

Секция «Культурная политика: современные модели и региональные особенности»

**Креативные индустрии для людей третьего возраста (проект Арт-пространства "Аj — иккис тыын")**

**Научный руководитель – Никифорова Саргылана Валентиновна**

*Готовцева Саргылана Ивановна*

*Студент (бакалавр)*

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Институт языков и культуры народов Северо-Востока РФ, Кафедра Культурология, Якутск, Россия

*E-mail: sl.gotovceva@gmail.com*

Идея культурной политики была разработана ЮНЕСКО в 1960-х годах и была направлена на улучшение доступности искусства и творческой деятельности для граждан и поощрения художественного, музыкального, этнического, литературного творчества. И вот спустя 60 лет культурная политика является одной из актуальных способов регулирования развития современной жизни. Культурная политика как инструмент обеспечения культурной жизни государства, является частью организации жизнедеятельности общества, становящееся фундаментом развития экономики и организации жизни, в целом. В современном мире, с каждым годом улучшаются условия жизни, здравоохранение и, следовательно, растет средняя продолжительность жизни человека. Так в 2019 году «по экспертным оценкам средняя продолжительность жизни в мире составляло 67 лет. В Российской Федерации эта величина на сегодня составляет 73 года», когда как 10 лет назад цифры покалывали 68-69 лет. И в это время, в России «доля пожилых граждан достигала 25% от числа населения»[7]. Это значит, что старшего поколения в наших городах все больше и больше, учитывая то, что в последнее время, пожилые родители больше перебираются из деревень в благоустроенные города. Из этого следует увеличение спроса на разнообразные формы организованного досуга для пожилых людей в виде клубов, кружков, культурно-просветительских работ и т.д. В творческом и досуговом плане, для людей третьего возраста существуют кружки при Домах культуры, школы третьего возраста или самодеятельные коллективы, и зачастую они имеют четкое расписание, разные нюансы, которые бывают, не совсем удобны для пожилых горожан. Если взять в пример Республику Саха (Якутия), то в городах Якутии по данным 2020 года живут 114 200 пожилых людей в возрасте от 55 до 70 лет и старше[6]. С уходом на пенсию образ жизни человека меняется. Сужается круг общения и потребностей, увеличивается количество свободного времени, которое необходимо заполнить полезной и содержательной деятельностью для полноценной жизни. В связи с этим, возникает необходимость содействия в решении проблемы организации свободного времени пожилых людей. В свою очередь, организация креативного времяпровождения пожилых людей предполагает деятельное участие в этом процессе их самих. Так, одной из актуальных проблем современного города является организация досуга пожилых людей. Сегодня в каждом городе стали появляться креативные кластеры, арт-студии, коворкинг-центры, и они представляют будущее общественное благополучие, но при условии правильного распоряжения творческими талантами и идеями, их реализацией и преобразованием в экономический ресурс. Основную цель креативных индустрий можно определить как сплочение и поддержку творческой части общества, стимулирование их продуктивности, а также способов сохранения, воссоздания коллективных форм жизнедеятельности. И это значит, что цель креативных индустрий не только в реализации «оригинальных идей» или в создании чего-то красивого и полезного, а в том, что, таким образом, можно «стимулировать людей, поддержать их, научить взаимопониманию, и сотрудничеству, организовать место встреч» [2., С. 66]. Так, одной из главных

форм организации креативных индустрий является креативный кластер - онлайн- или офлайн-пространство, которое соединяет представителей творческих профессий (дизайнеров, художников, музыкантов, режиссеров) и предпринимателей из сферы искусства. Но все эти пространства, как правило, больше нацелены на молодежь, и кроме кластеров создается множество других проектов для поддержки их творчества и идей, однако мы забываем, что у нас есть и старшее поколение, которое не менее креативно и амбициозно, чем молодое, и также нуждается в поддержке. Арт-пространство или креативный-кластер для людей третьего возраста - это возможность для реализации творческих способностей; место, где можно реализовать свои идеи, найти единомышленников и извлечь из этого выгоду, ведь это еще и платформа для малого бизнеса и самозанятости: от ларька с вязанными изделиями и причудливыми безделушками до мастер-классов по изготовлению домашних ирисок. И, учитывая размер пенсионных выплат, это может стать реальным способом дополнительного дохода для более обеспеченной жизни. Также это место, где будет происходить общение и обмен опытом не только со своими сверстниками, но и молодым поколением. Развитие и поддержка культуры, культурная политика в целом не должна позиционироваться только как молодежное явление, но их актуальность в качестве реальных социокультурных практик для всех, без ограничения возрастов, в основе которых лежит «творческая и интеллектуальная составляющая, которые способствуют экономическому росту и социальному развитию городов и территорий» [1, С.15]. Такие формы креативных индустрий как «кластеры для пожилого поколения» это также реальный вклад в развитие и популяризации национальной традиционной культуры и творчества. Таким образом, предоставив оборудованное пространство для творческой деятельности: проведения выставок, мастер-классов и чайных клубов; где будут базироваться по интересам все: от художников и фотографов-любителей до студий национального танца, - мы можем решить проблему с организацией досуга пожилого поколения, создать новую платформу для развития креативных индустрий и просто подарить им возможность открыть в себе таланты, развить их и делиться творчеством с окружающими. Креативные кластеры для пожилого поколения должны стать настоящим третьим местом с творческим началом и значительным вкладом в развитие как национальной, так и современной культуры. Ведь творить никогда не поздно!

### Источники и литература

- 1) 1. Лэндри Ч. Креативный город. — Пер. с англ. — М. : Издательский дом "Классика-ХХГ", 2006. — 399 с.
- 2) 2. Ольденбург Р. Третье место. Кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Р. Ольденбург — «НЛО», 1989, 1997, 1999 — (Studia Urbanica)
- 3) 3. Тросби Д. Экономика и культура / Д. Тросби — «Высшая Школа Экономики (ВШЭ)», 2001 — (Исследования культуры)
- 4) 4. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Классика - XXI», 2007. — 421 с.
- 5) 5. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии [Текст] / пер. с англ. И. Кушнаревой; под науч. ред. А. Михалевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — 456 с. — (Исследования культуры). — 1000 экз. — ISBN 978-5-7598-0837-4 (в пер.).
- 6) 6. URL: <https://sakha.gks.ru/folder/32348> (дата обращения 14.05.2020)
- 7) 7. URL: <https://tass.ru/> (дата обращения 14.05.2020)