

УДК 711.168

Степанчук Алена Валентиновна

старший преподаватель

E-mail: alena.stepanchuk@bk.ru

Казанский государственный архитектурно-строительный университет

Адрес организации: 420043, Россия, г. Казань, ул. Зелёная, д. 1

Саляхова Виктория Михайловна

архитектор

E-mail: letovika@yandex.ru

МБУ «Институт «Казгражданпроект»

Адрес организации: 420079, Россия, г. Казань, ул. Достоевского, д. 35

Некоторые аспекты формирования общественных пространств, как мест коммуникации туристов и местных жителей (на примере г. Арска)

Аннотация

Постановка задачи. Цель исследования – выявить типы урбанизированных общественных пространств, входящие в инфраструктуру креативного туризма.

Результаты. Анализ подходов к определению креативности и ее связи с туризмом и с нематериальным культурным наследием позволил вывить типы урбанизированных общественных пространств, в которых осуществляются коммуникации и взаимодействие туристов и местных жителей. На примере проекта благоустройства пл. Советская и ул. Большая в г. Арске показаны современные подходы к благоустройству общественных пространств и включение их в сферу туризма.

Выводы. Значимость полученных результатов исследования для архитектуры состоит в апробации в условиях реального проектирования методов соучаствующего проектирования и формирования общественных пространств, как мест коммуникации туристов и местных жителей.

Ключевые слова: креативность, творчество, объекты культурного туризма, нематериальное культурное наследие, креативный туризм, культурный туризм, Арск, общественное пространство.

Введение

В последние десятилетия творчество все чаще оказывается в центре внимания исследователей в различных сферах деятельности, в том числе туризма, архитектуры и экономики: «креативный туризм», «креативный опыт», «креативная экономика», «креативные индустрии», «креативные кварталы» и др. [1].

Существуют разные варианты определения понятия «творчество». Согласно Большому Российскому энциклопедическому словарю, творчество – «деятельность, порождающая нечто качественно новое и отличающаяся неповторимостью, общественно-исторической уникальностью. Творчество специфично для человека, т.к. всегда предполагает творца – субъекта творческой деятельности» [2]. В зарубежных исследованиях туризма также нет единого общепринятого определения понятия «творчество» или «креативность» [3].

Нематериальное культурное наследие, называемое в научной литературе также «живая культура» (living culture) и «живое наследие» (living heritage), связано с креативностью и представляет значительный интерес для современных туристов. Его сохранение, демонстрация и передача следующим поколениям осуществляется в процессе живого общения между людьми, осуществляемого как в зданиях, так и в общественных пространствах.

Понятие креативности в культурном туризме.

В исследованиях взаимосвязи креативности и туризма, выполненных в конце 1980-х-первой половины 1990-х годов, рассматривались процессы изменения местного сообщества и местной культуры под воздействием туризма; влияние местной

традиционной культуры на личность туриста в исследованиях не акцентировалось. Туризм рассматривался для искусства и творчества как «потенциально разрушительная сила» [4]. В исследованиях культурного туризма начала 2000-х годов подчеркивается роль «сотворчества» и «сопроизводства» потребителей – туристов и производителей – ремесленников, рассматриваются вопросы коллективного творчества, взаимного влияния туристов и местных жителей. Креативность рассматривается, как фактор развития туризма и повышения уровня экономики местности. В условиях глобализации увеличение креативных подходов к туризму также связано с экономическими и маркетинговыми стратегиями акцентирования самобытности местности, ее отличительных и, с точки зрения привлечения туристов, конкурентоспособных особенностей. Это стратегии создания и продвижения креативных индустрий, креативных городов и креативного класса [3].

С развитием информационного поля информация о местоположении, основных достопримечательностях, маршрутах и способах передвижения в той или иной точке земного шара становится широкодоступной и не характеризует в полной мере уникальность места. Для привлечения туристов, согласно исследованиям Yuwono A. A. [5], важно составлять рекламный контент на основе архитектурного контекста. Акцентом при этом могут быть исторические и стилистические особенности архитектуры дестинации, влияние природно-климатических факторов на архитектуру местности, отражение функциональных особенностей и видов деятельности коренного населения, влияние традиций и философии местных жителей на образное и объемно-пространственное решение зданий.

