

CREATIVE TOURISM, CREATIVE INDUSTRY - POLICIES AND MODELS TO INCREASE THE TERRITORIAL POTENTIAL

Abstract: Creative tourism is seen as a sector of the creative industry, as a defining sector, especially for territories in need of revitalization and enhancement of their potential. The development of creative tourism aims at increasing the attractiveness, stimulating and driving territorial changes, economic vitality and growth, social inclusion of the local population, well-being and a higher quality of life, i.e. creation of creative space and social cohesion. Therefore, cultural policy is not only about the management of the arts, its survival in consumer society, or its dependence on the support of the state. Culture is more than ever a tool to meet local and global challenges, connect people, innovate, gain new knowledge or generate intercultural dialogue and cooperation – which will ultimately lead to a more peaceful community and its cultural, spiritual growth and raising the standard of living. The culture of cities and regions helps to identify and preserve local traditions and initiatives, especially through community involvement in policy-making. The more important directions of the creative tourism policy are formulated. Different types of management models emerge to manage the combination of local population, tourist visitors (low operators) and decision makers, types of creative activities, visitors' training, knowledge and skills development, establishment of creative clusters and networking and etc. The presentation of an idealized model or a utopian vision for creative clusters poses the risk of a homogeneous formulation or repetition of stereotypes. The purpose of the article is to follow up and to come up with ideas for the development of creative tourism, as the focus on creativity and tourism has increased due to the increasing importance of the creative economy in recent years. In addition, it is to evaluate the role of creative tourism in shaping and establishing the identity of the tourist territory - settlement. Its implementation determines the specificity of creative tourism in a certain territory and identifies the benefits of its development, which also traces the path of development.

Author information:

Maria Shishmanova

Prof. PhD

South-West University “Neofit Rilski” – Blagoevgrad

✉ valkova_chich@abv.bg

🌐 Bulgaria

Keywords:

creative tourism, policies, models, innovation, new knowledge, standard of living

Въведение

Творческият туризъм е сектор на творческата индустрия и то определящ, особено за територии нуждаещи се от ревитализиране и повишаване на потенциала им. С неговото развитие се цели завишаване на атрактивността, стимулиране, растеж и движещи териториални промени, икономическа жизненост, социално включване на местното население, благополучие и по-високо качество на живот, т.е. създаване на творческо пространство и социално сближаване. Културната политика не се отнася само до управлението на изкуствата, нейното оцеляване в консуматорското общество или нейната зависимост е от значение и от подкрепата на държавата. Културата е все повече от всякога инструмент за справяне с местните и глобални предизвикателства, за свързване на хората, за иновации, за придобиване на нови знания или за генериране междукултурен диалог и сътрудничество - което

в крайна сметка ще доведе до по-спокойно обединяване на обществото и неговото културно, духовно израстване и повишаване на жизнения стандарт. Културата на градовете и регионите помага да се идентифицират и запазят местните традиции и инициативи, особено и чрез участие на общността в разработването на политики. Формулират се все по-важни насоки на политиката за творчески туризъм. Появяват се различни видове модели на управление на комбинацията между местното население, посетителите – туристи (ниските оператори) и ръководителите на решенията, видовете творчески дейности, обучението на посетителите, развитие на знанията и уменията, създаване на творчески клъстери и работа в мрежа и т.н. Представянето на идеализиран модел или утопична визия за творчески клъстери, води до риск за една хомогенна формулировка или повторение на стереотипи. Целта на статията е да проследи и предложи идеи за развитието на творческия туризъм, тъй като се увеличава вниманието към творчеството и туризма поради нарастващото значение на творческата икономика през последните години. Освен това да оцени ролята на творческия туризъм за формиране и утвърждаване на идентичността на туристическата територия – населено място. За изпълнението ѝ се определя спецификата на творческия туризъм в определена територия и се идентифицират ползите от развитието му, с което се трасира и пътя на развитие и растеж на територията.

