

Донна Дж. Керен (Donna J. Keren), доктор наук, США

Старший вице-президент, программа исследований и анализа, компания NYC & Company
Донна Дж. Керен работает в NYC & Company, официальной туристической, маркетинговой и партнерской организации Нью-Йорка, с 2002 г. Она руководит одной из самых представительных и новаторских программ в области туризма. Программа исследований и анализа в NYC & Company регистрирует важнейшие статистические показатели в туристической сфере города. Доктор Керен разработала для NYC & Company так называемый Ежегодный обзор культурной аудитории. Это исследование призвано определить ключевые факторы и проблемы культуры и искусства. С 2009 г. эта инициатива поддерживала маркетинговые исследования и программные инициативы организаций-участников. В 2011 г. Донна Керен возглавила общегородскую инициативу по проведению первого в своем роде исследования влияния однополых браков на городскую экономику. Среди ее других инновационных проектов: исследования местных и региональных туристических продуктов для разработки соответствующих эконометрических моделей оценки числа туристов. Доктор Керен обладает более чем 30-летним опытом маркетинговых и стратегических исследований. Ранее занимала должность вице-президента компании Strategic Surveys International, руководя отделом социальных тенденций и новых рынков. Эта компания сотрудничает в сфере маркетинговых исследований с клиентами из секторов финансов и телекоммуникаций, культуры и искусства, а также с рядом ведущих некоммерческих организаций. Вскоре после событий 11 сентября компания оказывала поддержку Американскому Красному кресту Большого Нью-Йорка при определении необходимого диапазона требуемых услуг, а также сотрудничала с организациями Нижнего Манхэттена по вопросам восстановления жизнедеятельности местных общин. В 1990-х гг. Донна Керен руководила консалтинговой компанией в области исследований и технического содействия некоммерческим и общественным организациям. Бывший профессор в университете Темпл (Филадельфия), отдел антропологии и Латинской Америки. Ныне приглашенный профессор в Школе международных и общественных дел Колумбийского университета, также является приглашенным членом факультета Центра управления гостеприимством, туризмом и спортом Tisch в Нью-Йоркском университете и регулярно проводит занятия на факультете по программе исследования туризма в Университете Барселоны. Работала в таких организациях, как Фонд рекламных исследований, The Brand USA, Фонд исследований туризма и путешествий, Торгово-промышленная палата Манхэттена и Grantmakers in the Arts. Принимала участие в ряде международных конференций, среди которых можно выделить III ежегодную Международную ЛГБТ туристическую конференцию в Монтевидео (Уругвай), проведенную в дни принятия национального закона о равенстве браков. Коренная жительница Нижнего Манхэттена, докторскую степень получила в аспирантуре Городского университета Нью-Йорка.

Кэрин Графстрём (Karin Grafström), США

С 2005 года — менеджер по маркетинговым исследованиям в Метрополитен-музее. В круг ее обязанностей в музее входят исследования посетителей, маркетинговые исследования и оценка аудитории. Кроме того, она занимается выставочными исследованиями, а также кураторским и операционным отделами музея.

Ранее Графстрём работала в отделе СМИ и развлечений мэрии Нью-Йорка, где разработала новаторское налоговое законодательство, направленное на поддержку кино- и телеиндустрии Нью-Йорка. Также занимала ведущие управленческие позиции в корпорации NBC, включая два года работы в Гонконге.

Кэрин Графстрём имеет степень бакалавра музыки и степень магистра делового администрирования со специализацией в международной стратегии. Продолжает изучать игру на фортепиано и балет и

сотрудничает с Советом поэтов и писателей. В 2001 г. Графстрём была удостоена награды журнала The Economist за свое эссе, посвященное туризму в XXI веке. Кэрин Графстрём живет с семьей в Нью-Йорке.

Культура — вечный путешественник

Принципиальную важность значения музеев и культурного наследия в нашем все более мобильном и взаимосвязанном мире можно оценить благодаря желанию людей осознать собственные культурные корни, равно как и культурные корни других обществ. Художественные достижения являются осязаемым доказательством того, как развиваются различные культурные сообщества. Коллекции Метрополитен-музея представляют самые разные культуры мира, поэтому наша деятельность охватывает культурное наследие всех посетителей музея: и жителей нью-йоркских сообществ, и иностранных гостей из 190 стран мира.

В данном исследовании отношения между культурным достоянием и туризмом рассматриваются как единый процесс. Из 6 миллионов ежегодных посетителей Метрополитен-музея половина — это жители Нью-Йорка, вторая половина — из других регионов США и всего мира, причем иностранные гости составляют треть от этого количества. Таким образом, музей зависит от туризма, равно как и сам музей стимулирует туризм. Самая посещаемая культурная достопримечательность Нью-Йорка, музей является важнейшим объектом городской индустрии туризма, чей годовой оборот составляет 55,3 млрд. долларов. Благодаря ряду ежегодных исследований можно осознать ценность музея по финансовым затратам его посетителей и по прямым налоговым поступлениям от туристов, прибывающих в Нью-Йорк, в сравнении с посещением ими других культурных достопримечательностей города.

Значение культурного вклада музея в жизнь Нью-Йорка можно оценить и по результатам исследования, проведенного после возобновления работы его галерей исламского искусства. Это свидетельствует о желании городских, прежде всего мусульманских, общин узнать больше о собственной культуре и обогатить свою жизнь. Многие представители общин, желая приобщиться к корням своей культуры, впервые посетили музей. Галереи привлекают и новых иностранных туристов: как из регионов, представленных в экспозиции, так и тех, кто соотносит себя с исламской культурой. Три года спустя интерес к этой экспозиции остается неизменно высоким.

Мы также исследуем то, как различные культурные институты Нью-Йорка способствуют развитию социально-экономической жизни города, особенно развитию местной и общенациональной сферы туризма. Предметом изучения является и комбинированная экономическая ценность туристической и культурной составляющих.