

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа базовой инженерной подготовки
Направление подготовки инноватика
Профиль «Устойчивое развитие городской среды»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Тема работы
Инновационные формы реновации депрессивных территорий современного города (на примере нефункционирующей промышленной зоны в г. Томске)

УДК 332.146:316.422:338.465(571.17)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗНМ6Б	Егошин Владислав Семенович		

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	Колодий Наталья Андреевна	Доктор философских наук, Профессор		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу на английском языке

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Николаенко Нина Александровна	Кандидат филологических наук, доцент		

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Наталья Владимировна	Кандидат философских наук, доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Направление «Инноватика»	Хачин Владимир Николаевич	Доктор физико-математических наук, Профессор		

**ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ООП
НАПРАВЛЕНИЕ «ИННОВАТИКА» (27.04.05)
ПРОФИЛЬ «УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ»**

Код рез ульт тат а	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования ФГОС ВО, критериев и/или заинтересованных сторон
<i>Профессиональные компетенции</i>		
Р1	<p>способность произвести оценку экономического потенциала инновации и затрат на реализацию научно-исследовательского проекта,</p> <p>способность найти оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности, способность выбрать или разработать технологию осуществления и коммерциализации результатов научного исследования и разработок</p>	ФГОС: ПК-1, ПК-3, ПК-4, требования к выпускникам работодателей, критерии АИОР 5.2.1, 5.2.3, 5.2.12
Р2	<p>способность организовать работу творческого коллектива для достижения поставленной научной цели, находить и принимать управленческие решения, оценивать качество и результативность труда, затраты и результаты деятельности научно-производственного коллектива, способность применять теории и методы теоретической и прикладной инноватики, систем и стратегий управления, управления качеством инновационных проектов, способность выбрать или разработать технологию осуществления научного исследования, оценить затраты и организовать его осуществление, выполнить анализ результатов, представить результат научного исследования на конференции или в печатном издании, в том числе на иностранном языке</p>	ФГОС: ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, требования к выпускникам работодателей, критерии АИОР 5.2.6, 5.2.8, 5.2.11
Р3	<p>способность руководить инновационными проектами, способность организовать инновационное предприятие и управлять им, разрабатывать и реализовать стратегию его развития, способность разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ</p>	ФГОС: ПК-5, требования к выпускникам работодателей, критерии АИОР 5.2.3, 5.2.9, 5.2.11
Р4	<p>способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи, и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития</p>	ФГОС: ПК-10, требования к выпускникам работодателей, критерии АИОР 5.2.1, 5.2.2, 5.2.6
Р5	<p>способность руководить практической, лабораторной и научно-исследовательской работой студентов, проводить учебные занятия в соответствующей области, способность применять,</p>	ФГОС: ПК-11, ПК-12, требования к выпускникам работодателей,

	адаптировать, совершенствовать и разрабатывать инновационные образовательные технологии	критерии АИОР 5.2.6, 5.2.11,
<i>Профессиональные компетенции (Профиль «Устойчивое развитие городской среды»)</i>		
Р6.3	способность руководить инновационными проектами в области городских сервисов, городской информатики, способность организовать инновационное предприятие и управлять им, разрабатывать и реализовать стратегию его развития, способность разработать план и программу организации инновационной деятельности городских структур, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ в городской среде	ФГОС: ПК-4, ПК-9, требования к выпускникам работодателей
Р7.3	способность критически анализировать современные проблемы городской инноватики, ставить задачи, и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития города	ФГОС: ПК-1, требования к выпускникам работодателей
Р8.3	способность использовать знания из различных областей науки и техники для формирования «умного устойчивого города», проводить системный анализ возникающих профессиональных задач, искать нестандартные методы их решения, использовать информационные ресурсы e-партисипаторных платформ и современный инструментарий для решения, принимать в нестандартных ситуациях обоснованные решения и реализовывать их	Требования к выпускникам работодателей
<i>Общекультурные компетенции</i>		
Р9	способность к абстрактному мышлению, анализу и синтезу, способность оценивать современные достижения науки и техники и находить возможность их применения в практической деятельности	ФГОС: ОК-1, требования к выпускникам работодателей, критерии АИОР 5.2.1, 5.2.2, 5.2.12
Р10	способность ставить цели и задачи, проводить научные исследования, решать задачи, возникающие в ходе научно-исследовательской и педагогической деятельности, в том числе, выбирать метод исследования, модифицировать существующие или разрабатывать новые методы, способность оформить и представить результаты научно-исследовательской работы в виде статьи или доклада с использованием соответствующих инструментальных средств обработки и представления информации	Требования к выпускникам работодателей Критерии АИОР 5.2.5, 5.2.6, 5.2.7
Р11	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала, готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	ФГОС: ОК-2, ОК-3, критерии АИОР 5.2.16
Р12	способность к профессиональной коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности на основе истории и философии нововведений, математических методов и моделей для управления инновациями, компьютерных технологий в инновационной сфере, способность руководить коллективом в сфере профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, способность публично выступать и отстаивать свою точку зрения.	ФГОС: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, критерии АИОР 5.2.11, 5.2.13, 5.2.15

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Школа базовой инженерной подготовки
Направление подготовки инноватика
Профиль «Устойчивое развитие городской среды»

УТВЕРЖДАЮ:

Руководитель ООП

_____ В.Н. Хачин

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Магистерской диссертации

Студенту:

Группа	ФИО
ЗНМ6Б	Егошину Владиславу Семеновичу

Тема работы:

Инновационные формы реновации депрессивных территорий современного города (на примере нефункционирующей промышленной зоны в г. Томске)	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№ 2979/с от 26.04.2018 г.

Срок сдачи студентом выполненной работы:	10.06.2018
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Исходные данные к работе	Объект исследования – реновация депрессивных территорий. Научная литература, периодические издания, справочные данные сети интернет, нормативно-правовая документация.
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	1. Анализ отечественного и зарубежного опыта реновации; 2. Выбор методов исследования; 3. Проведение исследования; 4. Разработка плана реновации нефункционирующей территории ТЭМЗа.
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	к.ф.н., школа ШИП отделение ОСГН, Черепанова Н.В.
Иностранная часть (приложение на английском языке)	к.ф.н., школа ШБИП отделение ОИЯ, Николаенко Н.А.

Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	
1. Реновация как тренд современного урбанизма 1.1 Мировой опыт реновации 1.2 Отечественный опыт реновации	1. Renovation as a trend of modern urbanism 1.1 World experience of the renovation 1.2 Russian experience of renovation
Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	20.03.2018

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	Колодий Наталья Андреевна	Доктор философских наук, Профессор		20.03.2018

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗНМ6Б	Егошин Владислав Семенович		20.03.2018

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация: 118 страниц, 4 приложения, 8 рисунков, 5 таблиц, 49 источников.

Ключевые слова: реновация, инновация, креативная экономика, город, партисипаторность.

Объектом исследования является реновация депрессивных территорий.

Предметом исследования является форма реновации депрессивной территории города и возможности реализации проекта реновации нефункционирующей территории ТЭМЗа.

Проблема исследования заключается в адаптации депрессивных и нефункционирующих территорий под нужды города и его жителей с целью создания благоприятной комфортной среды для горожан, снижения социальной напряжённости для городских властей, создания точек возможного экономического роста для предпринимателей.

Цель – разработка плана реновации нефункционирующей территории ТЭМЗа и её обоснование.

В качестве основного метода исследования применялся системный подход к феномену реноваций, натурное наблюдение, экспертное интервьюирование. В ходе исследования были получены мнения экспертов касательно актуальности реновации на территории города Томск, её влияния на городскую привлекательность, роли в создании новых точек социально-экономического притяжения.

Степень внедрения: проходит стадию экспертной оценки.

В ходе работы был составлен план реновации и продвижения нефункционирующей территории ТЭМЗа. Данный план можно применить как для реновации данной территории, так и для реновации других схожих территорий.

Оглавление

Введение.....	8
1. Реновация как тренд современного урбанизма.....	12
1.1 Мировой опыт реновации	15
1.2 Отечественный опыт реновации.....	22
2 Реновация как часть креативной экономики.....	30
2.1. Понятие креативной индустрии.....	30
2.2 Креативный город	33
2.3 Методы исследования.....	41
3. Расчёты и аналитика	49
3.1 Анализ актуальности реновации территории ТЭМЗа	49
3.2 Концепция реновации промышленной территории	54
3.2.1 Первый этап	59
3.2.2 Второй этап.....	62
3.2.3 Завершающий этап.....	66
4. Социальная ответственность	70
4.1 Разработка социальной ответственности для скейтпарка.....	72
Заключение	80
Список используемых источников.....	81
Приложение А	87
Приложение Б	104
Приложение В	112
Приложение Г	115

Введение

На сегодняшний день урбанизация достигла ранее небывалых высот. Большая часть населения планеты живёт в городах. Естественно это вынуждает города расти, что приводит к вытеснению производства и частного сектора за городские пределы. Однако эти территории просто так не исчезают. Частично они остаются в городах. Они становятся депрессивными зонами, негативно влияют на окружающее пространство, занимают землю в центре городов, являются скоплением маргинального контингента. В связи с этим решение проблем нефункционирующих территорий является актуальной на сегодняшний день.

Данные территории не имеют благоприятную среду для жителей города, а иногда и наоборот – являются опасными для посещения. Территория вокруг них не считается благополучной и в таких местах скапливается деструктивный контингент, бродячие собаки. Это негативно сказывается на жителях близлежащих районов и их уровне жизни.

Для города это лишняя точка социальной напряжённости, на которую необходимо обращать внимание.

С точки зрения предпринимательства данная территория могла бы нести определённые экономические выгоды, если бы не была депрессивной. На ней можно было бы расположить торговые зоны, зоны оказания услуг, зоны общественного питания. В целом данная территория могла бы быть более престижной и привлекательной для посещения.

Таким образом возникает проблема адаптации данных территорий под нужды города и его жителей с целью создания благоприятной комфортной среды для горожан, снижения социальной напряжённости для городских властей, создания точек возможного экономического роста для предпринимателей.

Целью данной работы является разработка плана реновации нефункционирующей территории ТЭМЗа и её обоснование.

Задачи исследования:

- Анализ мирового и отечественного опыта реновации;
- Разработка плана и проведение исследования;
- Описание концепции проекта;
- Определение методов продвижения проекта.

Объект: Реновация депрессивных территорий.

Предмет: форма реновации депрессивной территории города и возможности реализации проекта реновации нефункционирующей территории ТЭМЗа.

Методология исследования складывается из принципов современного девелопмента территории с креативной составляющей, нового урбанизма, натурного наблюдения, экспертного интервьюирования.

В отечественной урбанистике преобладают идеи городского менеджмента. Тенденциями городского развития являются деиндустриализация, джентрификация, проблемы умного города, этнические конфликты, пространственная сегрегация интерпретируются главным образом в контексте того, может ли экспертное урбанистическое знание стать основой для управленческих решений. В европейских же сообществах речь идёт о европейской городской политике, борьбе дискурсов в лоне формирования основ этой политики.

В немецкой социологии города для повышения жизненного уровня горожан был разработан подход, согласно которому необходимо осуществлять процесс непрерывных изменений в городском развитии. При этом строительные и социальные мероприятия, которые проводятся в соответствующих районах города, должны рассматриваться и планироваться как единое целое. Первоначально данный подход обозначался как новый менеджмент либо социальное обновление города. В итоге стали использовать три названия: управление городским районом, управление городским кварталом, помощь при организации в социальном проектировании. При этом говорится об эффективном взаимодействии специалистов по городскому

планированию, социально-экономическому развитию, социальной работе с привлечением представителей городского населения.

Ещё одна европейская модель – умный город. Умный город подразумевает совокупность сетей из баз данных, механизмов отслеживания, алгоритмов принятия решений, датчиков, передовых механизмов, которые служат для обеспечения надёжности, безопасности, экологической эффективности города. В последнее время наблюдается множество научных исследований в данном направлении, которые базируются на многочисленных проектах, которые были спроектированы и внедрены во многих частях света. Многие из них реализуются в Европе и имеют поддержку европейского сообщества, которое ставит эти вопросы на первое место в «повестке дня» как основу будущей стратегии развития. Любая стратегия либо проект умного города имеет нацеленность на разработку новаторских подходов к планированию городской среды, которые характерны определённой степенью вовлеченности горожан с целью улучшения общего качества жизни. Любые вопросы в западной практике, которые связаны с планированием умного города, предлагается решать по принципу партисипаторности, что является ключевой составляющей для успешного развития, по мнению западных экспертов. Партисипаторное планирование рассматривается как одна из возможностей для согласования мнения всех участников и предотвращения конфликтов между противоборствующими сторонами. Кроме того, оно позволяет привлекать маргинальные группы, которые в противном случае не имели бы возможности участвовать в процессе планирования.

Так же в научной литературе существуют ещё две модели: модель компактного города и модель умного городского роста. С незначительными отличиями обе модели предполагают интенсивное развитие застроенных территорий, строгое управление ростом и городскими границами, работу с плотностью города, максимальное сохранение незастроенных территорий, упор на системы общественного транспорта и различные формы жилья, досуг и экономику, усиление местных сообществ. Подобная пространственная

организация даёт множество положительных эффектов. Многочисленные исследования и опыт многих городов по всему миру доказали, что данные модели городского развития дают наиболее позитивные экономические эффекты и эффекты инфраструктурного развития. Так же, с точки зрения экологического качества и социально-культурного развития модель компактного города показывает свои преимущества.

Новизна работы заключается в анализе нефункционирующей промышленной территории в центре города и близлежащей территории, которые принято называть «феномен деревни» в центре города, пустырьём, депрессивной территорией. На основе этого анализа разработаны проектные рекомендации по креативному девелопменту нефункционирующей территории.

Практическая значимость работы заключается в том, что в ней была представлена концепция реновации нефункционирующей территории и методы продвижения проекта. Результаты проведённых исследований возможно использовать в ходе реновации других нефункционирующих объектов города Томск.

1. Реновация как тренд современного урбанизма

В современном мире наблюдается значительный рост городского населения – согласно данным Росстата, население городов России на начало 2018 года составляло 109,3 миллиона человека, а в 2010 году эта цифра составляла 105,3 миллиона человек [1]. Согласно прогнозу, изложенному в докладе ООН в 2014 году, к 2050 году число городского населения увеличится до 6,3 миллиарда человек. В 1994 году численность городского населения составила 2,3 миллиарда человек, а в 2014 году городское население составляло 3,9 миллионов человек. Численность сельского населения в период с 1994 по 2014 года осталась не измененной, что говорит о бурном росте городского населения [2]. Рост населения, в свою очередь, приводит к расширению городов. Старые промышленные районы, которые раньше были на окраинах, теперь стали обрастать жилыми домами, а производство стали выносить за пределы города, что привело к возникновению множества не используемых промышленных объектов. Также развитие наукоёмкого и инновационного производства приводит к возникновению новых технологически развитых объектов. Промышленные зоны, которые доминировали ранее, теперь подавляются современной застройкой. Многие предприятия перестают быть эффективными, что приводит к остановке производства и, как следствие, эта территория становится проблемной в градостроительной системе современных ориентированных городов [3].

В связи с этим возникает вопрос адаптации данных территорий к современному городскому устройству.

Учитывая Российские и общемировые тренды, и опыт, который будет описан ниже, для решения подобных проблем предлагается реновация.

Для начала необходимо разобраться с понятием реновации. На данный момент нет единого определения в русскоязычной литературе. Для более точного понимания предлагается рассмотреть определения, предлагаемые разными авторами.

В статье «Реабилитация промышленных территорий как часть городского пространства» автор рассматривает реновацию как возбуждение процесса роста посредством установления связи города с окружающей средой. Реновация направлена на обменные процессы и предполагает использование внешних источников для своего развития и нивелирование негативных факторов и усилий [4]. В следующей статье автор, Увайсаева А.Г., под реновацией территорий понимается трансформация или развитие объекта недвижимости с ограничениями по срокам, содержанию и ресурсам, а также необходимостью привлечения больших по объему инвестиций [5]. В статье «Реновация промышленных территорий» автор пишет, что реновация подразумевает адаптивное использование зданий и сооружений с изменением их функционального значения [6]. Так же реновацию понимают, как принудительное освобождение территории для обеспечения возможности нового строительства вне зависимости от степени сохранности расположенных на ней строений [7]. Свободная энциклопедия «Википедия» даёт следующее определение реновации: «Реновация – процесс улучшения, реконструкция, реставрация без разрушения целостности структуры» [8]. Все перечисленные выше определения говорят о том, что реновация подразумевает придание новых функций старым объектам или территориям с целью улучшения связи города с местом и адаптацию места под современные требования.

Множество зданий и территорий, расположенных в центре городов, перестали осуществлять свои функции и постепенно стали превращаться в обузу для города. Они стали приходить в негодность, их состояние становилось аварийным, они стали привлекать к себе нежелательный контингент и создавали депрессивную обстановку вокруг себя, что влияло на окружающую территорию, её престиж, цену за аренду и качество жизни. Многие из таких зданий находились в центральных районах города, что создавало проблему нерационального использования городских территориальных ресурсов.

Снос таких зданий не всегда являлся рациональным по многим причинам. Часть зданий представляет историческую или архитектурную ценность и находятся под охраной государства, как, например, здание центра искусства и медиатехнологий в Карлсруэ [9]. Подобные здания несут в себе историческую и культурную ценность, которая может быть использована в дальнейшем. Данная ценность, при условии грамотного использования, создаёт дополнительные точки притяжения для привлечения инвесторов и посетителей.

Иногда власти сами являются инициаторами реновации. Нечто подобное случилось в Мадриде, когда власти произвести коренную реконструкцию шоссе М30, которое проходило вдоль реки Мансанарес. Для реализации своего проекта часть шоссе была перенесена под землю, а для проведения реновации был объявлен международный конкурс [10].

В некоторых случаях снос старых зданий не возможен по причине несогласия граждан с таким решением. Для защиты старых зданий определённые группы людей объединяются с целью выразить своё несогласие с решением о сносе. Так, например, произошло с кварталом Ротерманни. В начале 1970-х годов в Талине планировалось провести радикальную перестройку центра. Частью этого плана было строительство широкого пешеходного бульвара, который привёл бы к уничтожению квартала. Однако, благодаря протесту архитекторов, который прошёл в 1981 году, детальный план не был утверждён [12].