Същност и особености на творческия туризъм

Творческият туризъм е дефиниран през 2006 г. по време на организираната от ЮНЕСКО международна конференция за креативен туризъм, проведена в Санта Фе [4]. Определен е като пътуване с цел пряко участие и придобиване на автентичен опит, натрупване на познания за сферата на изкуството, културно-историческото наследство и конкретните места, където се предлагат възможности за непосредствена комуникация с местната общност и се създава истински „жива” култура. Според Катриона Кампбел творческият туризъм е „набор от творчески дейности, в т.ч. наблюдаване на художествени изкуства, придобиване на опит в автентични занаяти, участие в кулинарни семинари при престой в качествени места за настаняване и безпроблемна активна комуникация с местната общност” [3]. Криспин Реймънд дефинира креативния туризъм като „придобиване на определени умения през ваканцията, които са съществена част от туристическия опит и преживяванията, а общността-домакин е целева територия за познавателни посещения” [8]. Туристите развиват творческия си потенциал, като се приобщават се към местните обитатели чрез неформално участие в интерактивни семинари и практически занимания за овладяване на специфичен умения и опит.

Творческият туризъм е съвременна форма на културно-познавателния туризъм, за потребителите, удовлетворяващ техните потребности и желания за откриване, изучаване и усвояване на нови културни дейности, запознаване с непознати места, култури и хора, а за местната общност разпространяване на местната култура, развитие на традиционни дейности, обреди, ритуали, традиции и иновации, както и взаимно духовно обогатяване и акумулиране на нови преживявания. Притежава значителен потенциал за промяна и разнообразяване на традиционните и стандартните видове туризъм. Творческият туризъм стимулира социалното, културното развитие и местната икономика. Той дава възможност на посетителите да участват в начина на живот на резидентите, да се потопят в автентична атмосфера, да се създаде общност, която подпомага запазването на местните традиции и ценности, а освен това да ги и разпространи.

Творческият туризъм оказва влияние със своята съвременна потребителска култура, която провокира съзнателното и целенасоченото съхранение на културните ценности – духовни и материални. Той влияе върху трансформации в мисленето и отношението към новите и различните изживявания при престой. Установените модели на туристическо потребление се разширяват и обогатяват класическите туристически продукти и услуги. Включването на

дейности, провокиращи творческо мислене, оригиналност, съзидателност, идейност, иновативност и изобретателност разнообразява туристическия продукт.

Творческият туризъм допринася за формиране, усъвършенстване и утвърждаване на идентичността на туристическото място и неговото диверсифициране. Правилно провежданата политика на развитие на творчески туризъм допринася за изпълнението ѝ, определя спецификата му за дадена територия и идентифицира ползите от развитието му.

Туризмът основан на творчеството, може да се окаже още по-подходящ за гъвкав режим на натрупване на капитал, отколкото традиционният културен туризъм. Не е необходимо да има много изградено наследство, няма нужда от скъпо съхранение и поддръжка на стареещи структури. Това обаче не означава, че творческият туризъм е по-лесен туризъм. Липсата на материални активи означава, че суровината за творчески туризъм трябва да бъде създадена не само от производителите, но и от самите туристи. Това изисква както творческа консумация, така и творческа продукция от страна на туриста. Важно е туристите да се ангажират с опита си в творчеството, но и да спазват изискването за използване на творческите ресурси на определено място в дестинацията, за да се стимулират творческите процеси и творческото производство. Пространствената локация на творческото потребление и производство е от решаващо значение за основната концепция за творчески туризъм и може да бъде и ключов механизъм за избягване на възникването на серийно възпроизвеждане, често свързано с традиционните модели на развитие на културния туризъм [12].

Творческият туризъм предлага на посетителите възможност да развият техните индивидуални творчески способности чрез активно участие в курсове и обучения, които са характерни и специфични за съответната територия, населено място [8].

На тази основата могат да се определят по-важните особености на творческият туризъм:

- наличие на творчески потенциал, който осигурява на туристите разнообразен спектър от инструменти, за да развият собствените си възможности и капацитет и да остане в тях нещо повече от сувенир;
- активно участие на туриста ангажиран в творческия процес, за създаване на благоприятна среда за обмен с местната общност и култури;
- неповторими преживявания на основата на творческото взаимодействие като най-важен творчески процес, обвързано с дестинацията и условията, създадени от връзката творчество - идентичност;
- съвместно създаване на продукт от туристи и местни хора, чрез увеличаване на познанието за начина и вида на продуктите, услугите, преживяванията, получени с общите усилия на производители - учители и потребители – ученици [1].