Несмотря на терминологическую неопределенность, популярность понятия «креативность» сегодня очень велика. Изначально креативность ассоциировалась лишь с выдающимися творческими личностями. Позже, согласно исследованиям Скотта [6], креативность стала рассматриваться гораздо шире, чем только лишь деятельность одаренных людей или членов «креативного класса».

Так в туризме выделяют четыре составляющих креативности:

- креативные люди (творцы) – художники, музыканты, писатели;
- креативные продукты – туристические туры по местам, связанным с жизнью выдающихся творческих личностей;
- креативные процессы – участие туристов в творческой деятельности, процессы сотворчества. Это наиболее ярко проявляется в креативном, ремесленном и экокультурном подвидах культурного туризма¹;
- креативная среда и креативные места – культурные и/или креативные кварталы и кластеры (cultural/creative quarter, creative clusters, creative districts) [7].

В исследовании культурного туризма Дьянос Чапо (János Csapó) [8] выделил три группы объектов:

- материальные объекты (здания, материальные предметы искусства);
- объекты, связанные с повседневной социокультурной жизнью (образ жизни, национальная кухня и др.);
- культурные события (фестивали, праздники и др.).

В пространственном отношении сосредоточение креативных производств (предложения) и потребления (спроса) образует креативные кварталы и кластеры. Эти узлы объединяют различные творческие индустрии и творческих людей с туризмом, закрепляя потоки знаний, идей, образов, информации и доходов в конкретных локальных пространствах [2].

Рост культурных и творческих событий, таких как фестивали, ярмарки, праздники, обеспечивает концентрацию творчества во времени и пространстве, которая также чрезвычайно привлекательна как для туристов, так и для местных жителей.

Становление креативного туризма, как перспективного вида туризма, ориентированного на представление нематериального культурного наследия

Первые исследования, в которых креативный туризм (creative tourism)

¹Степанчук А.В. Особенности архитектурного формирования объектов культурного туризма с ремесленно-креативной функцией // Известия КГАСУ. 2016. № 3. С. 75-81.

рассматривался как самостоятельный вид туризма, были выполнены в 1993 году Пирсом (Pearce) и Батлером (Butler). Однако определение этого термина не было сформулировано. В 1990-е годы в европейской науке большое внимание уделялось процессам творчества не только в городах, но и в сельской местности. Так, в Финляндии, Греции и Португалии в 1996-1999 годах реализовывался проект EUROTEX по развитию ремесленного туризма, одним из авторов которого был Ричардс (Richards). Этот проект выявил растущий интерес туристов к традиционной культуре территории отдыха, к повседневной жизни местных жителей, а также спрос туристов на получение активного личного творческого опыта посредством вовлечения в культурные процессы: участие в праздниках, обрядах, обучение ремеслам.

Первое определение термина «креативный туризм» было сформулировано Ричардсом (Richards) и Раймондом (Raymond) в 2000 году и определялось как «туризм, который предлагает посетителям возможность развивать свой творческий потенциал через активное участие в курсах и в обучении, которые характерны для места отдыха, где они предпринимаются» [9, с. 17-18].

В 2004 году была создана Сеть креативных городов ЮНЕСКО (UNESCO Creative Cities Network – UCCN), которой «креативный туризм» определялся, как «путешествие, направленное на активный и аутентичный опыт, с участием в изучении искусства, наследия или особого характера места, и оно обеспечивает связь с теми, кто живет в этом месте и создает эту живую культуру» [2, с. 10]. Сегодня Сеть креативных городов ЮНЕСКО насчитывает 180 городов из 72 стран мира, которые рассматривают креативность как стратегический фактор своего устойчивого развития. Номинация происходит по следующим категориям: ремесла и народное искусство, дизайн, кинематограф, гастрономия, литература, медиа искусство и музыка [10].