Так же у заброшенных промышленных территорий есть ряд интересных особенностей. Многие из таких зданий раньше были производственными цехами или ангарами, и обладают большим пустым пространством внутри. Это создаёт альтернативные возможности организации деятельности в этих зданиях, создаёт более гибкие возможности планировки.

В таких помещениях, как правило, уже есть готовые инженерные коммуникации: водопровод, теплотрасса, электричество. Наличие данных

коммуникаций в хорошем состоянии может сильно сократить затраты на восстановление.

У таких помещений, как правило, есть хорошая транспортная доступность. Это вызвано двумя причинами. Первая причина заключается в том, что предприятия постоянно нуждались в отгрузке, загрузке материалов и продукции, и доступности для работников в их планировку была изначально заложена транспортная доступность. Вторая причина – вокруг предприятий начал строиться город, что привело к появлению дорожной сети вокруг него.

Или же наоборот. Заброшенные территории и помещения могут находиться на приделах города, что позволит их адаптировать под проведение мероприятий, которые нельзя провести в городе. Например культурно-массовые мероприятия и вечеринки в ночное время, которые в городе нарушали бы общественный порядок и создавали много шума.

Так же, подобные объекты имеют особую планировку и рельеф. Большая часть предприятий имеет обособленную территорию, особенности рельефа, вызванные необходимостями производства и обслуживания, и артефакты, оставшиеся после былой деятельности предприятия. Всё это при грамотном подходе можно использовать для всевозможных дизайнерских решений и создании уникальных общественных пространств.

Каждый из заброшенных объектов имеет свою историю, зачастую, неразрывно связанную с историей города. Это так же является очень большим преимуществом, так как позволяет создать особый бренд места, которому будет легче укорениться на ментальной карте города.

1.1 Мировой опыт реновации

На данный момент в мире существует множество примеров реновации, которые привели к изменению окружающей среды вокруг себя и при этом объекты реновации не были значительно утрачены. Предлагается рассмотреть некоторые из них.

1. Центр искусства и медиатехнологий в Карлсруэ, Германия. В 1997 был реализован один из примеров кардинального пересмотра роли промышленных зданий в преобразении городской среды. Им стал центр искусств, который разместили на территории и в корпусах индустриального промышленного предприятия «IKWA-Карлсруэ-Аугсбург». Здание имело три этажа, его блоки были равномерно расположены вокруг внутренних дворов. Здание состояло из бетонных рам, обложенных кирпичом по фасаду. Оно было заброшено в семидесятые года и стало пристанищем для художников.

Конкурс на реконструкцию, обслуживание, расширение здания выиграла архитектурная мастерская ASP SCHWEGER ASSOZIIERTE. Им удалось сохранить старое здание и привнести в него новые технологии. Фабрика для этого являлась идеальной, так как имела большие внутренние пространства. Перекрыв дворы фонарями и преобразив внутренние пространства, архитекторы добились идеального современного и функционального пространства. Размещенные на крышах солнечные генераторы питают трамвайные пути прилегающих территорий.

Наибольшее внимание было уделено преобразованию территории вокруг здания. Была предпринята попытка создать природный комплекс, максимально приближенный к естественному, тем самым создавая контраст между технологиями и природной естественностью, при выходе из здания. Проблему паркинга решили при помощи заглублённой парковки на протяжении всего здания. Над гаражом расположен зелёный газон с восемью модулями искусственного рельефа и деревьями. Модули выполнены из металлических листов, сохраняя таким образом «память места», его индустриальное прошлое. [9]

2. Madrid Rio – современное многофункциональное городское пространство, которое расположено в центре испанской столицы. История этого парка началась в начале двухтысячных, когда было решено реконструировать шоссе М30. Данная реконструкция была задумана как часть более грандиозного проекта по преобразованию множества других городских

структур и районов. Данная реконструкция затрагивала западный участок шоссе, который проходил по берегам реки Мансанарес [6] (Рис. 1).



Рисунок 1. Шоссе до реновации

Часть шоссе у реки было решено переместить под землю в качестве тоннеля. Работы по перемещению шоссе под землю начались в 2003 году, а к 2005 году большая часть тоннелей уже была завершена. В 2005 году был объявлен конкурс на разработку мастер-плана территории вдоль реки. Финалистами конкурса оказались три местных архитектурных бюро, которые возглавлял Гинес Гарридо. Объединение получило название MRIO Arquitectos.

Концепция предложенного проекта заключалась в развитии зелёного пространства в сочетании с реновацией сети пешеходных путей, реконструкции исторически значимых объектов, обновления существующих мостов через реку и строительства новых.

Работы над проектом начались в 2006 году. Первый этап работ был завершён в 2007 году. Окончательно все работы были завершены в 2011 году. Была перестроена огромная территория, почти 650 гектаров в шести округах Мадрида. Территория реконструируемого шоссе возле реки составила 50 гектаров, также работы на шоссе затронули множество ближайших

территорий: существующие парки, пустыри, восемь существующих мостов. Также была проведена реконструкция расположенных на этой территории старых бойнь, фруктового рынка и обновлены фасады жилых домов (Рис. 2).



Рисунок 2. Шоссе после реновации

В результате город получил новую территорию, которая окружена растительностью и наполнена спортивными, культурными, досуговыми объектами. Была построена новая, элегантная и простая лодочная станция, отреставрирован комплекс зданий 19-го века, включая жилые здания, выходящие к реке и старые бойни. Были созданы многочисленные детские зоны, водные объекты, которыми в жаркие дни могут наслаждаться жители лишенного моря Мадрида, мощённые узорными плитами площади, ставшие притягательными общественными пространствами. Реновация парка повлияла на реку и её берега, и на окружающее пространство. Парк связал реку с окрестностями города, которые раньше были отделены от реки шоссе. Парк изменил жизнь жителей окружающих районов, которые долгое время страдали от выбросов и шума шоссе, дав возможность проводить время вне дома, гуляя по парку, наслаждаясь свежим воздухом и общаясь с друзьями. На территории

парка для спортивного отдыха было сделано следующее: 42 километра дорог для пешеходов и людей, которые занимаются бегом; 30 километров велодорожек; 14 кордов для большого тенниса; площадка для занятий BMX, оборудованная с использованием новейших технологий и являющаяся одной из выдающихся достопримечательностей парка; стена для скалолазания ROC30 с различными уровнями сложности; две специальные территории для скейтбордистов и конькобежцев; футбольное поле с искусственным покрытием для игры по 11 человек и два поля для игры по 7 человек; три поля для игры в футбол и баскетбол; спортивный причал для гребцов и каноистов, которые могут тренироваться на обводненной реке.

Проект стал примером действия властей, которые ориентированы на общественные интересы. Будучи некоммерческим проектом, Madrid Rio оказывает заметное влияние на повышение общественной и деловой активности и способствует всестороннему развитию города. [10]

3. В городе Лодзь (Польша) расположена бывшая мануфактурная фабрика Manufatura, которая стала одним из примеров восстановления производственных объектов и приданию ему новых смыслов. Комплекс, площадь которого составляет 110 000 м², включающий 300 концептуальных помещений, превратился в главную культурную достопримечательность небольшого города Лодзь. Благодаря грамотно проведённой реновации и изменению концепции одного промышленного предприятия город приобрёл точку притяжения и стал одним из популярных туристических центров Польши. В здании были восстановлены заводские корпуса, над ними хорошо поработали дизайнеры, придав им современный вид. На улице расположен комплекс фонтанов, который работает даже в зимнее время. Ядром Manufatura является рекреационно-развлекательный центр, в состав которого входит: кинотеатр с 15 залами, роллердром, скейтпарк, стена для скалолазания, боулинг, арена лазерных игр, прочие развлекательные и культурные объекты. Так же на территории фабрики можно посетить несколько музеев и театр [11].

4. Квартал Ротерманни, Таллин, Эстония. Деловой, торгово-развлекательный и жилой квартал в центральной части эстонской столицы, между Старым городом и морским портом. Здесь с конца 1820-х гг. находились производства, основанные представителями немецкой промышленной династии Ротерманн, в честь которой местность и получила свое название. Историческое ядро квартала сложилось в первое десятилетие XX в. В советский период строения пришли в упадок. В своё время это позволило Андрею Тарковскому снять здесь несколько сцен кинофильма «Сталкера», повествующего про закрытую зону отчуждения. Сегодня квартал признан культурной и исторической ценностью. Здесь работает мультиплекс с 11 кинозалами «Кока-кола-плаза», Музей эстонской архитектуры в здании бывшего соляного склада, который считается лучшим зданием из известняка во всей стране, открыты кафе, рестораны, бутики, сдаются в аренду офисы и жилые апартаменты (Рис. 3) [12].



Рисунок 3. Квартал Ротерманни

Квартал Ротерманни так же является отличным примером реализации концепции нового урбанизма. Данная концепция подразумевает нахождение всех необходимых человеку объектов инфраструктур в шаговой доступности

(около 450 метро), развитую пешеходную сеть, преобладание городского и альтернативного транспорта над личными автомобилями.

5. Kaapelitehdas, Хельсинки, Финляндия. Название означает по-фински «Кабельная фабрика». Эта фабрика была построена в 1939 г. на острове по проекту архитектора Вайно Густафа Пальмквиста и производила кабели до 1987 г. Корпуса и прилегающая территория были выкуплены городом и превращены в культурный центр, на сегодня самый крупный в Финляндии и самый разнообразный с функциональной точки зрения. Здесь действуют три музея (в том числе национального отеля и ресторана), 11 галерей, шесть площадок для общественных мероприятий, репетиционные залы, радиостанции, кафе и пр. Объект эксплуатируется управляющей компанией, учрежденной муниципалитетом Хельсинки и принадлежащей городу [13].

7. SiO Silo, Норвегия, Осло, район Грюнерлокка. Этот проект осуществлен по инициативе норвежской общественной организации SiO, занимающейся жильем для студентов ряда образовательных учреждений из Осло и Акерсхуса. Зерновой элеватор, работавший с 1950-х по 1990-е гг., был приспособлен для размещения 226 квартир. Все они круглые в плане, что обеспечивает хорошую освещенность и виды (например, на протекающую рядом реку), но создает трудности с меблировкой, поэтому жилье арендуется с уже готовой, специально разработанной для проекта мебелью [14].

Подобные проекты являются относительно новыми, так как их стали реализовывать лишь во второй половине XX века. Но не смотря на это их популярность растёт. Они довольно неоднозначны: у них есть свои сильные стороны, но есть и слабые стороны.

К сильным сторонам можно отнести то, что они развивают креативную индустрию, создают новые рабочие места и новые торгово-развлекательные площадки. Сам процесс реализации такого проекта можно назвать креативным, так как задействуются множество людей из сферы искусств или близкой к искусству: архитекторы, художники, дизайнеры, оформители и

многие другие. Также они создают благоприятную атмосферу вокруг себя и влияют на окружающее городское пространство, что помогает повысить экономическую привлекательность окружающих территорий, снизить депрессивность района. Реновация заброшенных объектов помогает сохранить историю города, своей эпохи и историю места, она является центрами притяжения инвестиций.

К слабым сторонам можно отнести то, что не всегда из данной территории извлекается полный экономический потенциал. Данные территории имеют больше социальную направленность нежели экономическую, особенно если речь идёт о парках. Многие из них находятся в центре городов, где земля особо дорогая. Также минусом реновации старых зданий является то, что они находятся в ветхом состоянии и требуют особого ухода и затрат на поддержание, нежели новые здания, в строительстве которых применены новые технологии.

1.2 Отечественный опыт реновации

С некоторых пор в России тоже стали применять принцип реновации по отношению к заброшенным промышленным территориям и зданиям. Как правило, это старые фабрики, переставшие функционировать после распада СССР или после экономических кризисов. Ниже предлагается рассмотреть примеры реновации некоторых из них.

1. Nimloft — производное от аббревиатуры НИМ: Новая Ивановская мануфактура. Так в 1933 году стала называться национализированная текстильная фабрика, основанная в городе еще в конце XVIII в. Фабрика НИМ, «Новая Ивановская мануфактура» была основана купцом П.Г. Кокушкиным в конце XVIII века. Предприятие бывшего «Торгового дома Кокушкина и Маракушева» национализировано 8 марта 1919 года постановлением высшего Совета народного хозяйства. С 1933, после переименования Иваново-Вознесенска в Иваново, фабрика получила новое название: «Новая Ивановская

мануфактура» (НИМ). Фабрика была полного цикла - от изготовления тканей до производства текстильной продукции.

Новая Ивановская мануфактура находится в 10 минутах ходьбы от фактического центра города на реке Уводь. Площадь территории составляет 5,28 Га. Площадь помещений более 50 000 м². Ее территории на берегу реки Уводь планируется превратить в современный лофт-квартал. Это пример системного подхода к задачам ревитализации. Новая жизнь места ориентирована на историю фабрики и развитие индустрии моды: швейные коворкинги, шоу-румы, подиумы, дизайн-студии. Кроме того, предполагается развивать социально-бытовую инфраструктуру, культурно-досуговые и образовательные функции, привлекать наиболее яркие проекты креативного и интеллектуального бизнеса.

НИМ имеет все необходимое: уникальную фактуру стен и характер, адаптирующийся под любого потребителя. Большие пространства и окна - уже атмосфера элитарности. Высокие потолки - это многофункциональность. Появляется возможность установки антресолей и зонирования пространства. Ревитализация промышленной зоны запущена в 2016 году по инициативе собственника территории и рассчитана на пять лет [15].

2. Музей уличного искусства. Этот музей не имеет аналогов в России и мире, поскольку расположен на действующем производстве, заводе слоистых пластиков. Его продукцией были отделаны бесчисленные лифты, поезда, эскалаторы и даже кухонные столешницы в СССР. Идея музея родилась летом 2011 г. после граффити-вечеринки в одном из заброшенных в 1990-е цехов и была реализована в 2014 г. Территория музея разделена на две зоны: зону общественных мероприятий — здесь проходят временные выставки, перформансы, фестивали и прочее, и постоянную экспозицию, собрание монументальных настенных росписей. Миссией данного проекта является предоставление площадки для реализации новаторских проектов молодых художников, хранения и предоставлении информации об уличном искусстве, внедрении нового подхода к развитию индустриальных территорий и

удаленных от центра районов посредством творческих практик и современного искусства.

На данный момент Музей уличного искусства является выставочной площадкой для уличных художников, проводит ежегодные масштабные выставки современного искусства, работает как образовательная платформа в области стрит-арта, паблик-арта и всех форм художественных активностей в городском пространстве. Беспрецедентно обширная площадь Музея уличного искусства позволяет реализовывать масштабные проекты, неосуществимые в закрытых помещениях обычных музеев и галерей (Рис. 4).



Рисунок 4. Музей уличного искусства

Завод, на территории которого расположен музей, имеет давнюю историю. Он был основан в 1945 году и выпускал изоляторы для электронного хозяйства страны. Лишь в 1956 году на заводе было запущено производство ДБСП – «декоративных бумажно-слоистых пластиков». В советское время завод был крупнейшей производственной площадкой в своей индустрии, а в 90-е разделил участь советской промышленности. Инвесторам, получившим завод к концу смутных лет, не раз предлагали выстроить на его месте жилой квартал или торгово-развлекательный комплекс.

Музей учрежден небольшой группой энтузиастов во главе с председателем совета директоров ОАО «Завод слоистых пластиков» Дмитрием Зайцевым. Он также является председателем попечительского совета музея. [16]

3. Textil — некоммерческое общественное пространство, расположенное в здании старого хлопкового склада, взятого в аренду на 10 лет у ОАО «Ярославский комбинат технических тканей «Красный Перекоп» (бывшая Ярославская Большая мануфактура). Это пространство на городской периферии с самого начала ориентировано преимущественно на развитие событийной программы: проведение экскурсий, лекций, презентаций и прочие события. Его задача — генерировать события с новыми культурными кодами, создавать и развивать социальные связи, предлагая представителям городских сообществ нетривиальное место для встреч. Вместе с тем ведутся переговоры о создании на этой площадке музея фабрики «Красный Перекоп». Мероприятия привязаны к Красному Перекопу и направлены на проявление культурных кодов и местной идентичности, создают тенденцию к смене репутации места. Проекты, инициированные командой Textil, способствуют мотивации горожан, увеличению интереса к участию в жизни города.

Textil создает условия для диалога власти, бизнеса и общественности, вырабатывает механизмы коммуникации и сотрудничества. Открытый формат проектной работы создает условия для привлечения участников и волонтеров на площадку Textil, повышения компетентности городских активистов, появления новых лидеров и проектов в Ярославле.

Вокруг площадки Textil объединяются люди и проекты, меняющие жизнь в городе к лучшему. Постепенно осваивается пространство бывшего хлопкового склада фабрики «Красный Перекоп», делать его рабочим и востребованным.

Создавая Textil, команда хотела формировать общее пространство культуры для жителей, которые живут по соседству, для активных горожан,

которые приезжают из других районов города, и для участников, экспертов, туристов из других городов [17].

4. Дизайн-завод «Флакон». Свое название первый в Москве творческий кластер унаследовал от парфюмерной фабрики, которая существовала здесь на протяжении более чем 150 лет под разными именами: «А. Ралле и Ко», хрустальный завод №7 им. М.И. Калинина, наконец, АОЗТ «Флакон: Москва — Париж». В 2000 г. завод закрылся и был куплен инвестиционной компанией под снос и последующую коммерческую застройку, но финансовый кризис 2008 г. способствовал пересмотру первоначальных планов. В 2009 г. «Флакон» открылся в новом качестве. Сегодня на его территории располагаются дизайн-студии, архитектурные бюро, рекламные агентства, образовательные проекты, арт-кафе, коворкинг — всего более 200 представителей творческих индустрий (Рис. 5).



Рисунок 5. Дизайн-завод «Флакон»

Организаторы решили максимально сохранить доставшиеся им в наследство бывшие заводские помещения и сделать пространство для творческих компаний, мечтающих находиться в свободной творческой атмосфере. Бывший завод был ревитализирован, старые объекты получили

новую жизнь, сохранив фактурные краснокирпичные здания, высокие потолки цехов и символичное название. Новыми обитателями дизайн-завода «Флакон» стали компании в области креативных индустрий, которые получили полную свободу самовыражения и возможность воплотить в своих помещениях любой дизайн-проект. Так родился девиз «Флакона»: «Творите, что хотите!» [18].