Творческият туризъм е форма и логично продължение на културния туризъм, но с по-широк обхват и по-задълбочен познавателен ефект. Туристът при творческият туризъм се явява съучастник в дадения процес, а не само съзерцател, както е при културния туризъм. Той е деен участник, който се научава да изработва предмети, да се забавлява, да изучава изявявайки собствените си способности и умения и, добавяйки нови. Така креативният турист взаимодейства по - тясно, задълбочено и устойчиво с културата и традициите на общността - домакин. Творчески настроеният потребител търси автентични и привлекателни преживявания, демонстрира готовност и желание да развива индивидуалните си способности и съзидателен потенциал чрез туризма.

Това се обяснява основно с приложението на творчески подход:

- с потенциал за улеснено създаване на стойност, поради немасовото разпространение на творчеството като специфично качество сред хората, за разлика от по-често срещания общообразователен интерес към културни туристически продукти;
- средство за повишаване на конкурентоспособността на предлаганите продукти и услуги, които творци, производители и доставчици в дестинациите обновяват значително бързо;
- разглеждан като процес, при който източниците на креативност са по-устойчиви. Докато физическите културни ресурси могат да се изчерпят с времето и дори да деградират, то творческите ресурси са практически неограничено възобновяеми. Ръстът на културни и художествени фестивали в Европа през последните години потвърждава този факт.
- мобилен и динамичен. Общото и масовото културно потребление зависи от концентрацията на съответните ресурси, то творческият потенциал може да бъде мобилен – предлагането на изкуство и творби с художествена стойност е възможно да се организира на практика навсякъде като е възможно за някои дейности и без специализирана инфраструктура.

Въздействие на творческия туризъм за изявяване идентичността и завишаване потенциала на туристическото място

Творческият туризъм създава множество предпоставки за изявяване идентичността и завишаване потенциала на туристическото място. Към материалните се отнасят културна стойност, разширяване на пазара, иновации на продукти и услуги, опазване на културното наследство, устойчивост, създаване на заетост и др. Към нематериалните въздействия могат да се посочат социална значимост, опазване на културни ценности, социален и културен обмен. Особено важни са нематериалните преимущества, свързани с:

- местната идентичност и уникалност, постигнати с поставяне в центъра на характерни за общността - домакин изкуства, занаяти, „прохождащи“ иновации. Тяхната автентичност допринася още повече за изявяване на идентичността на мястото;
- диверсификация на туристическото място в културен аспект, конкуриращо успешно на пазара на туризма, трябва да е сравнително по-чувствително към неповторимостта и оригиналността на туристическите предложения. Местните общности трябва да стимулират и да наблягат допълнително на местната културна идентичност, да опазват и съхраняват разнообразните и неповторими достойнства на мястото, като по подходящ начин представят неговите творчески туристически ресурси. Предимствата на творческия туризъм се основават на познанията, способностите и уменията, а практическата им изява може да бъде вдъхновена, от съвременните форми на изкуство, творчество, талант и традиционните културни източници. „Творческият туризъм е съзидателен и градивен, с устойчив потенциал, комбиниращ запазването на автентичните ресурси с тяхното обновяване и съвременна конструктивна интерпретация. Творческите продукти и услуги се представят и предлагат съвместно чрез разнообразни канали и платформи“ [5].

Взаимовръзки между туризъм и творческа икономика

Взаимовръзките между туризъм и творческа икономика могат да генерират редица потенциални ефекти, които надхвърлят нарастващото търсене на опит в туризма [6]. Те включват:

- увеличаване на търсенето в туризма и / или промяна на туристическите профили чрез генериране на нов и ангажиращ туристически опит;
- изграждане на имидж чрез увеличаване прилагането на креативността при изграждане на маркетинг и по-добър дизайн на туристическите места;
- разработване на „мека инфраструктура“ като малък мащабен творчески бизнес, творчески пространства, курсове, опит, кафенета и ресторанти, които функционират като възли в

творческите мрежи, позволявайки на производителите и потребителите да си взаимодействат;

- създаване на специфична атмосфера, за да станат местата по-привлекателни за творческите работници, туристите и местните жители;
- привличане на творчески таланти чрез повишаване на качеството на живот и качеството на възможностите както в туризма, така и в творческите индустрии;
- стимулиране на иновациите чрез добавяне на творческите импулси и новите технологии към развитието на туризма и отправяне на предизвикателство за творческите индустрии да намерят нови подходи на управление на туризма и подобряване на бизнес туризма;
- стимулиране на износа чрез продукти, които свързват творческото съдържание, местата и културата с цел повишаване на общия интерес към местното творчество и стимулиране на туристическото посещение;
- създаване на клъстери и изграждане на мрежи, за да се подпомогне създаването на места като възли в творческите мрежи, стимулиране както на бизнес пътуването, така и на свободното време и обединяване на рекламните послания в постоянни (клъстери) или временни възли (събития);
- развитие на знания и умения в резултат на увеличаване на контактите между професионалисти и професионалисти в туристическата индустрия, между производителите и потребителите и между потребителите и местните жители.

