

# ГОРОДСКОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ ИГРЫ (С ПОЗИЦИИ ТУРИЗМА)

В статье рассматриваются предпосылки развития игрового туризма в городе. В культурном пространстве города предлагается выделение игрового пространства. Для него будет характерна ориентация на игровой интерактив. Основной акцент в привлечении горожан и туристов делается не на архитектурных памятниках, а на особых социальных практиках, не на дистанционном наблюдении, а на межличностном взаимодействии. Автор приходит к выводу, что для формирования города как центра игрового туризма требуется, во-первых, представление в информационном пространстве, а, во-вторых, подготовка специальных кадров.

**Ключевые слова:** городское пространство, игровое пространство, туризм.

О.В. Terenteva

Saratov State University

## THE URBAN SPACE AS A PLATFORM FOR GAMES (FROM THE STANDPOINT OF TOURIST ACTIVITY)

The article discusses the prerequisites to develop the game tourism in a city. The author suggests to allocate game space in the cultural space of the city. The game space is going to focus on gaming interactive. The article emphasizes that attraction of citizens and tourists is carried out by special social practices and interpersonal interactions. The author concludes that the formation of the city as a center of the game tourism requires information promotion and the training of special personnel.

**Keywords:** urban space, game space, tourism.

Поиск городами новой специализации после исчерпания индустриального задела советского времени и развития в условиях затруднённого доступа к инвестициям делает особенно актуальными пути развития третичного сектора экономики города. Он связан не только с торговлей и традиционными услугами населению, но и новыми видами услуг, которые могут быть интересны как местным жителям, так и туристам. Одной из социальных практик, которая ещё слабо вовлечена в сферу услуг в России, является игра. Сущность, особенности и возможности развития игры в городе с целью привлечения туристов — всё это составляет содержание данной статьи.

Трансформация городского пространства. Известно, что города, соревнуются между со-

бой за привлечение людей, как постоянных жителей с высокой квалификацией, так и туристов. Можно выделить различные подходы к определению аттрактивности тех или иных населённых пунктов. Процесс усиления аттрактивности сопровождается трансформацией городского пространства. Оно становится более специализированным (локально) и разнообразным [7] вплоть до отдельных зданий и сооружений. Одним из путей повышения разнообразия городского пространства является внедрение и популяризация игровой деятельности. Как отмечает Е.В. Орлова, «игровой элемент культурного пространства является одним из важных смыслообразующих факторов организации культуры» [6, с. 44]. В практическом плане для конкретной городской территории это означает формирование культурных осей и зон как площадок для игры, — мест, где общение, образование, осуществление услуг происходит в игровой форме.

В настоящее время ячеистая структура города становится слишком дисперсной для вза-

имодействия индивидов. Современные информационные технологии, доступность дистанционной коммуникации привели к обособлению лиц, оказывающих услуги, от собственно клиентов, особенно клиентов случайных, не ищущих специально информацию о данной услуге. В этих условиях больший выигрыш может быть получен в ходе усиления непосредственных коммуникаций, собственно, трансформации коммуникации в вид продукта, который можно до определённой степени капитализировать. Данная идея далеко не нова, однако в современных условиях приобретает новые нюансы, связанные, в том числе, с особенностями социально-географического пространства. Речь идёт, например, о привлечении дополнительного информационного слоя (посредством в том числе приложений т.н. «дополненной реальности») в основные точки и линии коммуникации людей (площади, набережные), их использование в качестве площадки для различных видов деятельности в разное время суток.

В этом существенная роль принадлежит игре, как деятельности, наилучшим образом связывающей культурные, социальные и экономические аспекты функционирования города. Игровое пространство является частью культурного пространства. Игровая деятельность разворачивается в игровом пространстве города и обладает следующими характеристиками: она в определенный момент начинается и в определенный момент заканчивается; пространством игры может служить игровой стол, сцена, пространство города и места, на которых осуществляется игровая деятельность; игровое пространство может носить временный или постоянный характер (как например, столы для настольного тенниса, шахматные столы и т.п.) [5].