5. Центр современного искусства «ЗАРЯ». Центр современного искусства был основан в 2013 году в Владивостоке по инициативе российского предпринимателя, мецената, основателя и совладельца крупнейшей российской алкогольной компании BELUGA GROUP Александра Мечетина. Центр расположен на территории бывшей швейной фабрики с одноимённым названием.

Основными задачами «Зари» являются представление в приморье лучших достижений современной культуры России и мира, поддержка местного художественного сообщества и художников.

За свою недолгую историю «Заря» успела представить жителям и гостям Владивостока одни из лучших российских выставок за последние годы: «Украшение красивого», «Паша 183. Наше дело — подвиг!», «Острова Юрия Соболева». Также «Заря» создаёт собственные выставочные проекты, ориентированные на развитие локальной художественной сцены и привлечение к работе в Приморье кураторов, искусствоведов, музейных профессионалов самого высокого уровня. К подобным работам можно отнести: «Георгий Острецов. Автотранс «НП» – 2014 год; «ЕЁ», куратор Оксана Саркисян – 2015; «Пустырь и пустошь», куратор Андрей Ерофеев – 2016; «Вечный двигатель. Русское кинетическое искусство», куратор Полина Борисова – 2017. Партнёрами, оказывающими поддержку в организации и подготовке выставок, а также предоставляющими экспонаты, стали крупнейшие частные и государственные коллекции и музеи, в том числе Государственная Третьяковская галерея, Московский музей современного искусства, Государственный музей архитектуры им. А.В. Щусева,

Государственный музей В.В. Маяковского, Государственный музей кино, Государственный музейно-выставочный центр РОСИЗО.

Со второй половины 2014 года при ЦСИ «Заря» также работает единственная на Дальнем Востоке программа арт-резиденций, предоставляющая художникам из разных городов и стран возможность реализовать проекты во Владивостоке. В первую очередь резиденция предлагает художникам ориентироваться на региональный культурный и природный контекст [19].

Реновация промышленных территорий актуальна для многих городов Российской Федерации. На территории большинства городов России, а особенно на территории моногородов, находится много зданий фабрик и заводов, построенных в прошлые века, которые сегодня прибывают в крайне запущенном состоянии. Создание чего-то нового на территории таких объектов, переосмысление использования промышленных зданий, несомненно приведет к улучшению социальной и экономической обстановки вокруг, привлечёт новых инвесторов, станет точкой людского притяжения.

Будущее промышленных объектов заключается в их приспособлении к стремительно развивающемуся городу. Выявлено несколько направлений адаптации индустриального наследия к современному контексту города. На не используемой промышленной территории создаются общественные пространства при помощи частичного переоборудования территории и надстройки новых зданий. Второй путь – путь полной перестройки объекта. Третий путь – создание жилых помещений. Но по этому пути идут гораздо реже по причине его сложности. Реновация жилья, как правило, происходит на тех помещениях, которые были жилыми ранее. Отдельно можно выделить реновацию больших пространств, когда преобразуются целые кварталы. В таких случаях происходит смешение всех трёх направлений реновации. Это можно видеть на примерах отечественного и зарубежного опыта реновации.

Основываясь на вышеперечисленном опыте можно сделать вывод, что реновация способна решить ряд важных задач:

- Реновация помогает сохранить объекты культурного и архитектурного наследия. Многие старые здания являются объектами культурного и архитектурного наследия, и находятся под государственной охраной. Реновация позволяет преобразовать эти объекты, сохранив при этом их исторический вид и культурную ценность.
- Культурно-массовые задачи. Благодаря реновации возможно преобразовывать пространства, ранее для этого не предназначавшиеся, для проведения культурно-массовых мероприятий.
- Реновация способствует развитию креативной экономики, создавая креативную среду.
- Реновация решает проблемы депрессивных территорий и улучшает экономический и социальный климат вокруг себя за счёт создания новой точки притяжения и устранения негативных факторов.
- Реновация позволяет решить проблемы нехватки городского пространства.

2 Реновация как часть креативной экономики

2.1. Понятие креативной индустрии

На сегодняшний день происходит развитие креативной индустрии. Под креативной индустрией понимается индустрия, в которой в качестве источника развития служит личная креативность, умения и таланты, при помощи которых возможно достигнуть благосостояния и создания новых рабочих мест. К отраслям данной индустрии были отнесены отрасли, которые направлены на создание и применение объектов интеллектуальной собственности. Таким образом видно, что креативная экономика в качестве своего основного источника экономического роста рассматривает креативные идеи, которые содержат в себе оригинальные знания и технологии, реализуемые в сфере культуры. В докладе ЮНЕСКО 2013 года креативная экономика рассматривалась в качестве одного из наиболее быстрорастущего сектора мирового хозяйства не только с точки зрения получения дохода, но и создания новых рабочих мест и увеличения объемов экспортных поступлений [20].

Креативная экономика предполагает совсем иной тип экономических взаимодействий. Джон Хокинз выразил креативную экономику как творческий продукт, умноженный на количество финансовых транзакций. Под творческим продуктом понимается товар или услуга, созданная в процессе творчества и обладающая экономической ценностью. Транзакция предполагает покупку либо внедрение продукта творчества в реальное производство, результатом которого является получение прибыли.

Основным отличием креативной экономики является её непрерывное инновационное развитие, опора на человеческий капитал, инвестирование в новые технологии и проектные разработки, высокое научное участие в производстве продукции, высокая конкурентоспособность, специализация и координация субъектов хозяйственной деятельности, комплексное

производство с межотраслевым характером, высокий уровень профессионализма и образования у работников отрасли, правовая защита интеллектуальной собственности. Креативные индустрии можно описать как особые отрасли, которые объединяют организации и предпринимателей, производящих интеллектуальный продукт по средствам применения навыков бизнеса и всевозможных культурных навыков. Подобные индустрии можно воспринимать как особый тип социально-культурных практик, где главной интегрирующей доминантой служит креативная компонента. Капитал в традиционном понимании больше не является главной ценностью, ей является интеллектуальный капитал. Интеллектуальный продукт становится капиталом лишь после того, как он будет преобразован в материальный ресурс. Это значит, что интеллектуальная собственность – это не любое полученное знание либо идея, которой владеет человек, а знание, которое задействовано в экономической деятельности и приносит доход. Данный капитал нуждается в постоянном поддержании, улучшении, расширении сфер его применения, повышении степени его полезности для потребителя, создателя, общества. [21]

Интеллектуальный капитал является продуктом единоличного либо группового творчества. Идеи интеллектуального капитала не ограничены чем-либо, нежели ресурсы материальных благ. П. Бурдые считает данный вид капитала институционализированным капиталом – капиталом, который объективизировали социальные институты. [22]

Идея, которая стала продуктом, приобретает денежную стоимость, материальную, ценность, конкурентоспособность на рынке товаров и услуг. Очень важно, чтоб интеллектуальный продукт обладал уникальностью, оригинальностью, функциональностью. Уникальность проявляется в особом подходе к производству продукта, который ранее не был кем-либо использован. Оригинальность заключается в создании чего-то нового либо в качественном преобразовании чего-то ранее созданного. Функциональность создаёт конкурентоспособность.

Любой вид творческого продукта, становясь интеллектуальным капиталом, охраняется по закону. Эти законы формируют базу, с правовой точки зрения, для креативной экономики. К данным продуктам творчества могут относиться авторские права, торговые марки, патенты, промышленные образцы. К креативным индустриям, которые подпадают закон о защите авторских прав, относятся реклама, программы для ЭВМ, дизайн, фотографии, кино, видеоматериалы, виды искусств, права на песни, права на фонограмму, права на радио и телепередачи. Издательское дело. К индустриям, которые находятся под защитой патентного права, относятся фармацевтика, электроника, информационные технологии, промышленный дизайн, химия, комплектующие изделия и материалы, космическая промышленность, машиностроение, транспорт. Всё это является результатом научных разработок и исследований, которые проводятся крупными коммерческими компаниями, научно-исследовательскими институтами и лабораториями [23].

Интеллектуальный продукт, который стал интеллектуальным капиталом, после социально-правовой обработки, остаётся потенциальным интеллектуальным капиталом. Свою актуальность он приобретает лишь после того, как сможет реализовать себя в виде добавочной стоимости и создании рабочих мест. Это достаточно трудоёмкий процесс, над которым трудятся множество людей. Зачастую тот, кто создал что-то творческое не является тем, кто его внедряет.

Поиском в культуре и реализацией потенциального капитала занимается, как правило, креативный менеджер. Их основная задача заключается в поиске, генерировании и продвижении новых креативных продуктов. Они вмешиваются в текущую ситуацию и внедряют новые решения, разрушая устоявшиеся традиции. Креативный менеджмент – это всегда риск. Менеджер рискует не попасть тренд, в момент организации социального пространства, предприятия или производства. В ходе своей деятельности креативному менеджеру приходится решать следующие задачи:

- Привлечение инвесторов в проект для обеспечения экономического роста;
- Поддержание конкурентоспособности;
- Обеспечение долгосрочного пребывания продукта на рынке в условиях растущей конкуренции.

Решая данные задачи, креативный менеджер становится связующим звеном в креативной экономике. [21]

2.2 Креативный город

Научно-технологический прогресс и инновационная активность побудили перемену не только расклада сил в экономике, но и самого вектора ее развития. Города в развитом мире функционируют в условиях постиндустриальной экономики.

Концентрация высокотехнологичного бизнеса, сложные транспортные и логистические сети, финансовые, юридические, информационные и коммуникационные инновации – обычная картина городской жизни. Природа интеллектуальных услуг предполагает обмен знаниями между поставщиком услуги и ее потребителем, поскольку каждая из сторон вынуждена вникать в специфику сферы деятельности контрагента. Как следствие, имеет место эффект взаимного наращивания инновационного потенциала. Процесс подпитывается сферой информационных технологий, постоянно обеспечивающей зарождение и развитие новых предложений, которые для города являются, с одной стороны, источником жизнедеятельности, а с другой – магнитом для притяжения молодых, динамичных кадров.

Интеллектуальные услуги повсеместно имеют тенденцию концентрироваться в городах, где возможен доступ к широкому спектру знаний не только локального, но и международного происхождения. Несмотря на наличие развитых информационно-коммуникационных каналов, связывающих центр с периферией, интеллектуальные компании

предпочитают большие города, так как здесь имеется возможность в ходе живого общения с партнерами обмениваться неявными знаниями, тем самым, наращивая свое конкурентное преимущество. В городах формируется особый динамичный высокотехнологичный мир, и в этом смысле они выступают агентами экономики знаний [24].

Следом за информационной основой экономики утверждается креативная, которая приводит в движение творческие индустрии, все чаще выступающие новыми источниками городских доходов. Экономист Ричард Флорида считает, что успех и богатство города зависит от способности привлекать креативный класс. В свою очередь, креативный класс мигрирует в города с привлекательной комфортной средой для жизни. Привлекательность человеческого климата зависит от качества места: сохранённые исторические кварталы и архитектура, хорошо развитые учреждения культуры, наличие природных рекреационных зон.

Креативный класс формируется из людей, которые производят экономические ценности в процессе своей творческой деятельности. Флорида разделяет креативный класс на две составляющие: креативное ядро, которое включает в себя инженеров, ученых, профессоров, писателей, художников, дизайнеров, архитекторов, деятелей культуры, – то есть людей, которые способны формировать общественное мнение и зарабатывают этим на жизнь. Второй составляющей креативного класса является группа креативных специалистов, которые трудятся в отраслях, основанных на знаниях: информационные технологии, здравоохранение, финансы, а также бизнес. Такие люди могут создать новые технологии или продукты, но это не входит в их должностные обязанности. В связи с тем, что роль творчества во всех сферах и областях увеличивается, все больше ценятся люди с креативным подходом, которые могут найти себе место в креативном классе [25].

Однако для формирования и поддержания креативного класса необходимо создание городской среды, только в этом случае креативный класс сможет раскрыть весь свой потенциал. Главная задача креативного

города – это создание инновационной среды, так как креативность – это предпосылка для инноваций. Главным инструментом в создании такой среды являются творческие индустрии. Согласно Ч. Лэндри, инновация – это реализация на практике новой идеи, которая получена при помощи креативного мышления представителей креативного класса. Креативный класс или творческие люди рассматриваются не как группа представителей, определенных «богемных» профессий, а как класс представителей совершенно разных профессий, состоящий из талантливых, гибких и энергичных людей, способных свободно и креативно мыслить, выходя далеко за рамки обыденного [26].

Экономист Ричард Флорида выделяет следующие приоритеты креативного класса при выборе места жительства:

- Для креативных специалистов важно наличие плотного рынка труда, что обеспечивает им мобильность в смене места работы в городе без смены места жительства.
- Образ жизни, который хотят вести креативные специалисты, принципиально отличен от традиционного формата, диктуемого индустриальной эпохой. Для них важна возможность яркого, насыщенного проведения досуга: как культурного, так и спортивного. Они крайне мобильны, поэтому отсутствие ограничений во времени и пространстве — важнейшая характеристика комфортной для них городской среды.
- Обязательной функцией общественных пространств города становится обеспечение беспрепятственного общения людей в любое время суток, что необходимо для установки и поддержания слабых связей, реализации спонтанных творческих проектов.
- Одной из ключевых характеристик места должно быть его разнообразие, что подразумевает наличие в городе представителей любых культурных, политических, религиозных

взглядов, любых рас и национальностей. Подобная атмосфера воспринимается креативным классом как индикатор открытости среды новым идеям и возможностям.

- Наряду с открытостью и космополитичностью город — чтобы быть привлекательным для креативного класса — должен обладать некими уникальными характеристиками, своей аутентичностью, использовать местный культурный ресурс.

Другими словами, город должен формировать креативную среду для привлечения и генерации креативного класса [28].

Креативная среда предполагает возникновение культурно ориентированного стиля городской жизни. Она задает направление, в котором происходит формирование требовательных вкусов разных социальных групп и целевых аудиторий для разных креативных проектов. Ценностные предпочтения классов, владеющих экономическим, социальным и культурным капиталом, и занимающих определенное место в статусной иерархии, предполагает потребление качественных продуктов культуры. Появление уникальных проектов возможно лишь при наличии развитой креативной среды, экспертов, которые способны оценить качество инициатив, и потребителей, которые обладают достаточным вкусом, чтобы оценить уникальность продукта.

Креативная среда позволяет иначе оценивать природу постиндустриального трансфера. Если раньше именно сервисная экономика — экономика услуг — считалась конечной точкой постиндустриализации, то теперь становится очевидным, что она является важным, но лишь промежуточным пунктом [27].

Например, креативная среда способствует переходу пусть даже и небольшой части экономической системы, которая уже обрела сервисные характеристики, от экономического производства с сопутствующими услугами в виде дизайна или рекламы к экономике, которая создается дизайном и медиа как ключевыми экономическими акторами.

Иными словами, креативные индустрии – это сервисы, которые стали предлагать более высокое качество продукции и поставили во главу угла саму идею. Креативные индустрии становятся самостоятельными субъектами развития, которые превращают массовое производство в креативное.

На данный момент выделяются шесть факторов развития креативной среды: диверсификация экономика, комфортное окружение, либеральное образование, открыта культура, социальная активность, институциональная поддержка.

Существует мнение, что развитие креативных индустрий происходит стихийно и вопреки власти, а не с её помощью. Однако, как показывает практика, интенсивное развитие креативных индустрий в основном происходит при поддержке органов власти и становятся частью городского планирования. Содействие органов власти и бизнеса может принимать и косвенное участие, например, поддержка малого предпринимательства и социальных инициатив. Так же сегодня появляются некоммерческие фонда, которые проводят гранты на реализацию социальных инициатив или социального предпринимательства.

Приобретение новых знаний и свободный обмен мнениями, формирование партнерств, продвижение продукции креативных индустрий невозможны без сетевого взаимодействия между их представителями. Однако, проведение совместных действий никак не противоречит идеям и ценностям индивидуализма и саморазвития, которые являются важными для общества в постиндустриальную эпоху. Напротив, социальный активист проявляет себя как самодостаточный член общества, полностью осознающий ответственность, которая лежит на его плечах. Если смотреть шире, успешное развитие креативной экономики возможно только в контексте сильного гражданского общества и наличия локальных сообществ, которые поддерживают развитие малого и среднего предпринимательства, проектов, связанных с экологией, развитием городской среды, культурой и просвещением. Социальные инициативы и мероприятия, которые

организуются в городах, помогают связывать людей и находить новые пути для их коллаборации.

Открытая культура – многозначный термин, как правило, связывается с большей доступностью как классического культурного достояния, так и актуальных культурных трендов для широкой аудитории. Прежде всего, речь идет об изменении статуса классических учреждений культуры – музеев, театров, библиотек. Музеи или библиотеки новой формации пытаются не только сохранять имеющееся культурное наследие, но и предлагать новые форматы социального взаимодействия и культурного досуга, а также стремятся уничтожить те барьеры, которые мешают доступу человека к культуре. Речь идет о новых технологиях экспонирования, специальных проектах для людей с ограниченными возможностями, программах воспитания нового поколения кадров культурной сферы. Понятие открытой культуры не ограничивается традиционными институтами, которые меняются в стремлении учесть запросы аудитории. Открытая культура – это также городские медиа, дающие своим читателям максимум информации о культурных тенденциях, о новых местах и ярких культурных событиях. Культура и досуг объединяются в неразрывное целое в рамках крупных городских событий – музыкальных фестивалей или других массовых мероприятий. Открытая культура позволяет привить жителям городов новые ценности – самовыражение, творческое развитие, восприимчивость и толерантность, которые необходимы для формирования создателей и потребителей продукции творческих индустрий.

Либерализация стала одной из ключевых мировых тенденций развития образовательной сферы. Либеральное образование дает каждому человеку огромное количество альтернатив в выборе тех знаний, навыков и компетенций, которые он хотел бы освоить. Речь идет не о получении специализации, в соответствии с которой будущий профессионал должен работать всю жизнь, а о возможности самостоятельно выбирать осваиваемые навыки и знания и менять сферу своей деятельности. Либеральное

образование в классическом понимании – это определенная модель обучения в вузах, предоставляющая студентам возможность учиться в соответствии с собственным индивидуальным планом. В широком смысле оно включает в себя все виды образовательных активностей, которые расширяют возможности человека: открытые лекции и семинары, образование на протяжении всей жизни и многое другое. Сегодня расширяется сегмент онлайн-образования, который предлагает бесплатно или за плату всевозможные учебные курсы. Кроме того, появляется множество онлайн-библиотек с материалами выступлений, лекций, семинаров и мастер-классов. Дистанционное образование вряд ли в ближайшее время полностью заменит собой традиционное, однако уже сейчас оно дешевле и легче подстраивается под определённого учащегося.

