по общественным наукам РАН (Москва, Россия). E-mail: olga.priazhnikova@inion.ru

Pryazhnikova Olga, Researcher of the Department of Economics, Institute of Scientific Information for Social Sciences, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia). E-mail: olga.priazhnikova@inion.ru

and the incorporation of local heritage in creative tourism initiatives that promote sustainable cultural and economic development of smaller communities.

Keywords: creative tourism; smaller communities; placemaking; representation of territories; sustainable development.

For citation: Pryazhnikova O.N. Creative tourism and smaller communities. The book review: Creative tourism in smaller communities: place, culture, and local representation / K. Scherf (ed) // Economic and Social Problems of Russia. – 2023. – N 4. – P. 177–183.

Введение

Коллективная монография «Креативный туризм в малых сообществах: место, культура и репрезентация территорий» вышла в издательстве Университета Калгари (Канада) в рамках серии «Исследования устойчивого развития малых городов в контексте местных сообществ и культурного взаимодействия»¹. Книга знакомит читателя с результатами изучения формальных и неформальных стратегий, которые реализуются в малых сообществах Канады и других стран мира (Португалия, ЮАР, Исландия, Великобритания, Италия, Дания, Швеция, Чехия, Финляндия) в сфере поддержки культуры и художественного самовыражения, гражданской активности и креативного обустройства территорий.

В издании представлены тематические исследования, посвященные анализу проблем и возможностей развития креативного туризма в небольших сообществах. Они освещают особенности туристических инициатив, имеющих конкретную местную привязку, а также дают картину мировых тенденций в области креативного туризма, преобладавших в 2016–2019 гг., в частности растущий в мире интерес к туризму в так называемые малые сообщества (smaller communities). Основываясь на результатах исследований, авторы монографии утверждают, что при условии применения хорошо скоординированных мер в рамках политики развития территорий, практики реализации инновационных инициатив креативного туризма способствуют экологической устойчивости, а также устойчивому социально-экономическому развитию.

Первое определение креативного туризма появилось в научной литературе в 2000 г. Исследователи Г. Ричардс и К. Рэймонд предложили рассматривать креативный туризм как опыт реализации туристами собственного творческого потенциала путем активного знакомства с социальными и культурными особенностями мест, которые они посещают, в том числе посредством активного обучения [Richards, Raymond, 2000]. Креативный туризм, таким образом, представляет собой практики развития творческих способностей туристов в результате контакта с местным населением и местной культурой [Richards, 2011].

¹ «Small cities sustainability studies in community and cultural engagement».

Позже определение понятия «креативный туризм» было сформулировано в докладе ЮНЕСКО по подготовке международной конференции, посвященной креативному туризму, которая состоялась в 2008 г. Согласно ему, креативный туризм – это путешествие с целью получения увлекательного и аутентичного опыта, изучения предметов искусства, исторического и культурного наследия, особого характера конкретного места (дестинации), а также осуществления связи с теми, кто проживает в этом месте и непосредственно формирует его «живую» культуру [Towards sustainable ... , 2006].

Авторы материалов, вошедших в коллективную монографию, рассматривают креативный туризм как часть культурного туризма, которому присущи следующие характеристики: 1) передача обусловленных местным культурным контекстом знаний туристу; 2) непосредственное участие туриста в деятельности, в которую включены или в основе которой лежат такие знания; 3) взаимодействие на основе сотрудничества; 4) получаемый опыт выходит за пределы обычного туристического опыта, так как вносит вклад в поддержание культурной устойчивости¹ принимающего сообщества [Creative tourism ... , 2021, p. 5].

Под малыми сообществами авторы понимают наименьшую по размеру географическую единицу (территорию), физические и концептуальные границы которой определяются локально обусловленным набором материальных и нематериальных культурных особенностей, включающих общую историю, наследие, ценности, традиции, обычаи и навыки членов сообщества. С точки зрения численности населения авторы опираются на определение малого города, принятое в Канаде, как места с населением менее 200 тыс. человек, а также нормы Евростата, относящие к малым и средним поселениям агломерации с населением 5–250 тыс. человек [Creative tourism ... , 2021, p. 5].

Анализируя практики сообществ в диапазоне от отдаленных сельских населенных пунктов до городских поселений среднего размера, авторы исследований попытались ответить на вопрос: какими способами объединение креативных практик и местного туризма может содействовать устойчивому культурному развитию малых сообществ. В монографии предлагаются два основных подхода к развитию креативного туризма: поддержка участия различных заинтересованных лиц в иницилируемых малыми сообществами процессах плейсмейкинга² и планирования на местном уровне развития предприятий устойчивого креативного туризма,

¹ Под культурной устойчивостью понимают сохранение культурных традиций, культурных практик и наследия. – *Прим. рецензента.*

² Плейсмейкинг – это подход к обустройству мест общественного пользования, их облагораживанию и брендированию, а также к управлению и изменению имиджа этих мест, который предполагает участие местных жителей в проектировании пространств в соответствии с выполняемыми этим местом функциями [Ласточкина, 2021].