На конференции ЮНЕСКО по креативному туризму, состоявшейся в 2008 году в г. Санта Фе, определение термина «креативный туризм» было уточнено: «креативный туризм – это туризм, направленный на получение туристами опыта с активным обучением искусству, изучением культурного наследия или других культурных особенностей места отдыха» [9, с. 17].

В приведенных выше определениях термина «креативный туризм» есть общие элементы: получение туристами нового опыта посредством участия в творческой деятельности и в культурных мероприятиях, а также в результате общения с местными жителями. Креативный туризм предполагает переход от пассивных к активным формам участия туристов в культурных процессах с акцентом на нематериальном культурном наследии и на «живой культуре», а не на статичном, материальном культурном наследии.

Таким образом, в креативном туризме туристы являются соисполнителями и сотворцами, развивая свои творческие способности. При этом устанавливаются равноправные отношения между туристами и местными жителями.

Популярность креативного туризма постоянно увеличивается. Всемирная Туристская Организация (ВТО) также подробно исследует процессы взаимодействия и взаимовлияния культурного наследия и туризма, а также тенденций развития различных видов туризма. В докладе по результатам исследования «Туризм и нематериальное культурное наследие», подготовленном ВТО в 2012 году, указывается, что знакомство с традиционной живой культурой сегодня является одним из основных мотивов путешествий туристов. Для реализации креативного туризма, согласно рекомендациям ВТО, необходимо создание и развитие культурных пространств, строительство центров для демонстрации нематериального культурного наследия местности, а также развитие существующих и создание новых экскурсионных туристских маршрутов, культурных событий – фестивалей, праздников и др. [11].

Развитие общественных пространств, как мест коммуникации туристов и местных жителей

С одной стороны, творчество играет важную роль в формировании впечатлений туриста, являясь неотъемлемой частью атмосферы местности, а с другой – творческая атмосфера является привлекательной для привлечения творческого класса, которому посвящены работы Р. Флориды [12]. В последние десятилетия произошло изменение роли

туристов, интересующихся нематериальными аспектами культуры других стран: из пассивных наблюдателей они стали «соавторами» своего творческого опыта. Туристы не только посещают местность, но и влияют на нее: в процессе общения с местными жителями, во время участия в традиционных праздниках и культурных событиях, при совместном творчестве происходит обмен опытом, навыками и знаниями с местным населением.

На урбанизированных территориях погружение туристов в ежедневную социокультурную жизнь местного населения, приобщение к «живому наследию» (living heritage), а также диалог членов социума между собой и с государством осуществляется в общественных пространствах. Баталина Т.С. подразделяет общественные пространства по характеру использования:

- преимущественно для публичного использования – урбанистические общественные пространства – пешеходные улицы и площади;
- традиционно приватные, но «активно приобретающие статус публичных» [13] – зеленые рекреационные общественные пространства – бульвары, скверы, парки, сады.

Таким образом, общественное пространство – это «пространство общения и социальной активности, организованное в соответствии с доминирующей функцией» [14]. Взаимодействие туристов и местных жителей с разной интенсивностью осуществляется в обоих типах общественных пространств, в зависимости от местоположения общественного пространства в структуре урбанизированной территории (центральное, срединное или периферийное), наличия рядом объектов притяжения туристов и объектов показа, трассировки туристических маршрутов и др.

Ревитализация нематериальных аспектов культуры и включение их в повседневную жизнь местных жителей является важной частью сохранения «генетической памяти» народа и способствует формированию «образа креативного города» и «имиджа местности», что отмечается, в том числе, в государственных программах и концепциях развития Российской Федерации [15].

Взаимосвязь туризма и культуры, мероприятия по развитию перспективных видов туризма предусмотрены Долгосрочными целевыми программами Республики Татарстан [16, 17]. В мастер-плане развития туризма в Республике Татарстан, который был разработан в 2014 году австрийской компанией «Kohl & Partner» [18], также отмечена необходимость включения нематериального культурного наследия народов республики в культурный имидж Татарстана. Так в г. Елабуге активно развиваются современные прогрессивные формы представления нематериального культурного наследия в индустрию туризма – интерактивные ремесленные мастерские и соучастие туристов в ремесленном процессе [19]. Татарский национальный праздник Сабантуй номинирован на включение в список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО.