Сега се обръща повече внимание на взаимовръзките между творчеството и туризма от страна на политиците в областта на културата и туризма. В неотдавнашната декларация Сиам Реап за културния туризъм [13] подчерта необходимостта от „насърчаване на по-силни връзки между туризма, живите култури и творческите индустрии“.

Взаимовръзките на туризма с творческите индустрии водят до синергия с различни индустриални сектори, допълваща интегралния характер на взаимовръзките туризъм – творчество – талант. Творчеството е силен мотивиращ фактор, особено за по-младите туристи, който стимулира повтарящи се посещения в дестинацията. Синергията творчество– туризъм е все по-ясно се налага в началото на XXI в. като реакция на масовото разпространение на културния туризъм. Развитието и насърчаването ѝ надхвърля обичайните ефекти, свързани с нарастване на търсенето на интересни преживявания.

Политики за развитие и растеж на творчески туризъм

Развитието на творческия туризъм изисква приспособяване на водената от централните и местните власти туристическа политика. Това включва трансформация и насочване към нематериално съдържание на основните продукти, формирани от туризма и творческите индустрии. Туристическите организации следва да активизират ролята и действията си по отношение на подготовката и разпространението на творчески продукти и услуги. Това изисква и налага придобиване и развитие на съответни умения и от самите организации, по-важни от които са свързани с осигуряване на техническа подкрепа; предприемачески и лидерски способности, обединяване и сътрудничество за предоставяне на финансови услуги и др.

Търговските компании изпълняват централна роля в подпомагането на публичния сектор относно творчески туризъм. За субектите на туристическата политика е важно да оценят значителните промени, провокирани от ръста на творческата икономика. Това налага използване на разнообразен инструментариум и сериозен набор от средства на туристическа политика, които да подсилят държавите, градовете и населените места с възможността за ефективно улавяне и възползване от добавената стойност, предложена от творческия туризъм. За целта е необходима

активна правителствена намеса и подкрепа чрез важни политически действия и мероприятия като:

- натрупване на информация и познания, които са основен двигател при създаване на стойност;
- обединяване на производители и потребители за съвместно създаване на положителни ефекти и въздействия;
- приложение на нови технологии за осигуряване на взаимовръзките между производители, потребители и творческите места;
- развитие на творческите индустрии, базирани на нематериалното съдържание, което е източник на нови предизвикателства пред туристическата политика;
- максимално използване на добавената стойност от творческите индустрии, заради необходимостта от по-голяма интеграция и сътрудничество между индустрии и сектори.

Може да се обобщи, че развитието на творческия туризъм предлага редица предизвикателства пред субектите на туристическата политика. Съвместната им работа с множество партньори, в т.ч. и потребители, е насочена към създаване на нови по съдържание услуги и платформи за разпространението им. Политиката следва да се реализира чрез активните взаимодействия с мрежите от много сектори и с различни участници, а не да се ограничава само в рамките на туристическата дистрибуционна верига. Цялостното ефективно управление на креативния туризъм като част от творческите индустрии предполага симбиоза между култура, бизнес, образование, нови технологии и ландшафт.

Пренасочването на потребителския интерес от традиционните обекти на културно наследство (музеи и паметници), към интегрираните по атрактивен начин популярни, съвременни културни елементи и нематериалното културно наследство стартира през последното десетилетие на XX в.

Концепцията за творческия туризъм се насочва основно към преживяванията, акумулирани чрез взаимодействия с елементи на материалната култура, най-често занаяти. На съвременния етап се включват по-малко осезаеми културни форми като медии и начин на живот, а не са рядкост и случаите, в които творчеството и туризмът се обвързват чрез икономиката. Така се създават възможности за увеличаване на входящия туризъм, представян чрез популярната култура на съответна страна, нейните музикални, филмови или фестивални продукти, като се реализира по този начин износ на творчески ресурси.

