

РОЛЬ КРЕАТИВНЫХ ПРОСТРАНСТВ В СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ УСЛОВИЯХ

DOI: 10.26907/2079-5912.2022.2.48-51

Аннотация. В статье рассматривается место креативных индустрий в экономике европейских городов, их место в разработке творческих продуктов и услуг на территории Российской Федерации. Кратко анализируется эволюция креативных пространств в Республике Татарстан, их специфика. В рамках результатов авторского эмпирического исследования (невключенное наблюдение, полуформализованное интервью (n = 4), г. Казань, 2021–22 гг.) характеризуется роль креативных пространств г. Казани как агента социализации молодежи, формулируются условия, при выполнении которых социализирующая деятельность креативных пространств является наиболее эффективной. Формулируются рекомендации применения выводов исследований в работе с молодежью административных и общественных структур, НКО, при разработке стратегий, программ и социальных проектов.

Ключевые слова: креативное пространство, социализация молодежи, городская среда, социальные инновации, молодежная субкультура

На современном этапе развития общества креативные индустрии выступают в качестве весомой составляющей экономики европейских городов, т.к. они позволяют создавать новые рабочие места и стимулируют развитие экономики. Согласно отчетам о развитии креативных индустрий Лондона [1], с 2009 года рост креативных индустрий происходит ежегодно даже несмотря на то, что в период 2009-2012 годов отмечался небольшой спад. В 2012 году доля вклада креативных индустрий в общую валовую добавленную стоимость Лондона составила 10,7%. Согласно третьему отчету о деятельности креативных индустрий Берлина [2], роль креативных индустрий в экономике также была подтверждена.

На территории Российской Федерации, согласно исследованиям отечественных ученых [3], доля отраслей, деятельность которых заключается в разработке творческих продуктов и услуг, по сравнению с другими странами крайне мала, при этом в России отмечается наличие дефицита производства качественных творческих продуктов. Однако отмечается постоянный рост количества креативных пространств в Москве и Санкт-Петербурге, а также увеличение их роли в развитии городской культурной среды.

В Республике Татарстан первые креативные пространства появились в 2012-2013 годах. Одними из первых были

антикафе «Циферблат», где можно интересно провести досуг, и книжный магазин «Сквот». 7 декабря 2013 года открылся независимый проект «Центр современной культуры «Смена», где основной акцент ставился на искусство. На сегодняшний день команда проекта провела несколько сотен мероприятий, начиная с выставок и заканчивая музыкальными концертами. Затем, по примеру Москвы и Санкт-Петербурга возник запрос на пространство, которое бы совмещало в себе функции творческой резиденции и коворкинга. В 2015 году открылась «Резиденция креативных индустрий «Штаб» по инициативе Регионального общественного фонда поддержки молодежных инициатив «Фактор будущего» и Министерства по делам молодежи и спорту Республики Татарстан. На базе «Штаба» в том же году была создана театральная лаборатория «Угол» при поддержке фонда «Живой город».

Необходимо отметить, что Республика Татарстан уникальна своим национальным колоритом и культурным разнообразием, в условиях которых развиваются креативные пространства. На данный момент Казань занимает третье место в индексе креативного капитала городов [4]. Регион является одним из лидеров в IT-отрасли, существует развитая инфраструктура для творчества и бизнеса, появляются новые общественные пространства. Для Республики Та-

тарстан сейчас важно сохранить и переосмыслить свою национальную идентичность, сделать производимые на ее основе продукты и услуги современными, актуальными и конкурентоспособными. Самые новые примеры креативных пространств - независимое музыкальное арт-пространство на территории бывшей мебельной фабрики «Werk» (2019 г.) и Национальная библиотека Республики Татарстан в здании бывшего НКЦ «Казань» (2020 г.).

В большинстве своем подобные объекты открываются активными горожанами, представителями культуры, которых интересует развитие городской среды. Они объединяют вокруг своей деятельности молодых людей и способствуют реализации творческого потенциала. Креативные пространства обеспечивают взаимодействие молодежи и институтов культуры и образования в инновационной и интерактивной форме, реализуя ее социокультурные запросы в современном городе. Виды деятельности креативных пространств, их формат и принципы работы диктуются непосредственно интересами молодежи. В свою очередь, пространства предлагают молодежи ознакомиться с интересующими темами, прививают ей определенные установки.

Креативные пространства выступают в качестве демонстрационного примера того, как молодежь и различные социальные институты влияют друг на друга. Различные типы креативных пространств, их формат и принципы работы соответствуют запросам и интересам, исходящим со стороны молодежи. Пространства позволяют представителям молодого поколения лучше погрузиться в изучение интересующих им тем и влияют на формируемые у них установки. Основными тенденциями развивающего влияния на личность в рамках досугово-образовательной деятельности являются: самопознание и расширение границ субъективной картины мира, совершенствование поведенческих стратегий, повышение социальной зрелости и адаптации личности [5].