В последние годы на территории Республики Татарстан под патронажем Президента РТ Минниханова Р.Н. реализуется Программа развития общественных пространств, ставшая лауреатом престижной премии Ага Хана в области архитектуры. С 2015 года в рамках этой программы по всей республике было благоустроено 328 общественных пространства: площади, парки, скверы, бульвары, набережные, пешеходные улицы. В 2019 году предполагается реализовать еще 54 проекта благоустройства [20].

Благоустройство общественных пространств г. Арска Республики Татарстан, как фактор увеличения туристской привлекательности Арского района.

Город Арск – центр Арского муниципального района, находящийся в 60 км от города Казани. Арск обладает хорошей транспортной доступностью для туристов: город находится в пределах двухчасовой автомобильной доступности от столицы республики – г. Казани. Через Арск проходит железнодорожная ветка Казань-Екатеринбург и автомобильная трасса.

Арский район – этническое ядро татарской нации, колыбель традиционной культуры татарского народа, богатое историко-культурное наследие которого является потенциалом для развития различных видов туризма, в том числе культурного, событийного, ремесленно-креативного и др.

На территории республики Татарстан разработаны крупные федеральные и

региональные туристические маршруты, среди которых кольцевой маршрут «Жемчужное ожерелье Татарстана», состоящий из Большого и Малого колец. Малое кольцо соединяет Арск, Лаишево, Пестрецы, Свижск, Раифу и Верхний Услон, а Большое кольцо – Казань, Болгар, Елабугу, Лаишево, Чистополь.

На территории Арска действует единственный в мире музей Татарского Букваря «Алифба» и литературно-музейное объединение «Заказанье», которое входит в обширную экскурсионную программу по городу и его окрестностям, включающую ремесленные мастер-классы, дегустацию меда и татарских сладостей. В с. Новый Кырлай Арского района находится Литературно-мемориальный комплекс Габдуллы Тукая – татарского поэта, создателя татарского литературного языка. Международную известность имел ичижный промысел – производство национальной обуви в технике кожаной мозаики. В последние десятилетия, после закрытия фабрики, промысел поддерживается надомными мастерами.

Проект благоустройства общественных пространств Арска выполнен в рамках Программы развития общественных пространств Татарстана. Разработку проекта выполнило Бюро «Архитектурный десант» (Саяхова В., Никифоров Г., Фан-Юнг А., Давлетшин Г., Давлетьянова К., Хазиахметов А.), руководитель проекта – Наталия Фишман-Бекмамбетова.

На всех этапах подготовки и реализации проекта благоустройства общественных пространств Арска было обеспечено разнообразие форм участия и степени вовлечения граждан и экспертного сообщества в составление технического задания на проектирование, в разработку концепции проекта и в работы по реализации проекта. Именно местные жители определили Советскую площадь и улицу Большую, как приоритетные территории для дальнейшего развития. На общественных слушаниях была представлена презентация итоговой концепции развития общественных пространств Арска с учетом поступивших предложений всех заинтересованных лиц и организаций. Предполагается участие заинтересованных горожан в реализации части проекта.

Улица Большая – историческое ядро города Арск. Именно по ней пролегал Сибирский почтовый тракт. Площадь Советская – это «визитная карточка» города, здесь проходят праздничные мероприятия, митинги, ярмарки.

Река Казанка – памятник природы регионального значения, определившая выбор месторасположения строительства Арской крепости. Поэтому в основу концепции формирования пространства улицы положена река Казанка – река времени, истории, культуры и традиций, со знаковыми объектами культурного наследия. По замыслу авторов проекта, улица Большая станет катализатором будущего развития городской среды и появления динамичных и ярких пространств города.

Цель проекта – «создание социально ориентированной и комфортной городской среды, отвечающей современным тенденциям развития города и потребностям жителей – создание города для человека» [20].