Туризмът, на основата на творческия потенциал на дадено място увеличава и диверсифицира търсенето, достига до нови целеви групи, особено в младежкия сегмент и стимулира растежа като цяло. Насърчаването на иновациите генерира нови начини за разпространение на преживяванията сред туристите.

Разработване на политики и модели

Увеличаването на вниманието към творчеството и туризма отразява нарастващото значение на творческата икономика през последните години. Много страни стимулиращи творческата икономика като източник на доходи и работни места, разпространяват подходи за творческата икономика, която се стимулира и от международните органи като OECD и UNCTAD. UNCTAD изготви международни обзори за творческата икономика, както и национални концепции. Националният доклад за Република Корея [15] е особено интересен пример за интеграция между творческите индустрии, индустрията и туризма.

Редица нововъзникващи икономики също започват да изследват потенциала на връзките между творческата икономика и туризма. Политиките за творческа икономика в развиващите се страни често са свързани с други приоритети за развитие, като намаляване на бедността, защита

на културното наследство, социално включване, а също и с туризма, тъй като творческите продукти могат да бъдат допълнителни атракции в туристическите дестинации.

Преминаването на подходите на творческата икономика към развиващите се икономики повдига въпроса за целесъобразността на трансфера на творческа политика. Някои автори твърдят, че нововъзникващите икономики може да затруднят възприемането на първоначалната (западна) концепция за творческа икономика поради различни мотиви, различия в икономическата структура и ценности. Но творческото развитие също е изключително привлекателно поради сравнително мобилния характер на творчеството.

Ръстът на творческата икономика и новите технологии правят творческото съдържание достъпно почти навсякъде. Това е важно за творческите продуценти и по-специално за страните и регионите, в които са базирани да развият връзка с туристическото място. Това може да увеличи отличителната способност на творческите продукти като им помогне да се конкурират ефективно, както на международно, така и на местно ниво. Особено от гледна точка на туризма, специфичната връзка с мястото е важна за придаване на уникална идентичност на творческите продукти и за създаване на причина хората да посещават това място. Следователно въвеждането на креативност е важно измерение както за творческата икономика, така и за туристическата политика.

В този смисъл има много възможности за развиващите се икономики в разрастващия се творчески сектор на туризма. Много от нововъзникващите страни са сравнително бедни на осезаемо наследство (като например обекти на световното наследство на ЮНЕСКО), но богато на нематериално наследство под формата на традиционни практики и знания.

Наблюдава се забележимо изместване към нематериалното съдържание като основен продукт, споделян от туризма и творческите индустрии. Това предоставя възможности за развитие на творчески туризъм и опит от културни и творчески организации. Но това също означава, че туристическите организации ще трябва да развият по-голяма роля в създаването и разпространението на творческо съдържание. Това от своя страна изисква прилагането на повече творчески умения в самите туристически организации.

Творческите иновации в туризма също ще изискват преработване на самата система за пътуване, преминаване от традиционна верига на стойност към по-обширна и дифузна „стойностна мрежа“, която не включва само доставчици на пътувания, но включва и потребители, резиденти и други - пътуване на актьори в процес на създаване на опит за пътуване.

Това има редица важни последици за политиката според ОИСР (2014 г.), включително:

- политиките трябва да се съсредоточат върху знанието като основен двигател на създаването на стойност;
- политиките трябва да имат за цел да обединят производителите и потребителите, за да създават стойност;
- новите технологии осигуряват основните връзки между производителите, потребителите и местата;
- творческите индустрии до голяма степен се основават на нематериално съдържание, което поражда нови политически предизвикателства в сравнение с традиционната култура;
- пълноценно използване на потенциала на добавената стойност на творческите индустрии, за да има по-голяма интеграция и сближаване между индустриите и секторите.

Тези промени предполагат и нови роли за заинтересованите страни в творческата туристическа система, най-вече за публичния сектор. Публичните власти играят благоприятна роля за развитието на творчески туризъм, включително подкрепа за малките и средни предприятия, мрежи и развитие на кълъстери. Частният сектор води развитието на интересно,

ангажиращо творческо съдържание за привличане на посетители. Туристическите организации трябва да бъдат активно включени. Сътрудничеството между туризма и творческите индустрии предполага процес на знания и развитие на капацитет за реализиране на взаимна изгода.

