

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/336994>

Тип работы: Реферат

Предмет: Менеджмент социально-культурной сферы

Оглавление

Введение 3

Глава 1 Сущность и особенности организации креативных пространств 4

1.1 Сущность креативного пространства 4

1.2 Факторы создания креативного пространства 7

Глава 2 Анализ креативных пространств России 9

2.1 Изучение молодежного креативного пространства «SITETS» в Г. Санкт-Петербург 9

2.2 Центр современного искусства «Заря», Владивосток 12

2.3 Креативные пространства в Москве и Волгограде 13

Заключение 17

Список использованных источников 18

Введение

Важной частью города является культурная индустрия. Мировой опыт свидетельствует о том, что изменение общественных пространств, направленное на раскрытие их творческого потенциала (организация мест проведения фестивалей и ярмарок народного творчества и традиционных ремесел, мастер-классов, сезонных кинотеатров, концертных и выставочных площадок под открытым небом, развитие событийного туризма) становится актуальным подходом, позволяющим обеспечить активное участие местных сообществ в разработке общегородских стратегий. В качестве площадок для креативного развития часто используются существующие общественные пространства, зачастую обладающие уникальной историей, идентичностью, «памятью места», но в настоящий момент утратившие свою актуальность [7, с. 125].

Креативное пространство – как «творческое» пространство» – слишком буквальный перевод, скорее надо определить его как пространство творческой деятельности или пространство, стимулирующее творческое развитие в городской среде.

Креативный класс (термин Ричарда Флориды) в нашем понимании – это часть населения наших городов, фрагмент интеллектуального социума, ориентированная на решение творческих задач, на творческое преодоление общественно значимых проблем в результате личных или консолидированных усилий.

Целью данной работы является рассмотрение креативного пространства: структуры и особенностей организации.

Глава 1 Сущность и особенности организации креативных пространств

1.1 Сущность креативного пространства

В связи с развитием и ростом малых исторических городов России, появилась необходимость в рациональном распоряжении городской средой, которое бы позволило сконцентрировать максимальное количество интересных и нужных жителям города объектов. Особенностью малых городов России является то, что их культура переплетена с народной культурой различных этносов. Примером решения этих задач стало создание многофункционального центра, одним из которых является творческое пространство, объединяющее несколько площадок, подходящих для культурных мероприятий, развлечений, работы и проживания [5, с. 37].

Креативное пространство дает возможности для творческой самореализации в сфере искусства с учетом индивидуальных способностей и увлечений человека.

Тема актуальна, так как креативные пространства – объекты, которые могут привлечь внимание туристов, стать местными достопримечательностями, расширить спектр тематических экскурсий, улучшить или сформировать имидж города.

Такой вид пространства относится к сфере культурного туризма.

Основой данного вида туризма является потребность в расширении знаний по различным направлениям, историко-культурный потенциал страны, включающий всю социокультурную среду с традициями и

обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности.

Это пространство позиционирует себя как перспективный бизнес-центр, способный оказать большое влияние на экономику и культуру города, его имидж и туристическую привлекательность. Креативные пространства играют важную роль в привлечении молодежи к предпринимательству и позволяют развивать формы бизнеса с творческим потенциалом. Креативные пространства преобразовывают депрессивные районы в привлекательные городские пространства, демонстрируя при этом более высокие темпы роста, чем традиционные виды деятельности.

Кроме того, такая площадка стремится стать культурным центром малых городов России, позволяя жителям и гостям города знакомиться с современным искусством. Пространство направлено на развитие коммуникативных и творческих способностей человека, а также на совершенствование социальной жизни в целом. Креативное пространство сегодня претендует на роль одного из основных центров притяжения целевых групп города, а также гостей города.

Список использованных источников

- 1) Баженов А. В. Креативное пространство городов России//Архитектон: известия вузов No 56 / Декабрь 2016. С. 53-60
- 2) Безручко У.А. Арт-резиденция – новая форма организации гостиничного бизнеса и туризма для малых исторических городов России//АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ. Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Т.С. Саяпиной, под научной редакцией Л.Н. Горбуновой. НОЧУ ВО «МЭИ», 2021. С. 77-82
- 3) Бородачёва Ю., Гора П. С., Рассохина Е. В. Создание молодежного креативного пространства «SITETS» в Г. Санкт-Петербург//РЕ:ПОСТ (ПАТРИОТИЗМ, ОБРАЗОВАНИЕ, СТУДЕНЧЕСТВО). Сборник научных статей и исследовательских работ по итогам IV Межрегионального молодежного научно-образовательного форума с международным участием. 2020. С. 30-34
- 4) Етеревская, И.Н. Совершенствование структуры городских общественных пространств с использованием метода «ментальных карт» / И.Н. Етеревская, Л.С. Петрова //Вестник Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета. Сер.: Строительство и архитектура. - 2019. - Вып. 2 (75). - С. 244-253.
- 5) Мироненко О.В. Джентрификация в сфере развития неблагоприятных городских территорий [Текст]. / О.В. Мироненко, Д.К. Калашник, С. Милавски. // Техническая эстетика и дизайн-исследования. – 2020. No2. 37-46 с
- 6) Фомина С.Н., Дятлова К.А. Креативное пространство как эффективный элемент инфраструктуры молодежной политики//МОЛОДЕЖЬ. СЕМЬЯ. ОБЩЕСТВО. Сборник научных статей. Под общей редакцией Т.К. Ростовской. Москва, 2019. С. 46-59
- 7) Ястребова Н. А., Етеревская И. Н. Открытые общественные пространства как основа визуального образа центра города// Актуальные проблемы и перспективы развития строительного комплекса: сборник трудов Международной научно-практической конференции, 7—8 декабря 2021 г., Волгоград : в 2 ч. Ч. 2 / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Волгоградский государственный технический университет. - Электронные текстовые и графические данные (30,5 Мбайт). — Волгоград : Изд-во ВолГТУ, 2021. С. 125-128
- 8) Ястребова Н.А. Система открытых коммуникативных пространств г. Волгограда [Текст] / Н.А. Ястребова, С.Е. Стеценко. // Вестник ВолгГАСУ. Серия: строительство и архитектура. – 2020. No3(80). 179-190 с

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/336994>