Рис. 1. Выявление идентичности территории Арского района (Республика Татарстан)
(URL: <http://park.tatar/#projects>)

Создание новой архитектурной среды происходит с учетом ценного архитектурного наследия, с сохранением исторического своеобразия улицы (рис. 1). На территории появятся пространства для работы социальных и культурных объектов. Площадь и улицу предлагается использовать как выставочное пространство, посвященное истории, культуре и особенностям города. Основные принципы при

проектировании комфортной среды:

- разнообразие;
- безопасная пешеходная среда;
- комфорт;
- идентичность;
- экологичность.

На основе проведенного комплексного анализа концепцией развития территории, предусмотрены следующие задачи для реализации принципов создания комфортного общественного пространства: изменение и дополнение существующей транспортно-пешеходной сети; регулирование ширины проезжей части, с учетом защитных зеленых полос в соответствии с нормативами; поэтапная реорганизация парковочного пространства; формирование комфорта пешеходных пространств; создание безбарьерной среды; создание сети велодорожек; разработка культурных дизайн-кодов и формирование на их основе малых архитектурных форм, арт-объектов и уличной мебели; формирование новых функциональных зон и площадок (детских, литературных, торговых) с размещением объектов торговли, питания, сувенирных лавок и др.

Протяженность проектируемой территории составляет 2,2 км. Территория условно поделена на 3 узла (рис. 2).

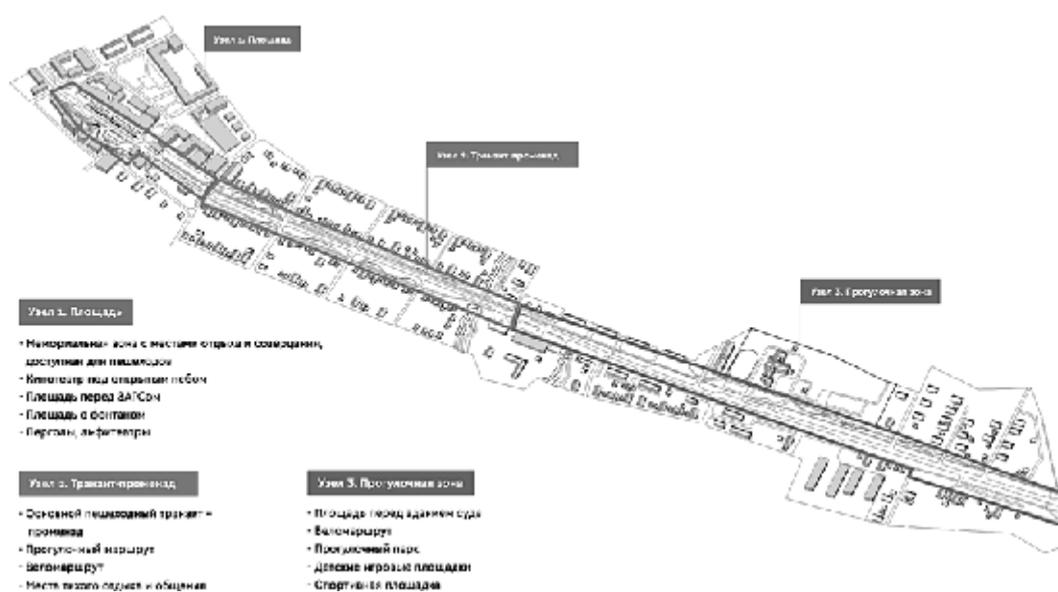


Рис. 2. Схема архитектурно-пространственной концепции развития территории пл. Советская и ул. Большая г. Арск (Республика Татарстан) (URL: <http://park.tatar/#projects>)

Первый узел «Площадь» включает в себя пл. Советская (рис. 3). На этом участке предусмотрены следующие мероприятия:

- мероприятия по озеленению территории;
- устройство комфортной безопасной пешеходной зоны;
- устройство веломаршрута;
- формирование зоны отдыха и общения;
- создание амфитеатра и сцены;
- установка перголы;
- сухой фонтан;
- активация использования смотровой башни;
- установка павильонов – остановок общественного транспорта.