На основе вышесказанного, уличную игру можно классифицировать по занимаемому пространству (при этом пространство выступает как материальное средство игры): настольные игры, сценические игры, игры-квесты. Для настольных игр достаточна плоская поверхность, на которой разворачивается игровая деятельность (например, шахматы, шашки). Для представлений требуется сценическая территория. Игры-квесты (о квест-индустрии см. [2]) уже выходят за пределы ограниченной территории. Они могут развиваться на площади целого квартала или всего города.

Игра включает также общие аспекты культурной коммуникации, что «...предполагает соответствующие условия, в которых индивиды могут сосредоточиться на взаимодействии, включающем развлечение, обучение, творчество» [9, с. 25].

С этих позиций основной акцент в привлечении туристов делается не на осмотр, например, архитектурных памятников, а на вовлечение их в особые социальные практики, не на дистанционное наблюдение, а интерактивное взаимодействие. Практически, пешеходные улицы города превращаются в площадки для театрализованных представлений. Безусловно, на первоначальном этапе требуется масштабная подготовка, как минимум ремонт зданий по основным «туристическим» улицам.

Перспективы развития игрового туризма в Саратове. Ориентация Саратова на развитие игровой деятельности представляется достаточно перспективной, ведь она будет происходить за счёт вовлечения в этот процесс не только горожан, но и туристов.

Возможность проведения игровой коммуникации связана с созданием особых, подходящих условий, что отразится на городе в виде создания культурно-туристического пространства, о чём пишут в отношении Саратова Ю.В. Преображенский, Л.В. Макарцева [9]. Комфортные зоны для игры начинаются с пешеходных пространств. Авторы справедливо замечают, что «показателем комфортности является и то, насколько интересно и безопасно на этих улицах находиться детям» [9, с. 25].

На первом этапе следует выделить места в городе с наибольшим количеством социальных практик, т.е. занятый горожан и приезжих. «Очевидно, что здесь работает мульти-плакативный эффект и один вид занятой привлекает другой, а их сочетание привлекает ещё больше участников этих практик или просто зрителей» [8, с. 180].

Такие зоны, локусы необходимо соответственно обустроить. Они станут «первичными ядрами» формирования игрового рекреационного пространства (о термине см. [1]). Наиболее оптимален вариант последовательного (год от года) расширения его зон, начиная с небольшого участка или некоторых зон. Такие «опытные» участки не должны оказываться перегруженными. Таким образом, игровое рекреационное пространство будет раздвигаться.

Впоследствии желательно включение в него не только улиц, но и лежащих между ними кварталов. Горожане в последние два десятилетия лишились доступа к чужим внутривартальным общественным пространствам, особенно это касается жителей мегаполисов. Саратов с этих позиций интересен своими дворами, где по сути можно видеть деревенский образ жизни. Эта кажущаяся горожанам «отсталость» может представлять собой один из привлекательных для туристов моментов. По большому счёту, им открывается возможность наблюдать повседневные практики представителей стар-

ших поколений, возможно, включаться в них в игровой форме, это своего рода ретро-туризм. Здесь же появляется возможность запустить игры для детей и подростков — ведение обруча, сюжетные игры.

Среди игровых развлечений для взрослых в Саратове традиционно сильна игра в шахматы и нарды «на скамейке», также ряд других игр, как настольных, так требующих относительно небольшого пространства, их достаточно легко ввести в практику. Нужно формировать город как место для семейного отдыха, а ведь именно на отдыхе члены семьи более плотно общаются друг с другом, в том числе и в игровом взаимодействии. Как показывает практика, значимая часть игр просто незнакома взрослым. Для развития такой практики требуется «выворачивать» тайм-кафе наружу.

Другую часть развлечений логично дополнят жонглёры и фокусники. Их подготовка — довольно долгое дело, а оплата требует отдельной статьи расходов. Тем не менее, представляется, что в имиджевом отношении затраты оправдывают себя. Возможно, стоит задуматься о создании специализированного института «уличных развлекательных искусств».