Креативные пространства имеют множество типов и форм, которые ориентированы на выполнение различных функций. В исследовании Д.Н. Абрамова [6] представлена классификация креативных пространств, среди которых он выделяет следующие: творческий кластер, антикафе, коворкинг, культурный центр, галереи. Также в этот список автор включает бары, кафе, библиотеки, музеи, кинотеатры, фотостудии, хостелы и другие типы. Однако, согласно заключениям других авторов, данную классификацию нельзя принимать за истинную, т.к. креативные пространства, как правило, являются многофункциональными площадками, включающими в себя бары, выставочные пространства, кафе и многое другое.

Наиболее удачную классификацию предоставляет Д.Н. Суховская, которая выделяет среди креативных про-

странств лофты, арт-пространства, зоны коворкинга, арт-кварталы и центры современного искусства. Также ею включается в данную классификацию антикафе, т.к. на основании мнения создателей данный тип также является креативным, а вся его концепция сосредоточена на творческой деятельности [7].

В рамках авторского эмпирического исследования ставились задачи выявления социализирующего влияния деятельности креативных пространств г. Казани на молодежную аудиторию, определения условий, необходимых для повышения их роли и эффективности в работе с молодежью в современном городе. В ходе исследования была реализована качественная стратегия: невключенное наблюдение в креативном пространстве (ноябрь 2021 г. – февраль 22 г., креативные пространства г. Казань) с целью определения посещаемости молодежи и наиболее популярных видов деятельности; полужформализованное интервью с экспертами в данной области (n=4) – учеными и практиками, связанными с функционированием творческих лабораторий, центров, резиденций креативных индустрий (Резиденция креативных индустрий «Штаб», Центр современной культуры «Смена», Творческое пространство «Маяковский», Творческая лаборатория «Театр-Вентилятор»), с целью получения дополнительной информации и конкретизации проблем.

Согласно результатам теоретических и авторских эмпирических исследований [8] можно констатировать следующие положения и выводы.

1) Социализация молодежи – это сложный и многогранный феномен, включающий в себя многие аспекты жизнедеятельности и отличающийся неоднородностью объекта. Для полноценного рассмотрения социализации молодежи необходим междисциплинарный подход, а также рассмотрение новых институтов социализации как полноправных участников этого процесса. Социализация молодежи в настоящее время осуществляется в сложных условиях: стремительно меняющиеся ценности, отсутствие запроса на определенные качества личности, расщепление единого процесса социализации между разными институтами, неконтролируемый характер процесса социализации в современном мире. Успешность процесса социализации зависит от собственной активности индивида, а также от выбранной формы воздействия в рамках института социализации.

2) Креативное пространство – это сложное образование, не сводимое к пространственной форме существования и экономическим целям создания. Креативные пространства, как правило, включают в себя два основных компонента: материальное наполнение (организация пространства, дизайн, арт-объекты и т.д.) и разнообразные формы человеческой общественной деятельности

(лекции, выставки, ярмарки, студии и т.д.) Таким образом, креативные пространства – это не только организованные площадки или территории, но и фактор многопланового взаимодействия молодежи между собой, ее обучения, воспитания, самореализации и социализации. Одними из главных факторов влияния на молодежь являются ее собственная активность и добровольность участия. Оценка эффективности воздействия креативных пространств не сводима к количественным показателям. Ее возможно оценить только интенсивностью и качеством социализирующего воздействия.

3) Креативные пространства, согласно экспертным оценкам, оказывают значимое влияние на формирование сознания социокультурных образцов поведения молодого поколения. Разные виды деятельности имеют различный потенциал эффективности в социализации молодежи. Виды деятельности, в которых сама молодежь проявляет активность и вовлеченность, являются наиболее эффективными. В качестве условий эффективности социализирующей деятельности креативных пространств можно назвать:

– творческая свобода и обеспечение условий для развития индивидуальности;

– включенность и самостоятельная активность молодежи в процессе социализирующей деятельности;

– соответствие организации пространства и материально-технической базы потребностям целевой аудитории;

– инновационность формата деятельности и соответствие интересам молодежи;

– активность трансляции норм и ценностей в процессе социализирующей деятельности;

– степень взаимодействия между участниками (представителями целевой аудитории) в процессе социализирующей деятельности.