Второй узел «Транзит-променада» характеризуется наличием индивидуальной жилой застройки. Проектом предусмотрены следующие мероприятия:

- озеленение участка;
- устройство дорожек;



Рис. 4. Композиция с зеркальными беседками в г. Арск (URL: <http://park.tatar/#projects>)



Рис. 5. Детская игровая площадка – композиция из букв татарского алфавита в г. Арск (URL: <http://park.tatar/#projects>)

Авторами проекта были также разработаны четыре пешеходных маршрута по прилегающим территориям с выделением целевой аудитории. Культурно-событийное программирование территории содержит мероприятия, как для теплого, так и для холодного времени года. Так, инициатива ночного велопробега «Арское городище» наряду с молодежной аудиторией была поддержана людьми более старшего возраста; проект «Арский литературный дворик» рассчитан на старшую возрастную группу, но при этом в нем есть блоки для детей младшего школьного возраста.

Заключение

В результате проведенного исследования выявлено, что творчество обеспечивает содержание и атмосферу для туризма, а туризм, в свою очередь, поддерживает творческую деятельность. Растущая интеграция туризма и творчества проявляется в трактовке туризма как творческой индустрии. Эта интеграция также привела к выделению специфического вида «креативного туризма», позволяющего туристам развивать свой творческий потенциал и формировать навыки через общение с местными жителями, знакомства с традиционной культурой дестинации, участие в национальных праздниках, обрядах, мастер-классах по изготовлению предметов ремесленной деятельности и пр., в результате чего туристы становятся соисполнителями и сотворцами, развивая свои творческие способности.

В ряде мест, как в городах, так и в сельских районах, реализуются конкретные инициативы в области творческого туризма. В результате реализации проекта в г. Арске Республики Татарстан повысится культурный и событийный потенциал общественного

пространства города, эффективность ее использования, увеличится ее привлекательность не только для горожан, но и для туристов.

Таким образом, на примере общественного пространства в г. Арске показана актуальность формирования и развития урбанизированных общественных пространств, имеющих социокультурную ценность и туристическую привлекательность.

Список библиографических ссылок

1. Хуснутдинова С. Р., Закирова Ю. А. Городская среда как необходимое пространственное условие развития активного образа жизни и активного туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11. № 3. С. 59–70.
2. Большой Российский энциклопедический словарь. М. : Большая рос. энцикл. 2003. 1887 с.
3. Richards G. Creativity and tourism: the state of the art // Annals of Tourism Research. 2011. Vol. 38. URL: https://www.academia.edu/3070326/Creativity_and_tourism_in_the_city (reference date: 01.05.2019).
4. Hughes H. L. Tourism and the arts : A potentially destructive relationship? // Tourism Management. 1989. № 10. P. 97–99.
5. Yuwono A. A. Tourism promotion content through architecture context // Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management. 2018. Vol. 3. Iss. 8. P. 74–83.
6. Scott A. J. Cultural economy and the creative field of the city // Geografiska Annaler: Series B. Human Geography. 2010. № 92. P. 115–130.
7. Evans G. L. From cultural quarters to creative clusters – creative spaces in the new city economy // The sustainability and development of cultural quarters: international perspectives. Stockholm : Institute of Urban History, 2009. P. 32–59.
8. Csapó J. The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry // Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives. InTech. 2012. P. 201–232.
9. Richards G., Wilson J. Tourism development trajectories: from culture to creativity? // Tourism, Creativity and Development. Oxford : Routledge, 2007. P. 323.
10. Creative Cities Map // <https://en.unesco.org> : the official website of the UNESCO Creative Cities Network. URL: <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map> (дата обращения: 01.05.2019).
11. UNWTO Study on tourism and intangible cultural heritage: Summary // ETHICS.UNWTO.ORG : the official website of the World Tourism Organization (UNWTO). URL: <http://ethics.unwto.org/publication/study-tourism-and-intangible-cultural-heritage> (дата обращения: 01.05.2019).
12. Florida R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York : Basic Books, 2003. 404 p.
13. Баталина Т. С. Анализ особенностей формирования общественного пространства // Бизнес и дизайн ревю. 2017. Т. 1. № 1 (5). С. 11–19.
14. Гельфонд А. Л. Общественное здание и общественное пространство. Дуализм отношений // Academia. Архитектура и строительство. 2015. № 2. С. 20–33.
15. Концепция сохранения и развития нематериального культурного наследия народов Российской Федерации на 2009-2015 гг.: (офиц. текст: утв. приказом Мин. Культуры РФ от 17.12.2008 г. № 267) // MKRF.RU : официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации. URL: <http://mkrf.ru/dokumenty/order/detail.php?ID=120103> (дата обращения: 01.05.2019).
16. Развитие сферы туризма в Республике Татарстан на 2014-2020 гг.: (долгосроч. целев. программа: утв. пост. Каб. Министров РТ от 21.07.2014 г. № 522) // TOURISM.TATARSTAN.RU : официальный сайт Государственного комитета Республики Татарстан по туризму. URL: http://tourism.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_260971.pdf (дата обращения: 01.05.2019).
17. Стратегия развития сферы туризма в Республике Татарстан до 2021 года и плановый период до 2030 года : (офиц. текст: утв. приказом Гос. Комитетом Республики Татарстан по туризму от 24.07.2017 г. № 109) // <http://>