С точки зрения урбанистики, состояние городской среды и инфраструктуры крайне важно для развития города и самочувствия его жителей: плохое качество среды приводит к снижению социальных контактов, миграции, криминализации города, хорошее – делает людей счастливыми. Тонкий и вариативный городской дизайн, учитывающий потребности разных социальных групп, ставка на общественные пространства, пешехода ориентированные улицы, соблюдение принципов устойчивого экологического развития делают городскую среду живой. Важным оказывается сочетание множества элементов, которые повышают безопасность и удовольствие от пользования городом: от эффективной организации системы общественного транспорта до установки объектов публич-арта. Комфортная среда формирует равнодушного горожанина и способствует формированию городской идентичности.

Интеллектуальный труд и креативный капитал делают экономику менее зависимой от природных ресурсов или географического расположения, которые традиционно лежали в основании планирования экономического развития городов. Диверсификация экономики даёт возможность ориентироваться не только на изначально характерные для региона

направления экономики, такие как нефтедобыча, сельское хозяйство или тяжелая промышленность, но и стимулировать рост других, альтернативных отраслей. Для постиндустриального производства зачастую не нужны ни залежи углеводородов, ни огромные заводы, а нужны лишь высококлассные специалисты или инновационные идеи. В связи с диверсификацией большие перспективы развития появляются и у сфер, которые изначально связаны с применением знаний, навыков и компетенций, таких как наука, культура, образование, здравоохранение или сфера услуг, частично. Ряд экспертов считает, что важным индикатором развития креативной среды является наличие независимых предприятий общественного питания. Можно вспомнить о так называемом «кофейном индексе», с помощью которого креативность среды может оцениваться на основании подсчета несетевых кофеен в городе. Возникновение специализированных площадок, а также сохранение аутентичности территорий и умный девелопмент способствуют формированию креативных микропредприятий. В рамках технопарков, бизнес-инкубаторов, коворкингов и креативных кластеров появляются новые креативные компании: дизайн-студии, маркетинговые агентства, фэшн-студии и шоу-румы. Количество креативных кластеров является показателем интенсивности развития города или региона.

Однако, креативная среда не вполне соотносится со сферой креативной экономики. Она больше её, так как формируется не только креативными предприятиями. В её формировании участвуют и другие креативные проекты, которые вбирают в себя все инициативы, базирующиеся на эксплуатации творческих и интеллектуальных способностях предпринимателей, не зависимо от конечной цели и экономической эффективности. Креативность проекта может оцениваться с точки зрения его роли как узлового элемента сети, состоящей из других проектов и практик. Ключевые креативные проекты создают креативную инфраструктуру, которая позволяет другим инициативам более интенсивно расти и развиваться. Они могут становиться центрами притяжения активной молодежи, представляя собой проекты городских

активистов, культурные события или новые медиа, нацеленные на построение новых информационных стратегий и создание условий для профессиональной коммуникации креативных специалистов [28].

Креативная инфраструктура формируется креативными кластерами, коворкингами и другими творческими площадками, обретая воплощение в виде конкретных физических пространств, а также локальных сообществ, которые при последующем развитии могут дать начало одному или многим креативным предприятиям. Значение креативного проекта для формирования креативной среды определяется количеством связей между данным проектом и другими элементами инфраструктуры.

2.3 Методы исследования

Для обоснования выбора методов исследования необходимо рассмотреть все наиболее распространённые методы исследования, которые имеют в себе экспертные оценки.

Данные методы подразумевают получение общего мнения в процессе совместного обсуждения решаемой проблемы. В некоторых случаях данные методы именуют методами прямого получения мнения. Основные преимущества этих методов состоят в возможности анализировать проблему разносторонне. Недостатками же в данном методе будут сложность процедуры получения информации, сложность в формировании группового мнения по индивидуальным суждениям экспертов, возможность применения давления авторитетом в группе.

Методы экспертных оценок подразделяются на методы коллективной работы экспертов в группе и методы индивидуального мнения экспертов.

К методам коллективной работы экспертов относятся:

- Мозговой штурм;
- Метод сценариев;
- Совещание;

- Метод «суда»;
- Деловая игра;
- Дерево целей.

К методам индивидуального мнения можно отнести:

- Метод Дельфи;
- Интервью;
- Анкетирование [29].

Метод «мозгового штурма» возник в США в конце 30-х годов 20 века, а получил распространение лишь в 1953 году благодаря выходу книги А. Осборна «Управляемое воображение». Данный метод состоит из двухэтапной процедуры решения задач. На первом этапе выдвигаются идеи, на втором этапе идеи конкретизируются и развиваются. Важный элемент метода это снятие психологических барьеров, которые тормозят генерацию творческих идей. Метод разделяет этап формирования задачи от этапа генерации творческих идей её решения. На этапе генерации идей существует три правила:

- Запрет критики идей;
- Запрет обоснования выдвигаемых идей;
- Поощрение выдвигаемых идей, включая нереальные, бредовые, фантастические.

На этапе анализа идей всего одно правило – выявление наиболее творческой основы в каждой анализируемой идее.

Данный метод имеет преимущество – возможность в короткие сроки получать оригинальные, не стандартные идеи. Недостатками у метода служат сложность сбора необходимых специалистов в одном месте, влияние авторитета наиболее компетентных специалистов на группу [30].

Сценарий – описание или картина будущего какого-либо объекта, составленные с учётом правдоподобных предпочтений. Как правило, прогнозная оценка производится в виде трёх возможных вариантов ситуации:

- Оптимистичный;
- Пессимистичный;
- Наиболее вероятный.

Выделяются следующие этапы формирования проблемы:

- Формулировка проблемы;
- Определение и группировка сферы влияния;
- Определение показателей будущего развития объекта;
- Формулирование и отбор согласующихся наборов предположений;
- Сопоставление намеченных показателей будущего состояния сферы с предположениями об их развитии;
- Введение в анализ разрушительных событий;
- Установление последствий [31].

Под деловой игрой понимают людей, участвующих в процессе достижения экономических, политических или репутационных целей. Игра деловая – форма деятельности людей, которая имитирует какие-либо практические ситуации, одно из средств активизации процесса обучения в образовательной системе. Деловая игра построена на моделировании объекта управления, но для принятия решений в ней должны присутствовать роли, процесс проектирования решений, их оценка, взаимодействие участников.

Деловая игра имеет следующие основные характеристики:

- Моделирование процесса труда руководителей и специалистов по выработке профессиональных решений;
- Наличие общей цели у всего игрового коллектива;
- Коллективная выработка решений участниками игры;
- Распределение ролей между участниками игры;
- Различие ролевых целей при выработке решений;
- Взаимодействие участников, исполняющих те или иные роли;
- Реализация цепочки решений в игровом процессе;

- Многоальтернативность решений;
- Наличие управляемого эмоционального напряжения;
- Разветвленная система индивидуального или группового оценивания деятельности участников игры.

В деловой игре происходит моделирование управленческих, хозяйственных, социально-психологических систем, которые рассматриваются как динамические. Поэтому для достижения конечных результатов участникам игры нужно выстроить цепочку решений. Решения, которые принимаются основываясь на исходной информации, воздействуют на модель объекта и тем самым влияют на изменение его первичного состояния. Оценивание результатов, осуществляемое на каждом фрагменте деловой игры, поступает в игровой комплекс для дальнейшего использования и влияет на следующие результаты, достигаемые участниками. Интерактивное взаимодействие происходит на всех этапах деловой игры, решения принимаются преимущественно коллективно. Таким образом, именно наличие цепочки решений, вырабатываемых в условиях внутригруппового и межгруппового взаимодействия, выделяет деловую игру как специфическую интерактивную технологию [32].

Метод дерева целей подразумевает построение иерархической структуры. Данная структура состоит из деления цели на подцели, а те, в свою очередь, делятся на другие подцели. Данная иерархия может иметь множество уровней, до тех пор, пока дальнейшее деление станет невозможным. Дерево целей возможно создать на основе дерева проблем, а на основе дерева целей можно построить дерево решений [33].

Метод совещания представляет из себя дискуссию, задача проведения которой заключается в формировании единого коллективного мнения по исследуемой проблеме. Данный метод отличается от метода мозгового штурма тем, что у экспертов в процессе дискуссии есть право критиковать идеи в процессе их обсуждения, а не только высказывать. Принято считать, что данный подход позволяет сократить возможность формирования

неверных решений. Достоинство данного метода в том, что он имеет относительно простую организацию. Недостаток же в том, что на оказывается личное либо авторитетное влияние на экспертов в группе [34].

Метод суда является одним из методов совещания. В данном методе эксперты работают по принципу судебного процесса. В качестве судей выступают лица, которые принимают решения, в роле защитников и обвиняемых выступают эксперты группы, подсудимые – обсуждаемые идеи, которые нацелены на решение исследуемых проблем. Метод используют в случае разногласий среди разных групп экспертов [35].

Метод Делфи – один из наиболее известных методов экспертной оценки. Своё название метод получил по ассоциации с Дельфийскими оракулами, к которым обращались для получения поддержки при принятии решений.

Методом Делфи называли экспертную процедуру научно-технического развития в 60-ых годах прошлого века. Метод состоял из нескольких этапов. В первом туре эксперты называли вероятные даты в которые должны были произойти будущие свершения. Во втором туре каждый эксперт знакомился с прогнозами всех остальных. В случае, если прогноз сильно расходился с прогнозами большинства, то его просили аргументировать свою позицию. В большинстве случаев эксперт менял своё мнение в сторону большинства. Среднее значение большинства экспертов выдавались заказчику как групповое мнение [36].

Интервью – один из основных качественных методов получения информации в эмпирических исследованиях. Интервью является целенаправленной беседой интервьюера с респондентом, которая проводится по определённому путеводителю и предполагает обязательную фиксацию. Интервьюер должен иметь детальную программу исследования, в которой были сформулированы цели и задачи опроса, объект и предмет. В рамках программы формируются последовательные вопросы, которые будут задаваться интервьюируемому – гайд-интервью.

Качества, которыми должен обладать интервьюер:

- Коммуникабельность;
- Способность к непредвзятому и внимательному ведению разговора;
- Чувствительность к деталям, которые требуют дополнительных вопросов;
- Умение пользоваться техникой фиксации;
- Способность расшифровать и обработать результаты интервью.

Для проведения интервью существует ряд правил: согласие респондента на сотрудничество, информирование респондента о записи разговора, договорённость о месте интервью и времени [37].

Анкетирование предполагает жёстко зафиксированный порядок, форму, содержание вопросов, чётко указанную форму ответов. Анкетирование возможно проводить как в форме прямого опроса так и в заочной форме. Вопросы в анкете делятся на закрытые, полужакрытые и открытые. В закрытых вопросах вариант ответов предусмотрен заранее. В открытых респондент отвечает в свободной форме. Полузакрытый вопрос комбинирует в себе оба предыдущих варианта [38].

В качестве метода исследования выбрано интервью, в связи с тем, что данный метод позволит получить более широкий взгляд чем анкетирование и исключает воздействие членов группы друг на друга как в случае с коллективными методами исследования.

Проведение интервью требует ряд соблюдения ряда факторов: атмосфера доброжелательности, тактичное поведение интервьюера, постепенное «вхождение» в тему – от простых вопросов к сложным, отсутствие намеренного или произвольного навязывания интервьюером своей позиции. Вводная часть интервью должна быть лаконичной, она не должна отвлекать интервьюируемого от основной темы опроса. В задачи интервьюера входит полное разъяснение и ответ на все вопросы касательно цели и темы интервью. Стиль поведения интервьюера должен быть

уважительным и дружелюбным. Для избежания длинных пауз интервьюеру рекомендуется знать гайд-интервью и помнить очередность опросов. Рекомендуется избегать каких-либо дискуссий с интервьюируемым, необходимо только регистрировать его мнение, не комментируя его. Необходимо исключить собственные оценочные суждения, негативные замечания, проявление равнодушия и безразличия, напротив, стоит всевозможным образом поддерживать то, что говорит респондент. В случае, если респондент интересуется точкой зрения интервьюера то необходимо объяснить, что его задача – выяснить мнение респондента, а не называть своё.

Задавать вопрос необходимо в той последовательности, в которой они изложены в бланке. Каждый предыдущий вопрос должен играть роль некоего введения к последующему вопросу. Это необходимо для последовательной и непрерывной логики беседы. В случае, если ответ является неоднозначным, не имеет конкретики целесообразно попытаться уточнить позицию.

По форме вопросы бывают закрытыми, полузакрытыми и открытыми. Закрытые вопросы предполагают заранее подготовленные варианты ответов. К полузакрытым, помимо подготовленных вариантов, предполагается возможность респондента дать свой ответ. Открытые вопросы подразумевают исключительно свободный ответ. Закрытые и полузакрытые вопросы конструируются тогда, когда исследователю заранее известны все или почти все варианты ответов. В противном случае вопрос задается в открытой форме.

По содержанию вопросы могут быть направлены на констатацию фактов, знаний, мнений, намерений, представлений, поведения.

Общее число вопросов зависит от полноты операциональной схемы, а соотношение числа открытых и закрытых вопросов – от степени изученности предмета исследования.

Логическая последовательность вопросов predetermined структурой предмета исследования, а также психологическими требованиями к коммуникативному процессу. Важно, чтобы интервью не начиналась с вопросов, которые могут вызвать у респондента чувство дискомфорта. Для

смягчения остроты психологически трудных вопросов можно задать предварительный «вводный вопрос». Как свидетельствует опыт, после 35–50 минут внимание респондента обычно притупляется, поэтому целесообразно вопросы объединить в блоки, которые выделяются тематическими заголовками. Более сложные вопросы стоит расположить в рамках первых 40 минут [39].

3. Расчёты и аналитика

3.1 Анализ актуальности реновации территории ТЭМЗа

Для многих российских городов в постиндустриальную эпоху характерно наличие большого количества заброшенных промышленных зданий, которые остались с советских времён. Большинство из них находятся в черте города, а некоторые – в его центральных районах. Пустующий земельный фонд и большие производственные территории, которые находятся в относительно хорошем состоянии, имеют большой потенциал стать новыми точками экономического роста, притяжения инвестиций, создания рабочих мест и мест отдыха населения. Такие объекты имеют ряд преимуществ.

Первое преимущество – расположение. Преимущество расположения заключается в том, что многие из ранее промышленных объектов находятся близко к центру или в пределах города. Это вызвано тем, что с момента их возведения город расширялся и вокруг промышленных объектов постепенно возникали микрорайоны, в которых жили работники. Таким образом предприятия вращались в город.

Второе преимущество – транспортная доступность. В связи с тем, что предприятия постоянно нуждались в отгрузке, загрузке материалов и продукции, и доступности для работников в их планировку была изначально заложена транспортная доступность.

Третье преимущество – особенности планировки и рельефа. Большая часть предприятий имеет обособленную территорию, особенности рельефа, вызванные необходимостями производства и обслуживания, и артефакты, оставшиеся после былой деятельности предприятия. Всё это при грамотном подходе можно использовать для всевозможных дизайнерских решений и создании уникальных общественных пространств.

Четвёртое преимущество – история места. У таких мест есть история, которая, которую возможно использовать для создания гения места.

Исходя из выше перечисленного можно сделать вывод, что данные объекты несут в себе значительный не реализованный социально-экономический потенциал.

Объект исследования – реновация промышленных и заброшенных объектов города Томск.

Предмет исследования – актуальность реновации заброшенной территории ТЭМЗа по адресу переулок Буткеевский, 2/1.

Задачи исследования:

- Определить актуальность реновации заброшенной территории ТЭМЗа.

Гипотеза: Реновация промышленных зон необходима для города Томск.

Рабочий план исследования: составление программы исследования, разработка вопросов для интервью, сбор информации, обработка данных, анализ и расшифровка результатов.

Методы исследования

Описание методов сбора: качественный метод исследования – экспертное интервьюирование, количество респондентов ... человек.

Описание методов анализа: расшифровка результатов исследования в виде аналитического отчета [40].

Метод сбора информации: опрос в форме анкетирования.

Гайд-интервью

Интервью будет проведено по следующему сценарию:

- Приветствие;
- Поинтересоваться знает ли респондент о том, что такое реновация. Если нет то рассказать;
- Устное описание проекта;
- Выяснить степень актуальности проекта;

- Выяснить степень возможного участия властей, по мнению респондента;
- Поинтересоваться видением данного проекта, с точки зрения респондента;
- Выяснить вероятную степень влияния на городскую привлекательность;
- Выяснить вероятную степень влияния на туристическую привлекательность;
- Завершение интервью.

Проведя интервью с Иваном Ларионовым, руководителем проекта Street Vision, было выяснено, что Иван положительно относится к идее реновации и организации скейтпарка на заброшенной территории ТЭМЗа.

Им была высказана необходимость организации в Томске крытого скейтпарка. Данная необходимость обусловлена тем, что есть большая потребность среди молодёжи, и она растёт. Многие родители, которые катались в детстве, теперь учат своих детей, да и в целом популярность данного вида спорта растёт, по мнению Ивана, а подходящей площадки нет. Тот скейтпарк, что расположена на Лагерном саду, по мнению Ивана, является не достаточно хорошей. Также необходимость крытого скейтпарка обусловлена тем, что скейтбординг был недавно включён в список олимпийских видов спорта. Это создаёт необходимость подготовки спортсменов. Однако, это возможно только в летний период при условии хорошей погоды. В зимний, осенний и весенний периоды подготовка спортсменов невозможна.

По поводу помощи государства Иван больше склонен считать, что наилучшим средством является участие в социальных программах и грантах, по типу «родные города», чем помощь государства на прямую, так как это более быстрый способ.

Иван считает, что это интересное место, которое находится близко к центру и окружено крупными предприятиями и студенческим городком. По его мнению, данные организации могут принять участие в реновации и извлечь для себя определённую выгоду.

Также, реновация повысит качество городской среды и улучшит городскую привлекательность, которая позволит привлечь новых людей в город или побудит остаться тех, кто уже живёт или учится в Томске.

Реновация может сыграть большую роль в плане привлечения туристов, так как на данной территории можно проводить массовые мероприятия, которые будут привлекать людей из близлежащих городов.