Добър пример за това е начинът, по който публичните власти развиват инициативи за „интелигентен туризъм“ чрез прилагането на креативни технологични решения. Пример е Южна Корея където „творческият туризъм на базата на ИТ“ се популяризира чрез програми като проектът конкурс за творчески туризъм, който дава финансиране за развитие на проекти за творчески туризъм, особено когато става въпрос за прилагането на нови технологии [6]. Проектът „Мигащ Сеул“ съчетава набор от интелигентни приложения, които позволяват на чуждестранните посетители да се движат из града на техния собствен език и да събират подробна информация за кварталите и атракциите в града. Това е един пример за това как градовете използват големите данни, които притежават, за да дадат по-богата информация за културата и творчеството на посетителите.

Нови модели изискват новите възможности, които се появяват и от прехода от традиционния културен туризъм към творчески туризъм. Тъй като потребителите изискват повече ангажиране на интерактивен културен опит, конвенционалният културен туризъм се засилва, но и променя от спецификата на творческия туризъм. Туризмът, който предлага на посетителите възможността да развият своя творчески потенциал чрез активно участие в курсове, обучения, творене съвместно с местните хора, което е характерно за всяка дестинация, определя и разнообразни модели на творчески туризъм в зависимост от дейността и предоставените условия.

В светлината на определението за творческа икономика, прието от ОИСР, творческият туризъм може да бъде предефиниран като „базирани на знанието туристически дейности, които свързват производители, потребители и места чрез използване на технология, талант или умения за генериране на значими нематериални културни продукти, творческо съдържание и преживявания, характерни за дестинацията“. Това прилагане на творчески умения за развитието на туристическия опит може да приеме много форми, модели включително разработването на творчески курсове и работилници, творчески събития, срещи с творчески производители и развитието на творчески пространства.

Връзките, създадени между производители и потребители на творчески туризъм, водят до сътворяването на опит, при който уменията и знанията се прехвърлят между местните домакини и техните посетители [10]. Това също има ефект от промяната на традиционните взаимоотношения в туризма, които обикновено позиционират домакина като обслужващ нуждите на туриста. В творческия туризъм обменът е по-равен, защото и домакинят, и гостът допринасят за умения и знания за творческия процес.

Творческият туризъм има тенденция да набляга на релационните аспекти на туризма. Автентичността вече не се определя само от културата, срещана в и при материалните обекти на култура, но все повече разчита на срещата с местната култура и творчество, т.е. нематериалното културно наследство. Тенденцията „живея като местен“ се разпростира в различни области на света и въвежда туристите директно в безброй различни стилове на живот. Творческите индустрии са особено важни за предоставянето за вида модели, които са привлекателни за хората, които живеят в даден район постоянно, както и за различни видове „временни обитатели“ или мобилни потребители.[11].

Творческият туризъм се е развил в много различни форми - модели, повлиян от местните творчески ресурси и начин на живот. Международната мрежа за творчески туризъм [17] вече има градове и региони, разпространени по целия свят, като всички те развиват свой собствен стил на

творчески туризъм. Както и казусите, достъпни на уебсайта CTN. Много примери илюстрират начините, по които творческата икономика и туризъмът стават все по-интегрирани чрез развитие на творчески туризъм.

Заклучение

Туризмът се цитира като една от най-големите и най-бързо развиващите се индустрии в света [9], така че не е изненадващо, че нарастват връзките с творческата икономика. Туристите вече търсят увлекателно преживяване, свързано с местата, които посещават, а културата и творчеството предоставят историята и съдържанието за много съвременни туристически продукти. Неотдавнашен доклад на [10] UNWTO (2018) посочва, че около 40% от международния туризъм или около 480 милиона пътувания годишно включват културни дейности. Докладът също така отбелязва изместване от посещения на материално наследство (музеи, паметници и др.) към нематериално наследство (например фестивали, художествени изпълнения) и творчески преживявания.

Подобни тенденции пораждат по-тясна връзка между туризма и творческата икономика, както е очертано в неотдавнашен доклад на [8] ОИСР (2014) за туризма и творческата икономика. В контекста на изследването на ОИСР творческата икономика бе определена като включваща „базирани на знанието творчески дейности, които свързват производители, потребители и места чрез използване на технология, талант или умения за генериране на значими нематериални културни продукти, творческо съдържание и опит“.