- CESI.TATARSTAN.RU : официальный сайт ГБУ «Центр экономических и социальных исследований Республики Татарстан при Кабинете Министров Республики Татарстан». URL: http://cesi.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_1052563.pdf (дата обращения: 01.05.2019).
18. Мастер-план развития туризма Республики Татарстан // TOURISM.TATARSTAN.RU : официальный сайт Государственного комитета Республики Татарстан по туризму. URL: http://tourism.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_234256.pdf (дата обращения: 01.05.2019).
19. Музеи и туризм: интеграция музеев в туристическую индустрию. Опыт Елабужского государственного музея-заповедника // ELABUGA.COM : официальный сайт Елабужского государственного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника. URL: elabuga.com/downs/doklad_rudenko.rtf (дата обращения: 01.05.2019).
20. Парки и скверы Татарстана. URL: <http://park.tatar> (дата обращения: 01.10.2019).

Stepanchuk Alena Valentinovna

senior lecturer

E-mail: alena.stepanchuk@bk.ru

Kazan State University of Architecture and Engineering

The organization address: 420043, Russia, Kazan, Zelenaya st., 1

Salyakhova Viktoria Mikhaylovna

architect

E-mail: letovika@yandex.ru

MBU «Institute «Kazragdanproekt»

The organization address: 420079, Russia, Kazan, Dostoevskiy st., 35

**Some aspects of formation of public spaces as a place of communication
of tourists and local residents (on the example of Arsk)**

Abstract

Problem statement. The purpose of the study is to identify the types of urbanized public spaces included in the infrastructure of creative tourism.

Results. The analysis of approaches to the definition of creativity and its connection with tourism and intangible cultural heritage allowed us to identify the types of urbanized public spaces in which communication and interaction between tourists and local residents is carried out. On the example of the project of urban planning of Sovetskaya square and Bolshaya street modern approaches to improvement of public spaces and their inclusion in the sphere of tourism are shown.

Conclusions. The significance of the obtained results for architecture consists in approbation in the conditions of real design of methods of participating design and formation of public spaces as a place of communication of tourists and local residents.

Keywords: creativity, creativity, objects of cultural tourism, intangible cultural heritage, creative tourism, cultural tourism, Arsk, public space.

References

1. Khusnutdinova S. R., Zakirova Yu. A. Urban environment as a necessary spatial condition for the development of an active lifestyle and active tourism // *Sovremennyye problemy servisa i turizma*. 2017. Vol. 11. № 3. P. 59–70.
2. The Big Russian Encyclopedic Dictionary. M.: Big. encyclical. 2003. 1887 p.
3. Richards G. Creativity and tourism: the state of the art // *Annals of Tourism Research*. 2011. Vol. 38. URL: https://www.academia.edu/3070326/Creativity_and_tourism_in_the_city (reference date: 01.05.2019).
4. Hughes H. L. Tourism and the arts : A potentially destructive relationship? // *Tourism*