Проведя интервью с Лахтионовой Ириной Владимировной, представителем комитета развития внутреннего и въездного туризма департамента по культуре и туризму Томской области, было выяснено, что создание любых мест активного отдыха для молодёжи является очень актуальным, так как Томск позиционирует себя как молодёжный студенческий город. Однако, власть может поучаствовать лишь в плане информационной поддержки и организационной, считает Ирина Владимировна. Она видит этот проект как инвестиционный, то есть проект, который должен реализовываться силами инвесторов.

С точки зрения туристической привлекательности, данный проект может принести свой вклад только, если будет проделана хорошая организационная и рекламная работа, если об этом узнают много народу.

Ирина Владимировна считает, что развитие любой социальной инфраструктуры важно для того, чтоб удержать молодёжь в Томске, чтобы привлечь их к активному отдыху. В плане реализации, Ирина Владимировна считает, что сейчас очень активно развивается направление поддержки социально- ориентированных, некоммерческих проектов и, если будет какая-то общественная организация, то есть сообщество людей – они могут подать

на грант, и найти финансирование и, если власть поможет им с площадкой, то успешность этого проекта будет гораздо выше.

Интервью с Шумкиной Екатериной Викторовной, заместителем начальника департамента архитектуры и строительства Томской области по особым проектам, выявило альтернативное мнение по поводу скейтпарка. Она считает, что строительство на данной территории не актуально, так как частный сектор и территория труднодоступна. По её мнению, территория не находится в прямой пешеходной доступности для институтов и окружена частным сектором.

В целом же идея крытого скейтпарка в Томске, по её мнению, достаточно актуальна, но в то же время она считает, что нынешнего скейтпарка достаточно, несмотря на его сезонную активность. Она считает, что катающиеся люди способны сами его от снега очистить в осенне-весенний период. Если же говорить о поддержке, то, по её мнению, оказать поддержку может федеральное и областное субсидирование. Влияние на туристическую привлекательность появление скейтпарка в данном месте не видится значительным.

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод, что создание рекреационной зоны активного отдыха в Томске является актуальным. Есть большой запрос со стороны молодёжных субкультур, так же есть необходимость вовлечения подростков в спорт с целью обезопасить их от деструктивных форм проведения досуга. Было выделено в ходе первого интервью, что скейтбординг является олимпийским видом спорта, а значит - встаёт вопрос о профессиональной подготовке спортсменов. Ещё было сказано, что скейтбординг играет большую роль во взаимоотношениях между родителями и детьми.

При правильной организации и рекламе рекреационная зона активного отдыха может стать точкой притяжения для горожан и туристов из близлежащих городов. Так же опрошенные склонны считать, что наилучший

способ реализации проекта это некоммерческие фонды и социальное предпринимательство. Однако, органы власти заявили о готовности помочь с площадкой и с координацией.

В случае отсутствия рекламной поддержки проект может оказаться неудачным. Это вызвано тем, что он расположен на территории частного сектора и не имеет прямой доступности со стороны вузов, несмотря на то, что он находится в центральном районе города. Отсутствие шаговой доступности может быть вызвано слабой урбанизацией центра, а следовательно депрессивностью территории. Эту задачу могла бы решить реновация заброшенной территории и возведение на ней скейтпарка. Подобные проекты часто становятся точками притяжения как инвестиций так и жителей, и меняют окружающее пространство.

3.2 Концепция реновации промышленной территории

В качестве реновации промышленной территории было решено обустроить в одном из помещений крытый скейтпарк.

Для этого необходимо понять, что из себя представляют скейтпарки и как они устроены.

Скейтпарк – это специально построенная площадка для людей, занимающихся экстремальными видами спорта, такими как скейтборд, стритборд, агрессив-ролики, велосипеды ВМХ, самокат, чтобы кататься и совершенствовать трюки [41].

По видам экстремального спорта парки делятся на несколько видов:

- Скейтпарк, которые предназначены для катания на скейтах и роликах. Для данных парков характерны небольшие размеры элементов с большим количеством перил и граней. Такие парки наиболее распространены.

- ВМХ-парки предназначены для катания на ВМХ-велосипедах и роликах. Для данных парков характерны большие размеры элементов пара.
- Дерт – площадка, которая состоит в основном из земляных трамплинов. На данных площадках в основном катаются ВМХ и МТВ-райдеры [42].

По составляющим материалам скейтпарки делятся на следующие типы:

- Бетонный парк. Бетонные парки имитируют элементы ландшафта города. Как правило, такие парки располагаются на городских окраинах на открытом пространстве. Для создания таких парков применяют грунт как формовочный материал, который потом заливают бетоном. Обработанный бетон служит в качестве поверхности для катания. За счёт материала и его однородности данный вид парков почти не издаёт шума при катании. Данный парк требует больших трудозатрат и площадей.
- Деревянный парк. Данный вид материала для конструкций парка как правило применяют в проведении соревнований. Это связано с тем, что дерево – материал относительно дешёвый и лёгкий материал, фигуры из него могут быть выполнены на месте. В помещениях данный вид парков применяется реже, не смотря на отсутствие разрушительного воздействия природы.
- Металлический парк. Самый долговечный и самый шумный вид конструкций. Это вызвано тем, что металл, которым покрыт парк, издаёт громкие звуки при езде. Так же недостатком этого парка является и то, что металл является очень скользкой поверхностью для колёс роликов и скейтбордов.
- Металлический с деревянным покрытием. Стоимость такого парка ниже чем стоимость парков из металла и бетона. Каркас данного парка состоит из металлоконструкций, а рабочие поверхности покрыты ламинированной текстурированной

фанерой, которая способна противостоять погодным условиям. За счёт нанесённой сетчатой текстуры данная поверхность имеет хорошее сцепление, а деревянная рабочая часть имеет хорошие показатели по уровню шума. Так же данный вид парка относительно лёгок в транспортировке [43].

По месту расположения скейтпарки делятся на следующие типы:

- Открытый скейтпарк. Такой вид парка располагается на открытой местности. Там могут быть применены все виды конструкций парка. Как правило, такой парк строят на окраинах города, иногда - во дворцах или спорткомплексах. Данный вид парка получил наибольшее распространение по всему миру из-за относительно небольшой стоимости и затрат на содержание, но в регионах с холодным зимним климатом может быть использован лишь в летнее время.
- Закрытые скейтпарки. Данные парки устанавливаются внутри помещений по площади не менее 100 м² и высотой помещения не менее 4 м².
- Частично крытые. Данный вид парков, как правило, устанавливается под мостом и путепроводами, где площадка может быть защищена от атмосферных осадков [42].

Основная идея заключается в преобразовании заброшенного пространства посредством организации на части его территории крытого скейтпарка. На данный момент на территории города Томск нет ни одного скейтпарка, который мог бы функционировать круглый год.

Данное помещение было выбрано по причине того, что оно находится близко к центру города, обладает своей историей, имеет большие свободные пространства.

Визуально территория требует определённого благоустройства. На данной территории местами отсутствует дорожное покрытие, в остальном это старый асфальт либо строительные плиты. Здания находятся в неплохом

состоянии, на первый взгляд, на входах в большие помещения отсутствуют ворота, внутри - мусор, местами имеется деформация бетонного пола бугристой формы, обрушения стен и крыши на основных помещениях не наблюдается. На территории имеется три больших ангара, два из которых соединены между собой кирпичным помещением, одно разрушенное здание и одно кирпичное здание, множество строительных плит на улице. В качестве расположения скейтпарка предлагается взять здание, которое расположено слева от входа.

Крытый скейтпарк создаётся с целью занятия экстремальными видами спорта круглогодично и не зависеть от погодных условий, а так же для оказания инструкторами профессиональной подготовки и наблюдения за неопытными райдерами (от англ. ride – кататься) с целью уменьшения случаев травматизма.

Социальная значимость парка заключается в:

- Обеспечении условий для отдыха и физического развития молодежи, занимающейся активным отдыхом.
- Снижении травматизма молодых людей, занимающихся экстремальными видами спорта.
- Уменьшении числа подростков на улицах города, занимающихся противоправными действиями.

Планируется, что скейтпарк будет расположен в одном из заброшенных помещений, которое находится на данной территории слева от входа на территорию (Рис. 5).



Рисунок 5. Расположение скейтпарка

Данное помещение было выбрано в связи с тем, что оно лучше других подходит по размерам. Оно достаточно широкое и не сильно высокое.

Планируется провести ремонт здания, утепление стен и возведение перегородок для создания внутренних спортивных, бытовых и технических помещений. Также необходимо проведение бытовых коммуникаций. После этого можно начать строительство скейтпарка (Рис. 6).

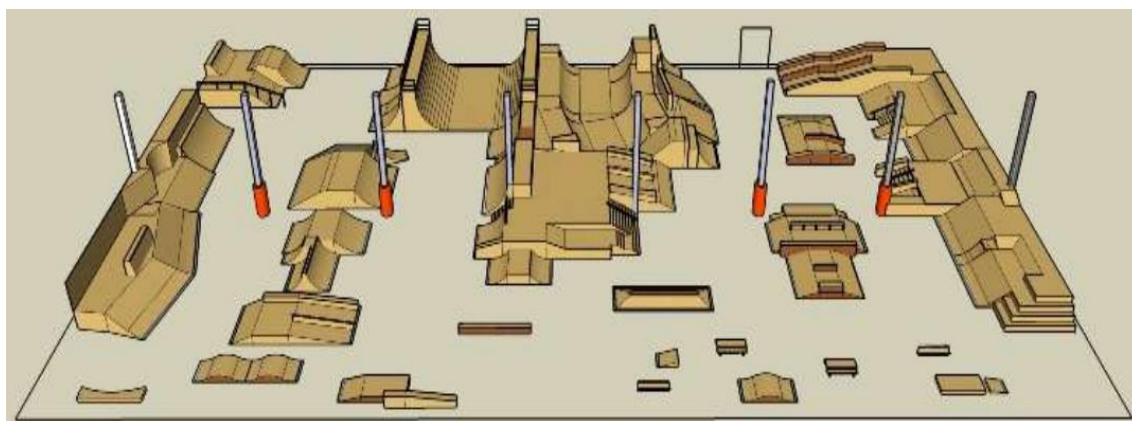


Рисунок 6. Предполагаемый вид скейтпарка

Снаружи планируется провести расчистку территории от строительного и обычного мусора, демонтаж разрушенных зданий, провести работы по облагораживанию территории и созданию дорожного покрытия. Также планируется возведение малых архитектурных форм, для создания

идентичности места. В качестве материала можно использовать строительный мусор. Для этого планируется привлечение дизайнеров и художников из числа волонтеров и заинтересованных сторон.

План реновации крытого скейтпарка состоит из нескольких этапов.

Первый этап заключается в подготовке. На этом этапе прорабатывается концепция реновации, привлекаются заинтересованные стороны и возможные участники, утверждается конечный план.

- Привлечение заинтересованных сторон;
- Проработка плана реновации, обсуждение и внесение изменений в концепцию;
- Составление и утверждение конечного плана.

На втором этапе происходит начало всех технических и маркетинговых работ. Внутри помещения происходит восстановление места, создание внутренних помещений и разделения открытого пространства на зоны, проведение необходимых бытовых коммуникаций, возведение всех необходимых конструкций для занятия спортом, наполнение помещения. На территории заброшенной зоны происходит расчистка территории, ликвидация опасных объектов и разрушенных объектов, проведение необходимых коммуникаций, преобразование и восстановление территории и фасада здания. Маркетинговые работы с техническими связаны только от части.

- Восстановление здания и территории, проведение технических работ;
- Маркетинговая работа.

На завершающем этапе происходит подведение итогов по проделанной работе, прорабатываются варианты дальнейшего развития [44].

3.2.1 Первый этап

Заинтересованные стороны играют важную роль в реализации любого проекта. Однако, в данном случае речь идёт о городском проекте, а это

повышает их роль тем, что на сегодняшний момент в современной городской политике и в современных урбанистических концепциях очень большую роль играет партисипаторность (participatory – участие).

В российской литературе нет общего понимания данного термина. Данный термин применяется в разных сферах и от этого зависит его значение. В нашем случае партисипаторность рассматривается как аспект межличностного взаимодействия и взаимодействия с институтами. В вопросах межличностного взаимодействия внимание фокусируется на следующих принципах и ценностях: доверие, достоинство, уважение, взаимность, сопричастность, вовлеченность. Данные принципы рассматриваются как важные принципы в создании и развитии сотрудничества. В случаях, когда речь идёт о взаимодействии людей и институтов, то партисипаторность понимается как вовлечение населения во взаимодействие с социальными институтами и в процесс принятия решений. Партисипаторность определяется как ориентация на то, что граждане имеют право или должны иметь право голоса в процессе принятия важных социальных решений. [45]

В данной работе партисипаторность рассматривается как вовлечение заинтересованных сторон в процесс реновации. К заинтересованным сторонам могут относиться как обычные граждане, которые заинтересованы в реновации, так и социальные институты, так же заинтересованные в реновации.

Вовлечение заинтересованных сторон необходима для создания востребованного общественного пространства. Вовлечение даёт возможность изначально создать пространство таким, каким его хотят видеть, позволяет понять кто и как им будет пользоваться и понять, как оно может развиваться в дальнейшем.

Для горожан вовлечение являет следующие плюсы:

- Создание возможности влияния на городское развитие.
- Повышается качество и эффективность проектных решений.

- Создание возможности для гражданских инициатив и альтернативных решений.
- Укрепление связи между горожанами, формирование городских сообществ.
- Улучшение понимания горожанами процессов, происходящих в городе и между городскими субъектами.

Польза для бизнеса следующая:

- Возможность тестирования разных моделей развития территории.
- Ориентация сервисов на территорию.
- Формирование портрета будущего потребителя.
- Изучение потребностей горожан с целью дальнейшего прогнозирования.
- Перспективы дальнейших проектов.

Польза для городских властей:

- Проекты станут более социально значимыми и устойчивыми.
- Появится видение ранее скрытых потребностей горожан, их ценности и потенциал.
- Появится больше людей, которые заинтересованы в городском развитии.
- Горожане перейдут из разряда потребителя в разряд соучастника городского развития.
- Произойдёт снижение городских конфликтов, появятся инструменты для их разрешения.
- Снизится уровень вандализма из-за смены горожанами отношения к городу.
- Создание дополнительных информационных поводов.
- Создание устойчивой и эффективной коммуникации с горожанами [46].

Для привлечения заинтересованных сторон сначала необходимо провести их анализ. Для этого необходимо составить список всех возможных заинтересованных сторон. Так же необходимо прописать роль, которую они могут сыграть в проекте и их интерес. После анализа заинтересованных сторон необходимо проработать план вовлечения.

Для вовлечения городских властей и бизнеса необходимо проводить личные встречи и презентации проекта. Необходимо заинтересовать потенциального стейкхолдера, как можно лучше показать ему его возможные выгоды и донести суть проекта.

Для вовлечения горожан необходимо проводить их информирование. Для этого можно использовать местные средства массовой информации, проведение вводных семинаров, «сарафанное радио», личные встречи с городскими активистами и представителями сообществ.

По итогу привлечения заинтересованных сторон их информируют о дальнейших действиях.

Проработка плана реновации, обсуждение и внесение изменений в концепцию так же необходима для поддержания партисипаторности. Этот этап позволяет выявить недостатки проекта, альтернативные возможности развития проекта, обсудить текущее направление проекта и предложить свои варианты.

Обсуждения проводятся в открытой форме. На обсуждении присутствуют заинтересованные стороны, которым представляют проект. После представления происходит обсуждение, высказываются предложения и замечания, которые заносятся в протокол.

На основании обсуждений формируется конечный план реновации.

3.2.2 Второй этап

На втором этапе подразумевается проведение строительных работ и работ, направленных на создание бренда территории и её наполнение.

Работы по восстановлению здания, территории и проведение технических работ необходимо доверить специализированным организациям, которые имеют разрешение на проведение подобных работ. При выборе подрядчика необходимо руководствоваться соотношением цены и качества оказываемых услуг. Наиболее рациональным решением будет объявление открытого конкурса на проведение работ. Однако, от степени участия властей и цены работ может зависеть метод выбора способа определения подрядчика. Способ выбора подрядчика определяется законодательством РФ.

Создание бренда места является сложной и большой работой, и состоит из многих задач. Но его основная задача заключается в создании определённой идентичности и привлечении людей к территории.

Активная информационная компания играет важную роль на всём протяжении времени второго этапа. На этом этапе необходимо использовать информационные поводы для анонсов происходящих изменений и получения обратной связи от горожан. Для этого наилучшим образом подходят социальные сети.

Для того, чтоб обозначить данное место в ментальном пространстве горожен необходимо создать определённый бренд, который будет отражать это место. Для этого необходимо обозначить три элемента: легенда, ценность, дизайн [47].

Легенда представляет собой отражение основных характеристик проекта и представляет его сильные стороны в максимально привлекательном для целевой аудитории формате. В легенде может найти отражение не только история места и связанные с ним культурные коды, но и будущие функции объекта, перспективы его долгосрочного развития.

Ценности бренда – уникальные положительные характеристики, в которых заключаются ключевые отличия от конкурентов.

Функциональные ценности – это те конкурентные преимущества по сравнению с другими, которые предоставляет данное место своим «потребителям» для удовлетворения их потребностей. В первую очередь, это

касается качества и доступности услуг. Большую функциональную ценность имеет фактор уникальности товаров, услуги впечатлений.

Социальные ценности – это личные преимущества, приобретения, блага, которые может предоставить данное место своим потребителям. Например некоторым людям важно испытать чувство принадлежности к чему-либо, поддержать свой статус, показать своё превосходство.

Эмоциональные ценности – это чувства, эмоции и впечатления, которые получает человек пользуясь местом, товаром или услугой. Для пользователей данного места в разных случаях это могут быть радость, удовольствие, ирония, ностальгия, удивление, уважение к месту и многое другое. Ставка на эмоциональные ценности особенно важна и полезна при исправлении негативного имиджа.

Дизайн бренда – система взаимосвязанных и взаимодополняющих визуальных и символических атрибутов бренда, выраженных в символических знаках, лозунгах, цветах, запахах, музыке. Дизайн бренда как процесс – это формирование ярких и привлекательных для целевых аудиторий ассоциаций через оформление идеи бренда [48].

Соблюдение нескольких принципов дизайна бренда может сделать его важным стимулятором создания бренда.