а также формирования креативной репрезентации привлекающего туристов места путем творческой реализации членов принимающего сообщества и творческого участия туристов.

Креативный туризм как сфера сотрудничества заинтересованных сторон

Ряд исследований, представленных в монографии, посвящены теме совместных действий различных заинтересованных сторон по формированию политики и планированию мер развития креативного туризма, которые не только способствуют созданию успешного туристического продукта, но также служат инструментом социального взаимодействия в рамках проектов плейсмейкинга и поддержки туристической сферы того или иного региона.

Н. Даксбери (N. Duxbury) рассматривает проект CREATOUR (Creative tourism destination development in small cities and rural areas)¹, который осуществлялся в Португалии в 2016–2019 гг. с целью перераспределить туристические потоки, исторически сконцентрированные на таких городах, как Порту, Алгарве и Лиссабон, а также построить устойчивый сектор креативного туризма. В качестве пилотных проектов были выбраны 40 инициатив в области креативного туризма, в частности связанные с интеграцией творческой туристической деятельности в фестивальные мероприятия и предприятия, специализирующиеся на производстве традиционных для конкретного малого сообщества продуктов. В разработке и реализации инициатив активно участвовали наряду с представителями органов местного самоуправления (муниципалитетами) члены местных сообществ, представленные как юридическими (ассоциации регионального развития), так и физическими лицами (предпринимателями, представителями местного населения). Эти проекты стали частью серии научно-прикладных исследований с участием ряда университетских научных центров, в рамках которой действовал консультативный совет, проводились конференции, встречи и семинары. В результате был реализован комплексный подход к разработке туристических продуктов, объединяющий опыт творческого самовыражения туристов и местных жителей. Это стало возможным благодаря сотрудничеству сторон, заинтересованных в устойчивом культурном и экономическом развитии малых сообществ, на базе своеобразной «научно-практической лаборатории» – площадки, на которой можно было делиться передовым опытом [Creative tourism ... , 2021, p. 39].

Дж. Аквино (J. Aquino) и Л. Бернс (L. Burns) демонстрируют в своем исследовании пример устойчивого, встроенного в местный контекст, предприятия креативного туризма – «Центра исландских тюленей», кото-

¹ Проект «Развитие дестинаций креативного туризма в малых городах и сельской местности».

рый был основан в 2005 г. группой жителей мелкого муниципального образования (население около 120 человек) на северо-востоке Исландии. В рамках этой инициативы был применен подход, предполагающий партнерство местного сообщества как социального и культурного субъекта с академическим сообществом для проведения исследований, необходимых для реализации проекта. Несмотря на отсутствие официальных регламентаций со стороны исландского правительства, малое сообщество смогло внедрить временный кодекс поведения при наблюдении за тюленями. Рассматривая результаты проекта, авторы подчеркивают тот факт, что партнерский подход к реализации инициатив креативного туризма имеет потенциал для совместного производства знаний и создания пользующегося успехом туристического продукта, а также укрепления социальных связей внутри сообщества, эффективного плейсмейкинга и оживления локальной экономики [Creative tourism ... , 2021, p. 168].

Исследование Дж. Драммонда (J. Drummond) и его коллег описывает пример проекта развития креативного туризма, который реализовывался по инициативе властей (подход сверху-вниз) и в котором не были достаточно использованы возможности сотрудничества с малыми сообществами. Речь идет о фестивале «Mahika Mahikeng Music and Cultural Festival», ежегодно проводимом властями ЮАР в целях продвижения местной культуры и поддержки креативной экономики и креативного туризма. Оценивая результаты проекта, авторы отмечают, что, на их взгляд, он «слишком укоренен» в местном культурном контексте. Фестиваль популярен, прежде всего, среди тех групп населения, которые изначально являются носителями данной местной культурной традиции. Поэтому в 2016 г. организаторы столкнулись с трудностями при привлечении к участию в мероприятии туристов из соседних стран, в частности Ботсваны и Намибии, хотя это было одной из первоначально поставленных целей [Creative tourism ... , 2021, p. 98]. Вместе с тем, по мнению 77% посетителей мероприятия, фестиваль получил признание с точки зрения создания и укрепления образа местной идентичности [Creative tourism ... , 2021, p. 104]. По результатам опроса авторы выявили наличие у местных жителей желания повлиять на организацию и ход фестиваля, а также их убежденность в том, что более коллаборативный подход пойдет на пользу фестивалю [Creative tourism ... , 2021, p. 105].

Искусство и художественное творчество как составляющие креативного туризма

Ряд глав рассматриваемой монографии раскрывают темы развития практик художественного творчества, которые предполагают участие в них туристов. Художественные произведения часто являются материальным выражением культурного наследия той или иной местности. Навыки и знания, необходимые для производства предметов художественного

мастерства, представляют собой нематериальные и эндогенные аспекты культуры, которые могут быть переданы посетителям (туристам). Практики художественного творчества, становясь частью отрасли креативного туризма, могут придать импульс воссозданию идентичности и внести вклад в репрезентацию того или иного местного сообщества.