- Management. 1989. № 10. P. 97–99.
5. Yuwono A. A. Tourism promotion content through architecture context // *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*. 2018. Vol. 3. Iss. 8. P. 74–83.
 6. Scott A. J. Cultural economy and the creative field of the city // *Geografiska Annaler: Series B. Human Geography*. 2010. № 92. P. 115–130.
 7. Evans G. L. From cultural quarters to creative clusters – creative spaces in the new city economy // *The sustainability and development of cultural quarters: international perspectives*. Stockholm : Institute of Urban History, 2009. P. 32–59.
 8. Csapó J. The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry // *Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives*. InTech. 2012. P. 201–232.
 9. Richards G., Wilson J. Tourism development trajectories: from culture to creativity? // *Tourism, Creativity and Development*. Oxford : Routledge, 2007. P. 323.
 10. Creative Cities Map // [https://EN.UNESCO.ORG](https://en.unesco.org) : the official website of the UNESCO Creative Cities Network. URL: <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map> (reference date: 01.05.2019).
 11. UNWTO Study on tourism and intangible cultural heritage: Summary // [ETHICS.UNWTO.ORG](http://ethics.unwto.org) : the official website of the World Tourism Organization (UNWTO). URL: <http://ethics.unwto.org/publication/study-tourism-and-intangible-cultural-heritage> (reference date: 01.05.2019).
 12. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York : Basic Books, 2003. 404 p.
 13. Batalina T. S. Analysis of features? the formation of public space // *Business and Design Review*. 2017. Vol. 1. № 1 (5). P. 11–19.
 14. Gelfond A. L. Public building and public space. Dualism respect? // *Academia. Arhitektura i stroitel'stvo*. 2015. № 2. P. 20–33.
 15. The concept of preservation and development of the intangible cultural heritage of the peoples of Russia? Federation for 2009-2015: (official text: approved by order of the Ministry of Culture of the Russian Federation of December 17, 2008 № 267) // [MKRF.RU](http://mkrf.ru): official website of the Ministry of Culture of the Russian Federation. URL: <http://mkrf.ru/dokumenty/order/detail.php?ID=120103> (reference date: 05.01.2019).
 16. Development of the tourism sector in the Republic of Tatarstan for 2014-2020: (long-term target program: approved post. Cabinet of Ministers of the Republic of Tatarstan dated July 21, 2014 № 522) // [TOURISM.TATARSTAN.RU](http://tourism.tatarstan.ru): official website of the State Committee of the Republic of Tatarstan on tourism. URL: http://tourism.tatarstan.ru/eng/file/pub/pub_260971.pdf (reference date: 05.01.2019).
 17. The development strategy of the tourism sector in the Republic of Tatarstan until 2021 and the planning period until 2030: (official text: approved by order of the State Committee of the Republic of Tatarstan on Tourism dated July 24, 2017 № 109) // [http://CESI.TATARSTAN.RU](http://cesi.tatarstan.ru): official website of the State Budgetary Institution «Center for Economic and Social Research of the Republic of Tatarstan under the Cabinet of Ministers of the Republic of Tatarstan». URL: http://cesi.tatarstan.ru/eng/file/pub/pub_1052563.pdf (reference date: 05.01.2019).
 18. Master plan for the development of tourism of the Republic of Tatarstan // [TOURISM.TATARSTAN.RU](http://tourism.tatarstan.ru): official website of the State Committee of the Republic of Tatarstan on tourism. URL: http://tourism.tatarstan.ru/eng/file/pub/pub_234256.pdf (reference date: 05.01.2019).
 19. Museums and tourism: the integration of museums in the tourism industry. The experience of the Elabuga State Museum-Reserve // [ELABUGA.COM](http://elabuga.com): official site of the Elabuga State Historical, Architectural and Art Museum-Reserve. URL: elabuga.com/downloads/doklad_rudenko.rtf (reference date: 05.01.2019).
 20. Parks and squares of Tatarstan. URL: <http://park.tatar> (reference date: 01.10.2019).