1. Строгое соответствие дизайна бренда идее бренда. Абсолютно все в элементах дизайна должно иметь содержательное объяснение и отражать идею бренда, идентичность. Идея бренда, логотип и вербальные символы должны ассоциироваться с одними и теми же ценностями. Тема места должна безвариантно угадываться в картинке бренда.
2. Взаимосвязь и полнота состава элементов дизайна. Состав графических элементов бренда стандартен: логотип, цветовая гамма, шрифты и стандарты их использования.
3. Строгая стандартизация элементов дизайна и регламентация их использования. Графические элементы дизайна бренда должны

использоваться везде и всегда одинаково. Малейший отход от стандарта размывает, растворяет бренд, вредит его узнаваемости.

4. Простота использования и сложность копирования. На первый взгляд, эти два условия кажутся противоположными и потому трудновыполнимыми. Однако профессиональный подбор элементов дизайна и современные графические технологии позволяют этого добиться.

5. Уникальность дизайна. Не только содержательная, но желательна и техническая, исполнительская

Качественный бренд необходим для того, чтобы при помощи запоминающегося названия, яркого логотипа и фирменной атрибутики обеспечить высокую узнаваемость объекта, объединить все заинтересованные стороны вокруг одинаково понимаемого образа и создать основу для оформления территории, ее рекламы и продвижения.

После окончания восстановительных и технических работ необходимо приступить к созданию идентичности места. Пространство – уникальный ресурс брендинга, которым обладает место, в отличии товаров, услуг. Для создания уникального пространства очень важную роль играет оформление. На территории планируемого скейтпарка для создания идентичности наиболее подходящим будет применение Public Art. На данный момент не существует единого перевода этого термина, но само явление давно распространено. «Паблик-арт» – представляет собой уличное искусство, интерактивное искусство, любой человек может им воспользоваться либо поучаствовать в его создании. На данной территории предлагается возведение малых архитектурных форм разной направленности. Они помогут придать месту особую атмосферу и стимулировать к творческому мышлению.

Стены здания внутри и снаружи предлагается раскрасить граффити. Граффити является одним из видов современного искусства и широко популярно среди молодёжи. Так как Данный проект рассчитан в основном на молодую аудиторию то граффити благоприятно скажется на

привлекательности места. Для реализации этой идеи предлагается привлекать представителей молодёжных субкультур, так как они будут являться основными пользователями места [47].

После проведения всех работ скейтпарк вполне можно начать эксплуатировать. Но, просто запустить скейтпарк будет не вполне правильно. Так как открытие скейтпарка – это определённый информационный повод, который может, который может познакомить людей с этим местом, привлечь новых людей и внимание городских СМИ. На открытии необходимо проведение молодёжных мероприятий. Наиболее актуальным будет проведение соревнований по скейтбордингу. Так же необходимо обеспечить территорию зонами отдыха для большого количества людей, продажу еды и напитков, проведение конкурсов, музыкальное сопровождение.

3.2.3 Завершающий этап.

На этапе завершения подводятся итоги по проделанной работе. Оцениваются сработавшие и не сработавшие риски, отклонения от графика и анализируется работа команды.

Так же на этом этапе прорабатывается план дальнейшей эксплуатации объекта и использования оставшихся помещений. Помимо помещения, рассматриваемого в данной работе, на данной территории расположены ещё два больших ангара, соединённые между собой обычным трёх этажным зданием. Данные помещения так же обладают значительным свободным пространством и высотой (Рис. 7 – 8). Существует множество вариантов использования данных помещений и их модернизации.



Рисунок 7. Помещение №1 (вид изнутри)



Рисунок 8. Помещение №2 (вид изнутри)

С точки зрения модернизации в данных помещениях возможно создание дополнительных пространств, разделение их на зоны и адаптация под определённые нужды.

В чистом виде большие заводские площади и ангары мало когда бывают использованы в полной мере. Как правило наполнение таких пространств не задействует более 3 – 4 метров. Это означает, что пространство

используется не рационально – более половины пространства остаётся не задействовано.

Решением данной проблемы может служить установление антресольных этажей. Антресоль – площадка в объеме двухсветного помещения, площадью не более 40 % площади пола двухсветного помещения или внутренняя площадка квартиры, расположенной в пределах этажа с повышенной высотой, имеющая размер площади не более 40 % площади помещения, в котором она сооружается [49]. Это позволит создать дополнительные помещения и задействовать не используемое пространство. Установка антресоли может иметь разную форму. Их можно поставить в виде атриумов, создавая пространство в центре, а можно разместить в разных частях здания, либо группировать в одном месте. Не смотря на то, что антресоль всего лишь надстройка внутри здания, расположенные под ней и на ней помещения необходимо изолировать для создания закрытых рабочих, творческих и торговых пространств.

Аналогично можно решить данную проблему надстройкой дополнительного этажа внутри здания. Это позволит полностью разделить большое пространство.

Разделение путём дополнительного этажа не рекомендуется, так как это в какой-то степени лишает помещение многофункциональности и индивидуального стиля открытого пространства, которое создаёт творческую атмосферу. Многофункциональность играет важную роль, так как наличие многофункциональных открытых площадок являются основным местом для проведения мероприятий, на которых могут монтироваться разные элементы, декорации, собираться временные конструкции. Так же в таких местах можно размещать коворкинги, точки питания, торговые точки.

С точки зрения использования на данной территории можно организовать множество экономически и социально важных объектов, таких как коворкинги, библиотеки, торговые пространства, мастерские для мелкого

производства, точки питания, художественные и выставочные пространства, лекционные залы, открытые многофункциональные площадки.

Таким образом в данном разделе были описаны виды скейтпарков, их устройство, сильные и слабые стороны. Так же была представлена концепция реновации нефункционирующей территории ТЭМЗа и организация на ней скейтпарка. Был составлен план проведения реновации и разделение его на три этапа, в каждом из которых описаны работы, необходимые для проведения реновации и определены методы его продвижения.

4. Социальная ответственность

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
ЗНМББ	Егошин Владислав Семенович

Школа	Школа инженерного предпринимательства	Направление/специальность	Инноватика
Уровень образования	Магистр	Профиль	Устойчивое развитие городской среды

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения и т.д.) – опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) – чрезвычайных ситуаций социального характера 	<p>Социальная ответственность скейтпарка; Создание безопасных условий работы сотрудников скейтпарка; Создание комфортных условий для занятий экстремальным спортом;</p>
<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	<p>1. ТК РФ № 197-ФЗ (ред. от 05.02.2018) 2. Трудовой кодекс РФ 3. Федеральные законы 4. ГОСТ Р 54415-2011 «Оборудование для скейтплощадок» 5. ГОСТ Р 52024-2003 «Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования» 6. РД 153-34.0-03.702.99</p>

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы корпоративной культуры исследуемой организации; – системы организации труда и его безопасности; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; – системы социальных гарантий организации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях. 	<p>Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стабильность заработной платы; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; - корпоративные мероприятия; - принципы корпоративной культуры исследуемой организации.
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – содействие охране окружающей среды; – взаимодействие с местным сообществом и местной властью; – спонсорство и корпоративная благотворительность; – ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров), – готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д. 	<p>Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - краткое описание и анализ деятельности организации; - ценности организации; - взаимодействие с местным сообществом;

	- определение стейкхолдеров организации и взаимодействие с ними.
<p>3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализ правовых норм трудового законодательства; - Анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов. - Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности. 	<p>Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности, изучение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - норм трудового законодательства; - внутренних трудовых договоров; - уставных документов.

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
---	--

Задание выдал консультант школы ШИП отделения ОСГН

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Наталья Владимировна	Кандидат философских наук, доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗНМББ	Егошин Владислав Семенович		

4.1 Разработка социальной ответственности для скейтпарка

Крытый скейтпарк планируется создать на территории нефункционирующей промышленной зоны ТЭМЗа. Данная территория расположена по адресу переулок Буткеевский, 2/1.

Для дальнейшей разработки программы корпоративной социальной ответственности необходимо прописать цели корпоративной социальной ответственности. Необходимо учесть тот факт, что цели корпоративной социальной ответственности должны максимально вписываться в миссию компании и её стратегию (Табл. 1).

Миссия компании	«Скейтборд круглый год» Предоставление всем желающим возможности кататься, тренироваться, оттачивать навыки в катании на скейтборде, роликах, ВМХ-велосипедах в течении круглого года не взирая на погодные условия.	Цели КСО 1) Повышение качества оказания услуг; 2) Создание и улучшение уникальной атмосферы места; 3) Повышение квалификации тренерского состава и остального персонала;
Стратегия компании	Создание молодёжного спортивного пространства, которое будет максимально комфортно для катания в техническом и эмоциональном плане. Продвижение скейтпарка при помощи проведения мероприятий, создания информационных поводов,	4) Проведение мероприятий на уровне города; 5) Увеличение количества посетителей; 6) Увеличение уровня узнаваемости.

	уникальной атмосферы и рекламной компании.	
--	--	--

Таблица 1 – Миссия и стратегия крытого скейтпарка

Цели КСО очень близки к стратегии и могут быть интегрированы в неё без особых сложностей. Больше того, соблюдение целей КСО вполне может повлиять на достижение стратегических целей компании.

Далее будут описаны прямые и косвенные стейкхолдеры (Табл. 2). Необходимо учесть, что для успешного существования в долгосрочной перспективе необходимо учесть интересы как прямых, так и косвенных стейкхолдеров.

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
Собственники	Местное сообщество
Инвесторы	Государственные органы
Персонал	Потенциальные резиденты
Поставщики	Некоммерческие фонды социального предпринимательства
Посетители	Волонтёры из числа молодёжных субкультур

Таблица 2 – Стейкхолдеры

К прямым стейкхолдерам относятся:

- Собственники – группа людей, которые являлись инициаторами проекта, вложившие в него свои средства и силы, заинтересованные в его дальнейшем развитии и повышении эффективности.
- Инвесторы – люди либо организации, вложившие свой финансовый или материальный капитал в скейтпарк с целью извлечения прибыли.
- Персонал – любой сотрудник, который работает в скейтпарке и заинтересован с своих условиях работы, зарплате, премиях. Персонал заинтересован в получении хорошей заработной платы

за выполнение своей работой, он заинтересован в удовлетворённости своей работой.

- Поставщики – организации, которые занимаются поставкой необходимого оборудования, оказывают услуги по поддержанию этого оборудования.
- Посетители – люди, посещающие скейтпарк. Посетители заинтересованы в получении качественных услуг по наиболее выгодной цене. Данный вид стейкхолдеров жизненно важен, так как количество посетителей определяет востребованность места и актуальность его дальнейшего существования.

К косвенным стейкхолдерам относятся:

- Волонтёры из числа молодёжных субкультур – представители молодёжных субкультур, готовые оказывать бесплатную помощь в поддержании скейтпарка, придания ему уникальной идентичности, проведении мероприятий и развитии. Данные люди очень важны, так как многие из них являются активными пользователями данного места и отождествляют себя с ним.
- Местное сообщество – население города, принимающее участие в мероприятиях, проводимых скейтпарком.
- Государственные органы – заинтересованы в получении в уплате налогов, наличии рекреационных зон активного отдыха, наличии мест подготовки спортсменов, в том числе для олимпийских видов спорта, так как скейтбординг входит в программу летних олимпийских игр в Токио в 2020 году.
- Потенциальные резиденты – мелкие предприниматели из сферы общественного питания или торговли, которые могут вести свою деятельность на территории скейтпарка.
- Некоммерческие фонды социального предпринимательства – фонды, проводящие конкурс на выделение средств по социальным предпринимателям. Каждый из таких фондов

заинтересован в возникновении и развитии социального предпринимательства.

После определения стейкхолдеров была разработана структура КСО (Табл. 3).

№	Цели КСО	Стейкхолдеры
1	Повышение качества оказания услуг	Посетители, персонал, волонтеры из числа молодёжных субкультур, потенциальные резиденты.
2	Создание и улучшение уникальной атмосферы места	Волонтеры из числа молодёжных субкультур, собственники, персонал, поставщики.
3	Повышение квалификации тренерского состава и остального персонала	Собственники, персонал.
4	Проведение мероприятий на уровне города	Собственники, государственные органы, местное городское сообщество, посетители, волонтеры из числа молодёжных субкультур, потенциальные резиденты.
5	Увеличение количества посетителей	Собственники, инвесторы, персонал, потребители.
6	Увеличение уровня узнаваемости	Волонтеры из числа молодёжных субкультур, персонал, собственники, потребители.

Таблица 3 – Структура КСО

Далее необходимо определить элементы программы КСО. Для определения элементов программы КСО необходимо провести сопоставление стейкхолдеров компании с их интересами и мероприятиями, которые будут их затрагивать. Сопоставление элементов будет продемонстрировано в таблице 4.

№	Стейкхолдер	Элемент/мероприятие	Время реализации	Ожидаемый результат
1	Персонал, собственник	Тимбилдинг, разработка корпоративной культуры	1 год	Сплочение сотрудников организации, выработка корпоративного духа.
2	Государственные органы, персонал, собственники, потенциальные резиденты, волонтеры, пользователи, инвесторы, поставщики, местное сообщество.	Проведение городских соревнований по экстремальным видам спорта на городском уровне.	3 месяца	Привлечение внимания к экстремальным видам спорта, привлечение новых посетителей, привлечение инвестиций и государственной поддержки.
3	Персонал, собственники, потенциальные резиденты,	Проведение мероприятий, направленных на создание уникальной	3 месяца	Создание уникальной идентичности места в

	волонтёры, пользователи, местное сообщество, инвесторы.	идентичности места: граффити, уличное искусство, музыкальные вечеринки.		восприятию людей, привлечение новых посетителей, привлечение внимания.
4	Персонал, собственники	Обучение персонала	1,5 месяца	Повышение квалификации и личных компетенций сотрудников, повышение качества оказываемых услуг.

Таблица 4 – Структура мероприятий в рамках КСО

Мероприятия, описанные выше, способны принести значительную выгоду и известность скейтпарку, что приведёт к росту эффективности его деятельности.

Данные мероприятия удовлетворяют интересы львиной доли стейкхолдеров. Особую роль играют местные сообщества, что приводит к формированию позитивного бренда скейтпарка.

Затраты на программу корпоративной социальной ответственности являются важной статьёй расходов и поэтому их важно учитывать. В таблице ниже (Табл. 5) будут приведены затраты на реализацию перечисленных мероприятий.

№	Мероприятие	Единица измерения	Цена
---	-------------	-------------------	------

1	Тимбилдинг, разработка корпоративной культуры	Руб.	30 000
2	Проведение городских соревнований по экстремальным видам спорта на городском уровне.	Руб.	150 000
3	Проведение мероприятий, направленных на создание уникальной идентичности места: граффити, уличное искусство, музыкальные вечеринки.	Руб.	75 000
4	Обучение персонала	Руб.	15 000 – 30 000
Итого:			285 000

Таблица 5 – Затраты на реализацию мероприятий программы КСО

При обосновании бюджета необходимо понимать, что фактические траты не всегда совпадают с реальными.

Тимбилдинг и разработка корпоративной культуры являются довольно творческими видами деятельности и сложны в оценке. Однако, данная цена обоснована возможными затратами на инвентарь и необходимое оборудование, которое может быть использовано при проведении мероприятий, направленных на сплочение команды и поддержание корпоративного духа.

Проведение городских соревнований является довольно затратным мероприятием. Оно требует подготовки места проведения мероприятия как для спортсменов, так и для посетителей. Так же в эту стоимость входит закупка инвентаря, необходимого для спортсменов, призовой фонд.

Проведение мероприятий, направленных на создание уникальной идентичности места требует закупки большого количества краски для уличных художников, подготовку места для проведения культурно-массового мероприятия, аренду музыкального и дополнительного оборудования, и гонорар приглашённому ди-джею.

Курсы повышения квалификации может варьироваться в зависимости от материала, рассматриваемого в курсе, и специальности. В данном случае была взята средняя по рынку цена.

Таким образом на основе данных, представленных ранее можно сделать следующие выводы:

- Проводимая программа корпоративной социальной ответственности в полной мере соответствует стратегиям и миссии скейтпарка.
- Скейтпарк проводит программу корпоративной социальной ответственности внутри своей организации и за её пределами. Эффективность программы внешней и внутренней социальной ответственности находятся примерно наравне.
- Представленные мероприятия удовлетворяют интересы стейкхолдеров в полной мере.
- Основным преимуществом, которое получает скейтпарк от реализации программы КСО является привлечение новой аудитории, закрепление имиджа в ментальности горожан, формирование бренда.
- Затраты на реализацию программы составляют 285 000 рублей, однако при правильном привлечении резидентов и поиске инвесторов их можно значительно компенсировать.

Таким образом, реализация корпоративной социальной ответственности на базе скейтпарка приведёт к повышению эффективности его деятельности, с учётом правильной организацией мероприятий и поиска инвесторов.

Заключение

Целью данной работы является разработка плана реновации нефункционирующей территории ТЭМЗа и её обоснование, как формы редевелопмента депрессивной территории города и возможности реализации проекта реновации нефункционирующей территории ТЭМЗа.

В аналитической части был изучен мировой и отечественный опыт реновации объектов, описаны их сильные и слабые стороны, обозначена актуальность реновации и выявлены направления адаптации нефункционирующий промышленных зданий. Так же был изучен феномен креативной экономики, обозначена роль креативного города в креативной экономике, влияния городской среды на привлечение креативного класса в креативный город, описана роль креативного класса в креативной экономике.

Были проанализированы методы исследования и выбраны наиболее подходящие для данной работы.

В практической части описываются результаты исследования. Была выдвинута гипотеза, что реновация промышленных зон необходима для города Томск. По результатам исследования было выявлено, что реновация актуальна для города, не смотря на небольшое расхождение мнений экспертов. Было выяснено, что реновация способна благоприятно повлиять на городскую привлекательность, создать новые точки социально-экономического притяжения, проведения досуга и активного отдыха.

В ходе работы был представлен концепт реновации нефункционирующей зоны ТЭМЗа в котором планировалось организация на территории одного из помещений скейтпарка. Далее был представлен план реновации территории и её продвижение.

В работе было доказано, что реновация способна решить проблему остатков промышленного прошлого внутри города, снизить депрессивность окружающего пространства, создать дополнительные точки роста и оказать благоприятное воздействие на город.