Значимым препятствием является сезонность проведения ориентированных на туристов мероприятий на общественных пространствах. Впрочем, в холодное время года в области существуют другие аттрактивные точки прежде всего в Хвалынском районе.

Очевидной проблемой является неразвитость города и области как туристических брендов [10–12]. Представление об области как о «первой космической гавани» может быть развито именно с позиций развития игр на космическую тему — городок подготовки юных космонавтов, например. Только при появлении реальных объектов, привлекающих туристов, можно строить стратегию продвижения Саратова на российский туристический рынок, реализовывать его потенциал [3, 4].

Таким образом, трансформация городского пространства в направлении вынесения сферы услуг в общественные пространства и ориентация на игровой интерактив может стать одним из наиболее перспективных направлений в привлечении туристов. Такая работа потребует ряда шагов, лежащих, в том числе, в информационном пространстве, а также определённой подготовки кадров. Практики игрового туризма способствуют трансформации городской среды в более комфортное, более культурно насыщенное пространство. В силу особенностей человеческого восприятия наиболее перспективны для развития туризма пешеходные улицы и вообще линейные пространства, объединяющие локальные

площадки для собственно игры. С развитием внутренней структуры пешеходных пространств у Саратова появится больше возможностей для формирования игрового рекреационного пространства, которое может быть капитализировано.

#### Библиографический список

1. Зырянов А.И., Зырянова И.С., Королев А.Ю., Мышиллявцева С.Э., Щепеткова И.О. Рекреационное поле пермской агломерации // Географический вестник. 2017. №1(40). С. 116–123.
2. Лядова А.А., Преображенский Ю.В. Развитие квест-индустрии в России: пространственные аспекты // Вестник ТвГУ. Сер. География и геоэкология. 2017. №2. С. 81–92.
3. Макарцева Л.В. Саратовская область на национальном туристском рынке // География в Саратовском университете. Современные исследования: сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2014. С. 58–63.
4. Макарцева Л.В., Щеглов Д.М. Туристический потенциал Саратовской области и условия его реализации // Известия Алтайского отделения Русского географического общества. 2014. №35. С. 86–89.
5. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология. М.: СИНТЕГ, 2007. 668 с.
6. Орлова Е.В. Культурное пространство: определение, специфика, структура // Аналитика культурологии. 2010. №15. С. 42–53.
7. Преображенский Ю.В. Внешние и внутренние причины разнообразия городского пространства // Россия и ее регионы в полимасштабных интеграционно-дизинтеграционных процессах: мат. междунар. науч. конф. в рамках VIII ежегод. науч. ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов / гл. ред. А.И. Зырянов, М.Д. Шарыгин. Пермь, 2017. С. 416–419.
8. Преображенский Ю.В. Перцепционная география на локальном уровне: некоторые методы выявления то-тофильных и топофобных мест // Общество. Человек. Риски: сб. мат. Всерос. науч.-практ. конф. 2017. С. 179–181.
9. Преображенский Ю.В., Макарцева Л.В. Территориальные аспекты и принципы трансформации культурного пространства города (на примере Саратова) // Изв. Сарат. ун-та. Сер. Науки о Земле. 2018. Т. 18, вып. 1. С. 22–26.
10. Терентьева О.В., Лощева Д.Ю. Опыт разработки экскурсии «Брендовые места Саратова» // География в Саратовском университете. Современные исследования: сб. науч. тр. Саратов, 2014. С. 63–67.
11. Терентьева О.В., Лощева Д.Ю. Применение брендов территории в экскурсионной деятельности (на примере экскурсии «Брендовые места Саратова») // Известия Саратовского университета. Сер. Науки о Земле. 2014. Т. 14. №1. С. 37–40.
12. Терентьева О.В., Лощева Д.Ю., Щеглов Д.М. Выявление потенциальных туристских брендов как элемент позиционирования территории (на примере города Саратова и Саратовской области) // Известия Саратовского университета. Сер. Науки о Земле. 2015. Т. 15. №1. С. 24–27.