Гастрономический туризм как практика получения творческого интерактивного кулинарного опыта является сегментом отрасли креативного туризма. С.Л. Слокам (S.L. Slocum) рассматривает гастрономический туризм как средство получить опыт приготовления еды и ее дегустации посредством сотрудничества разнообразных участников этого процесса. Кроме того, она позиционирует такой подход как наиболее полно раскрывающий потенциал развития креативного туризма в целом [Creative tourism ... , 2021, p. 192].

С.Л. Слокам предлагает обратить особое внимание акторов, заинтересованных в развитии гастрономического туризма, на возможности создания особых кластеров или «сетей активностей» (network of activities), включающих элементы культурного опыта на каждом этапе гастрономических мероприятий, раскрывая то, как кулинарные традиции переплетены с историей, наследием и самобытностью сообществ. Опыт, получаемый туристами совместно с представителями местных сообществ, позволяет более глубоко понять культуру, в которой возникли кулинарные традиции. Все это, в свою очередь, вносит вклад в устойчивое культурное развитие той или иной территории [Creative tourism ... , 2021, p. 204].

К. Смит (K. Smith), Дж. Андерсон (J. Anderson) и Дж. Морган (J. Morgan) рассматривают инновационный подход в виде внедрения элементов творческого взаимодействия с художественным наследием в практики креативного туризма. В представленном ими проекте «Литературный атлас: сюжеты англоязычных романов в Уэльсе» (Literary Atlas: Plotting English-Language Novels in Wales) было осуществлено так называемое картирование литературного творчества, а именно «привязка» двенадцати локаций и социальных пространств в Уэльсе к сюжетам литературных произведений. В рамках проекта используются цифровые технологии, с помощью которых туристы знакомятся с местным культурным наследием в интерпретации создателей романов, действие которых разворачивается в Уэльсе [Creative tourism ... , 2021, p. 211].

Авторы представленных в монографии исследований такой составляющей креативного туризма, как искусство и творческое взаимодействие, приходят к общему выводу: создание так называемых творческих сетей (кластеров), дающих возможность туристам получить опыт творчества в местном культурном контексте, способствуют росту социальных и культурных связей, большему ощущению членами сообщества «территориальной сплоченности» и принадлежности к местной культуре, а также в целом развитию территорий.

Заключение

Исследования, вошедшие в монографию, представляют интересные примеры развития креативного туризма в разных странах мира с акцентом на особенности его взаимоотношений с малыми сообществами. В качестве главных принципов, проходящих «красной нитью» через все главы книги, авторы выделяют: 1) важность реализации парадигмы сотрудничества различных заинтересованных сторон в ходе вовлечения культурного наследия в сферу туризма; 2) вклад креативного туризма в формирование образа той или иной локации; 3) значимость раскрытия потенциала малых сообществ при создании инфраструктуры креативного туризма и осуществления соответствующих инициатив по принципу «снизу-вверх».

Особую актуальность исследования возможностей развития креативного туризма в малых сообществах приобретают в свете возрастания в мире угроз пандемий и возникновения иных обстоятельств, ограничивающих потоки посетителей в традиционные центры массового туризма. Кроме того, такой вид туризма отвечает задачам развития внутристрановых туристических направлений, сохранению и популяризации культурного наследия (ремесел, народного искусства, музыки, литературы и повседневной творческой деятельности, встроенной в образ жизни малых сообществ).

С точки зрения будущих исследований важным аспектом изучения креативного туризма может стать тема так называемого креативного туриста, в том числе в российских реалиях. Интересно рассмотреть его образ с позиции гендерной принадлежности, уровня образования и доходов, мотивации обращения к креативному туризму. Результаты таких исследований помогут в определении характеристик адекватной инфраструктуры при реализации проектов в сфере креативного туризма.

Список литературы

1. Ласточкина О.С. Плейсмейкинг – подход для развития общественных пространств современных городов (Обзор зарубежного и российского опыта) // *Society and security insights*. – 2021. – № 2. – С. 89–105.
2. *Creative Tourism in Smaller Communities: Place, Culture, and Local Representation* / Ed. by K. Scherf. – Calgary : University of Calgary Press, 2021. – 318 p.
3. Richards G. Creativity and Tourism: The State of the Art // *Annals of tourism research*. – 2011. – Vol. 38, N 4. – P. 1225–1253.
4. Richards G., Raymond C. Creative Tourism // *ATLAS News*. – 2000. – URL: https://www.researchgate.net/publication/254822440_Creative_Tourism (дата обращения 18.08.2023).
5. Towards sustainable strategies for creative tourism. Discussion report of the Planning meeting for 2008 International conference on creative tourism / UNESCO. – 2006. – URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811> (дата обращения 13.08.2023).
6. *Tourism and culture synergies* / UNWTO. – Madrid, 2018. – 156 p. – URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978> (дата обращения 13.08.2023).

Статья получена: 20.08.2023

Одобрена к публикации: 30.09.2023