Список используемых источников

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/ (23 апреля 2018 г.)
2. Мировая демографическая ситуация, 2014 год. Краткий доклад [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Concise%20Report%20on%20the%20World%20Population%20Situation%202014/ru.pdf> (15 мая 2018 г.)
3. Цитман Т. О. Реновация промышленной территории завода им. 30-летия октября / Цитман Т. О., Богатырева А. В., Крапчетова А. И. // Инженерно-строительный вестник прикаспия. – 2016. – №1-2. – Астрахань: Астраханский государственный архитектурно-строительный университет, – С. 35-45.
4. Демидова Е.В. Реабилитация промышленных территорий как часть городского пространства // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. – 2013. – №1. – Екатеринбург: Уральский Орден "Знак Почета" научно-исследовательский и проектно-конструкторский институт РААСН, – С. 8-13.
5. Увайсаева А.Г. Реновация территорий как разновидность инвестиционных проектов // Российское предпринимательство. – 2014. – №8(254). – М.: Креативная экономика, – С. 139-147.
6. Дворядкина Д.В. Реновация промышленных территорий // Science Time. – 2016. – №8(35). – Казань: Индивидуальный предприниматель Кузьмин Сергей Владимирович, – С. 39-41.
7. Буймов И.В. Реновация объектов культурного наследия регионального значения «Дом купца Поскотинова», 1910-е гг. / Буймов И.В., Поморов С.Б., Сидоров В.А. // Вестник Алтайского

государственного технического университета им. И.И. Ползунова. – 2014. – №1-2. – Барнаул: ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова» (АлтГТУ), – С. 100-102.

8. Что такое реновация. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Реновация> (23 апреля 2018 г.)
9. Реновация промышленных территорий и объектов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://arch-grafika.ru/publ/bez_kategorij/bez_kategorij/renovacija_promyshlennykh_territorij_i_obektov/12-1-0-69 (15 апреля 2018 г.)
10. Madrid RIO: прогулочная зона вместо эстакады. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://urbanurban.ru/blog/space/90/Madrid-RIO-progulochnaya-zona-vmesto-estakady> (21 апреля 2018 г.)
11. Ревитализация промышленных территорий или вторая жизнь для заводов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://trendclub.ru/blogs/futurodrom/8327> (15 апреля 2018 г.)
12. Официальный сайт Квартала Ротерманни. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rotermann.eu/ru/> (15 апреля 2018 г.)
13. Официальный сайт Каарелитехдас. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kaapelitehdas.fi/en> (15 апреля 2018 г.)
14. Реконструкция старого зернового элеватора SiO Silo в Норвегии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dwgformat.ru/2017/05/09/743/> (15 апреля 2018 г.)
15. Официальный сайт проекта Nimloft. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nimloft.ru> (15 апреля 2018 г.)
16. Музей уличного искусства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://streetartmuseum.ru> (15 апреля 2018 г.)
17. Официальный сайт проекта Textil. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://textil.in> (15 апреля 2018 г.)

18. Дизайн-завод «Флакон» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://flacon.ru> (15 апреля 2018 г.)
19. Центр современного искусства «ЗАРЯ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://zaryavladvostok.ru> (15 апреля 2018 г.)
20. Данильченко А.В. Креативная экономика как высшая форма развития постиндустриального общества / Данильченко А.В., Бертош Е.В., Док Хи О // Экономическая наука сегодня. – 2017. – №6. – Минск: Белорусский национальный технический университет, – С. 16-25.
21. Васекина В.В. Креативная экономика – стратегия развития общества XXI века // Вестник Самарского государственного университета. – 2014. – №5(116). – Самара: Самарский государственный университет, – С. 15-19.
22. Степанов А.А. Креативная экономика: сущность и проблемы развития / Степанов А.А., Савина М.В. // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – №12(60). – Кисловодск: Кисловодский институт экономики и права, – С. 104.
23. Патентное право, ГК РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/630108e4684aa4aacf1eaa63101d1ab76f26eca7/ (25 мая 2018 г.)
24. Байкова М.В. Будущее городов: города как агенты глобализации и инноваций. / Байкова М.В. Ильина И.Н., Салазкин М.Г. // Форсайт. – 2011. – №4. – М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», – С. 32-48.
25. Скорнякова А.С. Создание городской среды для креативного класса. // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2015. – №1(1). – Иркутск: Байкальская международная бизнес-школа федерального государственного бюджетного образовательного учреждения

- высшего профессионального образования «Иркутский государственный университет» – С. 124-126.
26. Лендри Ч. Креативный город. / Перевод с английского // М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2006. – 399 с.
27. Кононыхина В.В. Творческие индустрии как феномен современного этапа развития городов и перспективы превращения Москвы в креативный город. // известия ФСЦУ. Научный ежегодник. – 2015. – №3. – М.: Академия социального управления, – С. 174-183.
28. В поисках новых ресурсов: креативная среда российских городов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rodnyegoroda.ru/upload/iblock/2ec/2eca0d8eae6d5bc78921211ac98c730d.pdf> (21 мая 2018 г.)
29. Характеристика методов экспертных оценок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://port-u.ru/glava-4-ekspertnye-metody-v-upravlencheskoj-diagnostike/4-1-kharakteristika-metodov-ekspertnykh-otsenok> (1 мая 2018 г.)
30. Антипов К.В. Основы рекламы: Учебник // М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2009. – 328 с.
31. Лукичёва Л.И. Управление организацией: учебное пособие по специальности «Менеджмент организации» / Лукичёва Л.И. под ред. Анискина Ю.П. – 3-е изд., стер. // М.: Омега-Л, 2006. – 360 с.
32. Панфилова А.П. Инновационные педагогические технологии: Активное обучение: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений // М. : Издательский центр «Академия», 2009. – 192 с.
33. Гуцыкова С.В. Метод экспертных оценок. Теория и практика // М.: Изд-во «Институт психологии РАН. – 2011. – 144 с.
34. Дорофеев А.А. Экспертные методы анализа и совершенствования систем управления / Дорофеев А.А., Покровская И.В., Чернявский А.Л. // Автоматика и телемеханика. – 2004. – № 10. – С. 172-188.

35. Богданов А.Г. Методы разработки управленческих решений: Учебно-методическое пособие // Казань: Издательство КГУ, 2010 – 49 с.
36. Орлов А.И. Организационно-экономическое моделирование: учебник: в 3 ч. // М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана. – 2009. / Ч. 2: Экспертные оценки. – 2011 . – 486 с.
37. Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: тематический словарь-справочник. / под ред. Тощенко Ж.Т. // М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2013. – 415 с.
38. Исаев Б.А. Социология. Краткий курс // СПб.: Питер, 2010. – 224 с.
39. Горшков М.К. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие. / Горшков М.К., Шереги Ф.Э. // М.: ФГАНУ «Центр социологических исследований», Институт социологии РАН, 2012. – 404 с.
40. Руденко, Л. Д. Социология города: методические указания // Яросл. гос. ун-т. / Ярославль: ЯрГУ, 2012. – 52 с.
41. Интернет словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/333415> (6 мая 2018 г.)
42. Крушельницкий Р.Е. Типологические аспекты проектирования скейт-парков // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: строительство и архитектура. – 2013. – №1. – Челябинск: Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет) – С. 9-12.
43. Оборудование для скейтпарков и роллердромов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sport-parki.ru/oborudovanie-dlya-skeytparkov-i-rollerdromov> (6 мая 2018 г.)
44. Дульзон А. А. Управление проектами: учебное пособие // Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – 3-е изд., перераб. и доп. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2010. – 334 с.

45. Вaryzgina A.A. Партиципаторный подход в повышении качества жизни населения: Монография. / Под общей ред. Н.М. Римашевской, Н.Н. Ивашиненко. // Нижний Новгород – Москва: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2013. – 268 с.
46. Вовлечение горожан в проекты благоустройства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://моногорода.рф/uploads/knowledge_file/content/48/250917_Report_17.4_OTRED_vovlechenie.pdf (6 мая 2018 г.)
47. Как поднять брошенное. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://моногорода.рф/uploads/knowledge_file/content/7/3_2_Monotowns_Presentation_Gurianov.pdf (6 мая 2018 г.)
48. Визгалов Д.В. Брендинг города // М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. – 160 с.
49. СНИП 31-01-2003 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dostupnigorod.ru/wp-content/uploads/2015/11/SP-54.13330.2016.pdf> (6 мая 2018 г.)

Приложение А

Раздел на английском языке
Renovation as a trend of modern urbanism

1. Renovation as a trend of modern urbanism

1.1 World experience of the renovation

1.2 Russian experience of renovation

Студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗНМ6Б	Егошин Владислав Семенович		

Консультант школы ШБИП отделения ОСГН

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	Колодий Наталья Андреевна	Доктор философских наук, Профессор		

Консультант – лингвист школы ШБИП отделения ОИЯ

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Николаенко Нина Александровна	Кандидат филологических наук, доцент		

1. Renovation as a trend of modern urbanism

In the modern world, there is a significant increase in the urban population. According to Rosstat, the population of Russian cities at the beginning of 2018 was 109.3 million people, and in 2010 this number was 105.3 million people [1]. According to the prediction stated in the UN report in 2014, by 2050 the number of urban population will increase to 6.3 billion people. In 1994, the urban population was 2.3 billion people, and in 2014 – 3.9 million people. The rural population in the period from 1994 to 2014 remained unchanged, that indicates a rapid growth of the urban population [2]. Population growth, in turn, leads to the expansion of cities. Old industrial areas, which used to be on the outskirts, are now being overgrown with dwelling houses, and industrial production is being carried out outside the city, that has led to the emergence of many unused production facilities. Also, the development of science-intensive and innovative production leads to the emergence of new technologically developed objects. Industrial zones, which previously dominated, now are being suppressed by housing development. Many enterprises become ineffective, that leads to the production stop and, as a result, this territory becomes problematic for city planning system of modernly oriented cities [3].

In this regard, there is a question of the aforesaid territories adaptation to the modern urban structure.

Considering Russian and global trends, and the experience that will be described below, Renovation is proposed to solve such problems.

First we need to understand the idea of renovation. At the moment, there is no single definition in Russian literature. For more precise understanding it is suggested to consider some definitions proposed by various authors.

The author of the article «The rehabilitation of industrial territories as parts of the city space» considers renovation as the initiation of the growth process by establishing connection between the city and the environment. Renovation is aimed at exchange processes and involves the use of external sources for its development and levelling of negative factors and efforts [4]. Uvaisaeva A.G., the author of the

next article, under the territory renovation means the process of transformation or development of a real estate object with restrictions on timing, content and resources, as well as the need to attract large-volume investments [5]. The author of the article "Renovation of former industrial areas" writes that renovation implies the adaptive use of buildings and constructions with a change in their functional significance [6]. Renovation is also understood as compulsory release of the territory to ensure the possibility of new building process, regardless of the safety degree of constructions located on it [7]. The free encyclopedia "Wikipedia" gives the following definition of renovation: "Renovation - the process of improvement, reconstruction and restoration without destroying an integrity of the structure" [8]. All the above-mentioned definitions mean that renovation implies the imposition of new functions on old objects or territories in order to improve connection of the city with the territory and to adapt the latter to modern requirements.

A lot of buildings and territories located in the center of cities, ceased to perform their functions and gradually began to be a burden for the city. They began to be unfit for use, their condition became emergency, they began to attract unwanted contingent and created a depressive environment around themselves that influenced the surrounding territory, its prestige, the rent price and the quality of life. Many of these buildings were located in the central city areas, and this consequence created a problem of irrational use of urban territorial resources.

The demolition of such buildings was not always rational for many reasons. Some buildings are of historical or architectural value and they are protected by the state, as, for instance, the building of Center for Art and Media Karlsruhe (ZKM) [9]. Such buildings are of historical and cultural value, which can be used in the future. This value, if properly used, creates additional points of attraction for investors and visitors.

Sometimes the authorities themselves are initiators of renovation. Something similar has happened in Madrid, when the authorities carried out a radical reconstruction of the M30 highway, which ran along the Manzanares River. To

implement this project part of the highway was moved under the ground, and there was an international competition for the renovation [10].

In some cases, demolition of old buildings is impossible due to the disagreement of citizens with such a decision. In order to protect old buildings certain groups of people come together with the aim to express their disagreement with the demolish decision. For example, it has happened with the Rotermann city block. In the early 1970s, in Tallinn, it was planned to make a radical restructuring of the city center. One part of this plan was a construction of a wide pedestrian boulevard, that would lead to the destruction of the city block. However, due to the architects' protest, which took place in 1981, a detailed plan was not approved [12].

Also, the abandoned industrial areas have a number of interesting features. Many of these buildings heretofore were production halls or hangars, and have a large empty space inside. This creates alternative opportunities for organizing activities in these buildings and more flexible layout possibilities.

In such enclosed areas, as a rule, there are ready engineering communications: water pipes, a heat pipeline and electricity. The good state of these communications can greatly reduce the restoration cost.

Such areas usually have good transport accessibility due to two reasons. The first reason is that enterprises constantly needed shipment, loading of materials and products, and accessibility for workers. That is why initially their layout was based on transport accessibility. The second one – a city began to be built around such enterprises, that led to the appearance of the road network around it.

Or vice versa: abandoned territories and enclosed areas can be located outside the city, that will allow them to be adapted for events, which cannot be held in the city. For example, mass-cultural events and parties at night, which would violate public order and create a lot of noise in the city.

Also, such objects have a special layout and terrain. Most of the enterprises have a separate territory, features of the terrain caused by needs of production and services, and artifacts left after the former activity of the enterprise. All this features

with a competent approach can be used for all sorts of design solutions and for the creation of unique public spaces.

Each of the abandoned objects has its own history, often inextricably linked to the history of the city. It is also a very big advantage, as it allows to create a special place brand, for which it will be easier to take root on a mental city map.

1.1 World experience of the renovation

At the moment, in our world there are a lot of examples of renovations, which have led to a change in the environment around them, and renovation objects have not been significantly lost. It is proposed to consider some of them.

1. Center for Art and Media Karlsruhe (ZKM), Germany. In 1997, there was one of the realized examples of the cardinal revision of the industrial buildings role in the transformation of the urban environment. Such a building was the center of arts, which was placed on the territory and in the buildings of the industrial enterprise "IKWA-Karlsruhe-Augsburg". This building had three floors, its blocks were evenly located around the courtyards. The building consisted of concrete frames lined with bricks on the facade. It was abandoned in the seventies and became a shelter for artists.

Architectural studio "ASP SCHWEGER ASSOTSERTE" won the contest for reconstruction, maintenance and expansion of the building. This studio managed to save the old building and bring new technologies into it. The factory was ideal for this, as it had large internal spaces. Having blocked courtyards with lanterns and having transformed internal spaces, the group of architects has achieved an ideal modern and functional space. Solar generators placed on the roofs supply energy for tramways of adjacent territories.

The greatest attention was paid to transformation of the territory around the building. There was an attempt to create a natural complex as close to the inartificial one as possible, thereby creating a contrast between technology and intrinsic naturalness, when leaving the building. The problem of parking was solved with the

help of an underground parking lot throughout the building. Above the garage there is a green lawn with eight artificial terrain modules and trees. These modules are made of metal sheets, thus preserving the "place memory", its industrial past. [9]

2. Madrid Rio – a modern multifunctional urban space, which is located in the center of the Spanish capital. The history of this park began at the beginning of the two-thousandth, when it was decided to reconstruct the M30 highway. This reconstruction was planned as a part of a more ambitious project of many other urban structures and districts transformation. This reconstruction affected the western part of the highway that runs along the banks of the Manzanares River [6] (Fig. 1).



Figure 1. The highway before the renovation

It was decided to move part of the highway near the river under the ground as a tunnel. Works on the highway moving under the ground began in 2003, and by 2005 a large part of the tunnel has already been completed. In 2005, there was a competition to develop a master plan for the area along the river. The finalists of the competition were three local architectural bureaus, headed by Guinness Garrido, which association was named MRIO.

The concept of the proposed project consisted in the development of green space in combination with the renovation of the pedestrian network, in the

reconstruction of historically significant objects, in the renovation of existing bridges across the river and construction of new ones.

Work on this project began in 2006. The first stage was completed in 2007, and all the work was finished in 2011. A vast territory was rebuilt, almost 650 hectares in six Madrid districts. The territory of the reconstructed highway near the river was 50 hectares, and work on it affected a lot of the nearest territories: existing parks, wastelands and eight existing bridges. Also, old slaughter houses and a fruit market located on this territory were reconstructed, and facades of apartment houses were updated (Fig. 2).



Figure 2. The highway after the renovation

As a result, the city now has a new territory, which is surrounded by vegetation and is filled with sport, cultural, leisure objects. Now there is a new, elegant and simple boat station, and a restored complex of 19th-century buildings, including residential buildings facing the river and old slaughter houses. There were created a lot of children's areas, cobblestoned squares became attractive public spaces, and water objects, which deprived of the see Madrid citizens can enjoy during hot days. Park renovation affected the river, its banks and the surrounding

area. This park connected the river with city surroundings, which had previously been separated from the river by the highway. This park has also changed the lives of surrounding areas residents, who for a long time suffered from emissions and noise of the highway, having given these people the opportunity to spend time outside the house, walking in the park, enjoying fresh air and communicating with friends. For sports recreation on the park territory the following things were made: 42 kilometers of roads for pedestrians and runners; 30 kilometers of bicycle paths; 14 tennis courts; a BMX training ground equipped with the latest technology, which has become one of the outstanding park attractions; climbing wall ROC30 with different difficulty levels; two special territories for skateboarders and skaters; a football field with artificial cover for 22 players and two fields 14 players; three fields for playing football and basketball; a sports pier for rowers and canoeists who can train on a watered river.

This project was an example of the authorities' actions, which focus on the public interest. Being a non-profit project, Madrid Rio has a significant influence on the increase of public and business activity and contributes to the overall city development [10].

3. In the city of Lodz (Poland) there is a former manufacturing factory Manufactura, which has become one of the examples of the production object restoration and giving it new meanings. This complex, which area is 110 000 m², including 300 conceptual enclosed areas, has turned into the main cultural attraction of the small Lodz. The city has acquired a point of attraction and has become one of the most popular tourist centers in Poland due to a competently carried out renovation and a change in the concept of one industrial enterprise. The factory constructions of this building were restored, designers worked on them very well, having given them a modern look. On the street there is a fountain complex, which works even in winter. The core of Manufactura is a recreational and entertainment center, which includes: a cinema with 15 halls, a roller rink, a skate park, a climbing wall, a bowling alley, an arena of laser games and other entertainment and cultural

objects. Also on this territory it is possible to visit several museums and a theater [11].