Туристите са привлечени от креативността, жизнеността и иновациите, които се подкрепят от творческата икономика [9]. Има много връзки между творческата икономика и туризма, които варират от културите на храната и гастрономията на дестинацията, до културните събития до музиката, модата и дизайна, като всички те са важни за развиващото се пространство. Това може да включва общата творческа атмосфера разработена от творческата икономика, или по-специфични творчески индустрии и дейности.

Сближаването на туризма и креативната икономика предоставя възможности за места за развитие на икономически, културни и социални ресурси. Креативният туризъм предлага нов модел, който може да допълни съществуващите форми на конвенционален или масов туризъм и да увеличи връзките между посетителите и жителите и между туристическия и творческия сектор. Нарастващият спектър от проекти, мрежи и събития, свързани с туризма и творчеството, предоставят нови модели за постигане на максимални полезни ефекти от тези връзки.

Творческият туризъм е комплексна дейност, но за да се развива успешно е необходимо разработване на достоверна и актуална информационна база данни, която да улесни формирането на адекватна политика за неговото развитие. Потенциалните възможности се определят от значителната му икономическа стойност и широк спектър от дейности и възможности, източник на положителни въздействия и за други видове и форми на туризъм и сфери на дейност. Идентифицирането на характерни и специфични творчески елементи в туристическите места, в комбинация с подходящи дейности, които ги дообогатяват, стават източник за повишаване потенциала на територията, обвързва по ефективен начин потребностите, както на посетителите, така и на местните жители. Правилно организирани и с адекватно водени политики за развитие и растеж на творческия туризъм може да се повиши значително потенциала на съответната територия.

References:

1. Kazandzhieva, V., 2018, Rolya na kreativniya turizam za formirane na identichnostta na turisticheskoto myasto, https://www.researchgate.net/publication/322753935_ROLA_NA_KREATIVNIA_TURIZM_Z_A_FORMIRANE_NA_IDENTICNOSTTA_NA_TURISTICESKOTO_MASTO_doc_d-r_Velina_Kazandzieva_Ikonomiceski_universitet-Varna_katedra_Ikonomika_i_organizacia_na_turizma
2. Natsionalna strategiya za razvitie na tvorcheskite industrii v Bulgariya. <http://bsc.smebg.net/redi/resources/National.pdf>.
3. Campbbel C., 2016, Tourism From Empirical Research Towards Practical Application, Edited by Leszek Butowski, pp. 142, <http://dx.doi.org/10.5772/62551>
4. Jurèniènè V., 2016, Interaction between Cultural/Creative Tourism and Tourism/ Cultural Heritage Industries <https://www.intechopen.com/books/...>
5. Ohridska-Olson, R., St. Ivanov., 2010, Creative Tourism Business Model and its Application in Bulgaria, pp. 10-11. http://culturalrealms.typepad.com/files/creativetourismbm_article_1_lr.pdf
6. OECD (2014) Tourism and the Creative Economy, Paris: OECD Publishing. pp. 62-63. <http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/industry-and-services/...>
7. Raymond, Cr., 2003, Creative tourism in New Zealand. pp. 1. <https://www.yumpu.com/en/document/view/27688957/case-study-creative-tourism-new-zealand>.
8. Richards, G. and Raymond, C., 2000, Creative tourism. <https://www.academia.edu/1785786/...>
9. Richards, G., 2015, Creative Tourism Trend Report. Arnhem: ATLAS. <http://www.atlas-webshop.org/>
10. Richards, G. and Wilson, J., 2006, Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management* 27, 1209–1223.
11. Russo, A.P. and Richards, G., 2016, *Reinventing the Local in Tourism: Producing, Consuming and Negotiating Place*. Bristol: Channel View Publications
- Shishmanova, M., 2019, Development of Cultural Tourism in Creative, *SocioBrains*, vol. 54, pp.286 -295
12. UNWTO (2015) Annual Report 2015
13. UNWTO (2016) Facts & Figures edition page. <http://www2.unwto.org/facts/eng/vision.htm>
14. UNWTO (2017) National Report Republic of Korea
15. UNWTO (2018) Tourism and Culture Synergies. Madrid: UNWTO.
16. www.creativetourismnetwork.org International Creative Tourism Network