Положения и выводы проделанной работы применимы в работе с молодежью органов региональной и муниципальной власти, в деятельности социально-ориентированных НКО, учреждений образования и культуры, функционировании креативных площадок г. Казани при разработке и реализации социальных проектов, организационно-информационном их сопровождении.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Togni L. The creative industries in London report. Working paper 70. 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.london.gov.uk/sites/default/files/creative-industries-in-london.pdf> (дата обращения: 5.03.2022)

2. Projekt Zukunft Initiative. Third Creative Industries Report. Development and Potential. 2014 [Электронный ресурс]. URL: http://www.berlin.de/projektzukunft/uploads/tx_news/KWB13_Inhalt_engl_01.pdf (дата обращения: 5.03.2022)

3. Гордин В.Э. Анализ образовательного потенциала креативных пространств / В.Э. Гордин, К.А. Кузьмина, М.В. Никольская // Международный журнал исследований культуры. – 2017. – №1 (26).

4. Индекс креативного капитала // [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.pwc.ru/publications/creative-capital-index.html> (дата обращения 4.03.2022)

5. Рыбакова Н.В. Досуг молодежи в культурном пространстве современного города: дисс. к. филос. н. – Волгоград, 2008. – 145 с.

6. Абрамов. Д.Н. Креативное пространство: что, как и зачем. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.slideshare.net/dmitryabramov9/ss-34706403/> (дата обращения 4.03.2022)

7. Суховская Д.Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны коворкинга, арт-территории / Д.Н. Суховская // Молодой ученый. – 2013. – № 10. – С. 650–652.

8. Хайруллина Ю.Р., Хайруллин Р.Р. Идентификационный портрет населения Республики Татарстан: роль социальных институтов и особенности социализации личности в постсоветской России (на материалах КСИ 1990-х – 2014 гг. // Монография – Казань: ООО «Офсет-Сервис», 2015. – 152 с.

Информация об авторах

Салкова Екатерина Константиновна, студент магистр, Казанский (Приволжский) федеральный университет.
E-mail: catherine.salkova@yandex.ru

Хайруллина Юлдуз Ракибовна, д. социол. н., проф. кафедры общей и этнической социологии, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, гл. н. с. ЦПЭИ АН РТ.

E-mail: iouldouz@narod.ru

THE ROLE OF CREATIVE SPACES IN THE SOCIALIZATION OF YOUTH IN MODERN DOMESTIC CONDITIONS

Abstract. The article discusses the place of creative industries in the economy of European cities, their place in the development of creative products and services in the Russian Federation. The evolution of creative spaces in the Republic of Tatarstan and their specifics are briefly analyzed. As part of the results of the author's empirical study (non-participant observation, semi-formalized interview (n = 4), Kazan, 2021-22), the role of creative spaces in Kazan as an agent of youth socialization is characterized, conditions are formulated under which the socializing activity of creative spaces is the most efficient. The data obtained are applicable in the work with youth of administrative and public structures, non-profit organizations, in the development of strategies, programs and social projects.

Keywords: creative space, youth socialization, urban environment, social innovations, youth subculture

Literature

1. Togni L. The creative industries in London report. Working paper 70. 2017. [Electronic resource]. – URL: <https://www.london.gov.uk/sites/default/files/creative-industries-in-london.pdf> (Accessed 03/05/2022)
2. Project Zukunft Initiative. Third Creative Industries Report. Development and Potential. 2014. [Electronic resource]. – URL: http://www.berlin.de/projektzukunft/uploads/tx_news/KWB13_Inhalt_engl_01.pdf (Accessed: 5.03.2022)
3. Gordin V.E. Analysis of the educational potential of creative spaces / V.E. Gordin, K.A. Kuzmina, M.V. Nikolskaya // International Journal of Cultural Studies. – 2017. – No. 1 (26).
4. Index of creative capital // [Electronic resource]. – URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/creative-capital-index.html> (accessed 03/04/2022)
5. Rybakova N.V. Leisure of youth in the cultural space of a modern city: diss. k. philos. n. – Volgograd, 2008. – 145 p.
6. Abramov. E. Creative space: what, how and why. [Electronic resource]. – URL: <http://www.slideshare.net/dmitryabramov9/ss-34706403/> (accessed 03/04/2022)
7. Sukhovskaya D.N. Realization of the creative potential of the population through the creative spaces of the city: lofts, coworking zones, art territories / D.N. Sukhovskaya // Young scientist. – 2013. – No. 10. – S. 650–652.
8. Khairullina Yu.R., Khairullin R.R. Identification portrait of the population of the Republic of Tatarstan: the role of social institutions and features of the socialization of the individual in post-Soviet Russia (based on the materials of the KSI of the 1990s - 2014 // Monograph - Kazan: Offset-Service LLC, 2015. – 152 p.

Authors

Salkova Ekaterina Konstantinovna, master student, Kazan (Volga Region) Federal University.

E-mail: catherine.salkova@yandex.ru

Khayrullina Yulduz Rakibovna, Doctor of Sociology, Professor at the Department of General and Ethnical Sociology, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, main scientific worker of CAER AS RT.

E-mail: iouldouz@narod.ru