4. Rotermanni city block, Tallinn, Estonia. Business, shopping and entertainment and residential city block is located in the central part of the Estonian capital, between the Old Town and the seaport. Here from the late 1820's there were manufactures, founded by representatives of the German industrial dynasty Rotermann, in honor of which this area got such a name. The historical core of this city block was formed in the first decade of the 20th century. During the Soviet period, buildings fell into disrepair, that at one time allowed Andrei Tarkovsky to shoot here several scenes of the "Stalker" movie, narrating about the closed exclusion area. Today the city block is recognized as a cultural and historical value. Herethere is a "Coca Cola Plaza" multiplex with 11 cinemas, the Museum of Estonian Architecture in the building of the former salt warehouse, which is considered to be the best limestone building in the whole country, there are also opened cafes, restaurants, boutiques, offices and apartments can be rented (Fig. 3) [12].



Figure 3. Rotermanni city block

Rotermanni city block is also an excellent example of the implementation of the new urbanism concept. This concept implies all the infrastructure necessary for

a man in walking distance (about 450 subways), a developed pedestrian network, the predominance of urban and alternative transport over private cars.

5. Kaapelitehdas (fin. "cable factory"), Helsinki, Finland. This factory was built in 1939 on the island by the project of the architect Vaino Gustaf Palmquist and produced cables until 1987. Its buildings and the surrounding area were bought out by the city and turned into a cultural center, which today is the largest in Finland and the most diverse from a functional point of view. Here there are three museums (including the national hotel and restaurant business museum), 11 galleries, six spaces for social events, rehearsal rooms, radio stations, cafes, etc. This object is operated by a management company established by the Helsinki municipality and owned by the city [13].

7. SiO Silo, Norway, Oslo, Grunerlokk district. This project was carried out on the initiative of the Norwegian public organization SiO, dealing with housing for students of some educational institutions from Oslo and Akershus. The grain elevator, which operated from the 1950's to the 1990's, was adapted for 226 apartments. All of them have a round layout, which provides good illumination and views (for example, on the nearby river), but such a layout creates difficulties with furnishing, therefore, the apartment is rented with a ready-made furniture specially designed for the project [14].

Such projects are relatively new, as they began to be realized only in the second half of the 20th century, but despite that their popularity is growing. They are quite ambiguous: they have their strong and weak points.

The strong point is the fact that they are developing creative industries, create new jobs and new shopping and entertainment venues. The very implementing process of such a project can be called creative, as many people from the art sphere or close to it are involved: architects, artists, designers, decorators and many others. They also create a favorable atmosphere around themselves and affect the surrounding urban space, that helps to increase the economic attractiveness of surrounding areas and to reduce its depressiveness. Renovation of the abandoned

objects is the center of investment attraction and helps to save history of the city, its epoch and history of the place.

The weak point is that the full economic potential is not always extracted from the given territory. These territories have a more social focus than economic, especially when it comes to parks, many of which are in the city centers, where the land is especially expensive. Also, a disadvantage of the old buildings renovation is that they are in a ramshackle state and require special care and maintenance costs, rather than new buildings in the construction of which new technologies are applied.

1.2 Russian experience of renovation

For some time in Russia also began to apply the renovation principle in relation to the abandoned industrial areas and buildings. Typically, these are old factories that ceased to function after the Soviet Union breakup and the economic crisis. Further it is suggested to consider some examples of the renovation.

1. Nimloft — derived from the abbreviation NIM: The New Ivanovo Manufactory. In 1933 a nationalized textile factory, founded in the city at the end of the 18th century, was called so. The factory NIM, "The New Ivanovo Manufactory" was founded by the merchant P.G. Kokushkin at the end of the 18th century. The enterprise of the former "Kokushkin and Marakushev Trade House" was nationalized on March 8, 1919 by a resolution of the Supreme Soviet of the National Economy. Since 1933, the factory received a new name: "The New Ivanovo Manufactory" (NIM) after the renaming of Ivanovo-Voznesensk in Ivanovo. It was a wall-to-wall factory – from fabric manufacture to the production of textile products.

The new Ivanovo Manufactory is in 10-minute walk from the actual city center on the Uvod river. The area of its territory is 5.28 hectares, its enclosed areas are of more than 50 000 m². Its territory on the bank of the Uvod river is planned to be transformed into a modern loft city block. It is an example of a systematic approach to revitalization tasks. A new life of this place is focused on the history of

the factory and the development of the fashion industry: sewing co-working, show-rooms, podiums and design studios. In addition, it is expected to develop social infrastructure, cultural-and-leisure and educational functions, to attract the brightest projects of creative and intellectual business.

NIM has everything needed: a unique wall texture and character that adapts to any consumer. Large spaces and windows create an atmosphere of elitism, and high ceilings mean multifunctionality. There is also a possibility of installing mezzanines and space zoning. Revitalization of the industrial zone began in 2016 on the initiative of the territory owner and is designed for five years [15].

2. Street Art Museum. This museum has no analogues both in Russia and in the world, as it is located in the working plant of laminated plastics production. Countless elevators, trains, escalators and even kitchen countertops in the USSR were decorated with its products. The idea of such a museum was born in summer of 2011 after a graffiti party in one of the halls abandoned in the 1990s and was realized in 2014. The territory of this museum is divided into two zones: a public events zone – here there are temporary exhibitions, performances, festivals, etc., and a permanent exhibition zone, a collection of wall paintings. The mission of this project is to provide a platform for realization of innovative projects for young artists, to keep and provide information about street art, to introduce a new approach to the development of industrial and remote from the center areas with the help of creative practices and contemporary art.

At the moment, the Street Art Museum is an exhibition area for street artists. It also holds annual widescale exhibitions of contemporary art, works as an educational platform in the field of street art, public art and all the forms of artistic activities in the urban space. Unprecedentedly vast area of the Street Art Museum allows to implement widescale projects, which are impracticable indoors conventional museums and galleries (Fig. 4).



Figure 4. Street Art Museum

The plant, where the museum is located, has a long history. It was founded in 1945 and produced isolators for the electronic economy of the country, and only in 1956 the production of "decorative paper-laminated plastics" was launched here. In Soviet times, the plant was the largest production in this industry, and in the 90s it shared the fate of the Soviet industry. Investors who received the plant by the end of dark years, repeatedly offered to build on its place a residential block or a shopping and entertainment complex.

The museum was established by a small group of enthusiasts led by Dmitry Zaytsev, a chairman of the Board of Directors of OAO "Zavod sloistyh plastikov" (a publicly held company under the laws of the Russian Federation). He is also a chairman of the museum's guardianship council [16].

3. Textil — non-commercial public space located in the building of an old cotton warehouse rented for 10 years from OAO "Yaroslavskij kombinat tehniceskikh tkaney "Krasnyj Perekop"" (the former Yaroslavl Great Manufactory). From the very beginning, this space located on the city periphery is mainly focused on the development of the event program: conducting excursions, lectures, presentations and other events. Its mission is to generate events with new cultural

codes, to create and develop social connections, offering representatives of urban communities a non-trivial place for meetings. At the same time, there are negotiations on the establishment of a "Krasnyj Perekop" factory museum on this space. The events are tied to the "Krasnyj Perekop", aimed at the manifestation of cultural codes and local identity, and create a tendency to change the place reputation. Projects initiated by the Textil team contribute to citizens' motivation, increase the interest in participating in the city life.

Textil creates conditions for a dialogue between government, business and public, develops mechanisms for their communication and cooperation. The open format of the project work creates conditions for attracting participants and volunteers to the Textil, developing the competence of city activists and emergence of new leaders and projects in Yaroslavl.

People and projects united around the Textil change life in the city for the better. The space of the former cotton warehouse of the "Krasnyj Perekop" factory is gradually being developed, becoming working and popular.

Creating Textil, the team wanted to form a general cultural space for residents who live in the neighborhood, for active citizens who come from other parts of the city, and for participants, experts and tourists from other cities [17].

4. "Flacon" design factory. The first creative cluster in Moscow inherited its name from a perfume factory, which existed here for more than 150 years under different names: "A. Ralle and Co.", crystalware manufacturer No. 7 named after M.I. Kalinina, and finally, AOZT "Flacon: Moscow - Paris". In 2000 this factory was closed and bought by the investment company for demolition and further commercial development, but the financial crisis of 2008 helped original plans revision. In 2009, "Flacon" has been opened in a new way. Today, on its territory there are design studios, architectural bureaus, advertising agencies, educational projects, art cafes, co-working – all in all more than 200 representatives of creative industries (Fig. 5).



Figure 5. "Flacon" design factory

The organizers decided to maximally preserve the inherited former factory enclosed areas and to make space for creative companies dreaming of being in a free creative atmosphere. The former factory has been revitalized, old objects were given a new life by saving textured red brick buildings, high hall ceilings and a symbolic name. New inhabitants of the "Flacon" design factory were companies in the field of creative industries, who received full freedom of expression and the opportunity to implement any design project in their spaces. The "Flacon" motto "Create what you want!" was born this way [18].

5. Center for Modern Art «ZARYA». The Center for Modern Art was founded in 2013 in Vladivostok on the initiative of Alexander Mechetin, a Russian businessman, maecenas, founder and co-owner of the largest Russian alcohol company BELUGA GROUP. This center is located on the territory of the former clothing factory with the same name.

The main tasks of "Zarya" are presenting the best achievements of Russian and world modern culture in Primorye and supporting the local art community and artists.

"Zarya" during its short story managed to present Vladivostok residents and visitors some of the best Russian exhibitions of recent years: "Decoration of the beautiful", "Pasha 183. Our deal is an exploit!", "Yuri Sobolev Islands". Also, "Zarya" creates its own exhibition projects, focused on the development of the local art scene and attraction curators, art critics, museum professionals of the highest level to work in Primorye. Such works include: "George Ostretsov. Autotrans "NP" (2014); "HER", curator Oksana Sarkisyan (2015); "The Wasteland and the barren land", curator Andrey Erofeev (2016); "Perpetual motion machine. Russian kinetic art", curator Polina Borisova (2017). Among partners supporting the organization and preparation of exhibitions, as well as submitting exhibits there are: the largest private and state collections and museums, including the State Tretyakov Gallery, the Moscow Museum of Modern Art, the State Museum of Architecture named after the State Tretyakov Gallery, The Shchusev State Museum of Architecture, the State Museum of V.V. Mayakovsky, the State Museum of the Moving Image and the State Museum and Exhibition Center ROSIZO.

Since the second half of 2014, the Center for Modern Art "Zarya" also holds the only art residences program in the Far East, which allows artists from different cities and countries to implement their projects in Vladivostok. First of all, the residence offers artists to orient themselves on the regional cultural and natural context [19].

The renovation of industrial areas is relevant for many cities of the Russian Federation. On the territory of most Russian cities, and especially of mono-cities, there are many buildings of factories and plants built in the past centuries, which are now in a very launched state. Creating something new on the territory of such objects and rethinking the use of industrial buildings will undoubtedly lead to an improvement in the around social and economic environment, will attract new investors and become a point of human attraction.

The future of industrial projects lies in their adaptation to a rapidly developing city. There were revealed several directions of adapting the industrial heritage to the modern city context are revealed. Public spaces are created by means

of partial territory re-equipment and building vertical extension on an unused industrial territory. The second way is the way of complete object reconstruction. The third way is the accommodation creation, but this path is much less likely due to its complexity. Renovation of housing, as a rule, occurs on those enclosed spaces that were previously residential ones. Separately, it is possible to highlight the renovation of large spaces, when entire city blocks are converted. And in such cases there is a mixture of all three directions of the renovation, that can be seen on the examples of Russian and foreign renovation experience.

Based on the experience mentioned above, it can be concluded that the renovation is able to solve a number of important problems:

- Renovation helps to preserve objects of cultural and architectural heritage. Many old buildings are objects of cultural and architectural heritage, and they are under the state protection. Renovation allows to convert such objects, having preserved their historical appearance and cultural value;
- Mass-cultural tasks. Due to the renovation it is possible to transform for mass-cultural events the space previously not intended for this;
- Renovation contributes to the development of creative economy, developing a creative environment;
- Renovation solves problems of depressed areas and improves the economic and social climate around itself by creating a new point of attraction and eliminating negative factors;
- Renovation allows to solve problems of lack of urban space.

Приложение Б

Расшифровка интервью с Иваном Ларионовым

- Привет.

- Здравствуйте.

- Надо представляется или нет?

- Ну ты же это будешь перенабирать. Давай представимся. Как тебя зовут?

- Я Влад. А ты?

- Я Иван. Ларионов Иван, руководитель проекта Street Vision – ежегодной выставки современного искусства и уличной культуры. Люблю реновации и инновации.

- И так, Иван, знаешь ли ты, что такое реновация?

- Ну да, я думаю, что я знаю, что такое реновация. Это когда какие-то промышленные районы или объекты, не используемые промышленные объекты, которые сейчас уже не актуальны после распада СССР и прочих перестановок, они простаивают и как опыт всего мира... я наблюдаю, слежу, знаю, что такие пространства превращают в различные арт-резиденции, творческие пространства, кто-то превращает в магазины. Ну то есть превращение промышленных объектов в какие-то актуальные востребованные объекты современной жизни городской.

- Да, это так.

- Спасибо.

- Я пишу диплом по проекту скейтпарка, то есть предлагаю взять территорию за ТЭМЗом...

- Да, я знаю. Я был там.

- и организовать там скейтпарк. То есть, восстановить её и сделать там крытый скейтпарк.

- Ну и не только скейтпарк, наверное?

- Да, там можно много что, но для начало так.

- Да, скейтпарк это востребованная штука.

- А вот на сколько ты считаешь это вообще актуально для Томска?

- Я думаю это очень актуально для Томска, для томской молодёжи, потому что если мы говорим в частности о скейтпарке о скейтбординге, то этот вид спорта совсем недавно стал олимпийским видом спорта. А у нас в Томске нет специализированных парков, точнее есть один парк на Лагерном саду внизу, но в таком состоянии находится, что он не приспособлен к профессиональным занятием этим видом спорта. И, поскольку мы живём в такой особой климатической зоне, где сезон катания очень маленький – с мая по сентябрь, буквально, и ребята не успевают натренировать свои навыки, когда по всему миру практически люди могут тренироваться весь год и повышать свои навыки мастерства активнее и быстрее. То есть мы проигрываем в этом плане и это обязательно нужно сделать, это позитивный вид спорта, хоть он и экстремальный, хоть он и подразумевает под собой какие-то травмы это современный позитивный вид спорта и я считаю, что это очень актуально, и я бы хотел принять участие в этом проекте тоже. Считаю, что очень актуально, ты прямо в точку ударил.

- А вообще много людей в Томске, которые катаются?

- Людей в Томске, которые катаются, всё больше и больше. То есть я вижу, как маленьких детей родители ставят на скейтборд, надевают им шлемы и так далее, но это будущие взрослые скейтбордисты. Я думаю, что если бы было больше условий для занятий этим видом спорта, то и тех кто занимается этим видом спорта было бы больше, но спрос есть однозначно. Можно прийти в любой день, ты можешь сам прийти на выходных, прям спустится на Лагерный сад вниз. Ну понял, да, где? Где террасы и посмотреть, и можешь даже пообщаться с ребятами, ну если захочешь конечно. Они там всегда катаются. Более того, они настолько любят это дело, что ещё когда снег не растаял они сами расчищают этот скейтпарк от снега, чтобы хотя бы несколько

фигур освободить от снега и начать кататься, потому что они это очень любят и это очень круто.

- Круто. То есть сейчас такой период когда можно сделать задел на будущее?

- Да его пора давно делать, просто власти не обращают внимание. Но я понимаю занятость властей – она большая. Это надо обратить внимание на всё подряд: медицину, на экономику и так далее. Как бы скейтпарк... конечно наверняка кто-то об этом думает но я думаю, что должна энергия снизу идти. Я имею в виду снизу от народа, а не от власти, для того чтобы сделать какие-то шаги в эту сторону.

- А вообще, как ты считаешь какая может быть степень участия властей в этом вопросе?

- Ну на сколько я могу сказать по своему опыту как это всё происходит, как происходит финансирование этих проектов. Либо... то о чём я знаю... Сейчас расскажу два... Нормально же всё, идёт запись?

- Ага.

Два метода, о которых я знаю. В одном из них у меня есть опыт. Один метод – это как-то заложить какие-то деньги на будущее, чтобы их потом выделило государство на этот скейтпарк. Это один способ. Это долгий способ. А быстрый способ – это участие в многочисленных грантах, конкурсах социального предпринимательства, которые проводятся на территории России и в Томске, в частности. Это социальные программы от проекта «Родные города», при поддержке Газпрома. То есть, вот в таких участвовать, в таких проектах и, помимо этого, давить свою тему, обращаться к чиновникам, то есть... На примере Тюмени, есть такой город, где есть крытый офигенный скейтпарк. Там открытие этого скейтпарка добились за счёт того, что губернатор лично из своего какого-то фонда выделяет деньги раз в год, он платит аренду владельцу большого производственного помещения, где открыли скейтпарк, то есть это не первый, не второй способ, это вообще индивидуальный случай. Но он тоже имеет место быть. И если кто-то

возьмётся и будет прям продавливать эту тему, я уверен, что её можно продавить и сделать, и будет круто. То есть участие властей может быть, это же спорт. Спорт и талантливые подростки – то, на что стоит обращать внимание, то, что стоит поддерживать и нужно поддерживать, а иначе они уйдут в преступность какую-то, в криминал или в наркотики, алкоголь. Путей-то не много.

- Ага, ясно. А как ты считаешь, может ли быть поддержка не от властей, а от какого-нибудь бизнеса?

- Да, я думаю да. Сейчас такое время, сейчас вообще офигенное время. Сейчас очень развита социальная ответственность бизнеса, то есть предприятия, особенно крупные, понимают, что, например, в городе, в котором они базируются, чем лучше жизнь в этом городе, чем лучше настроение горожан тем эти люди, просто говоря, лучше работают и получается предприятию от этого выгодно. То есть предприятия вкладывают. Первым это начал делать Газпром, мне кажется – открывать всякие спортивные центры и так далее. ЮКОС ещё давно это делал. Это то, что нужно делать, если ты работаешь в регионе, ты должен как-то поддерживать его жителей, особенно молодёжь. Я думаю, что вот как раз таки баланс власти и бизнеса, если они соединятся, если кто-то их соединит, какой-то человек или группа людей. Или не коммерческая организация, то тогда... Этим просто надо взять и заняться, и не останавливаться. Только так это работает. Когда у тебя куча дел, сегодня у тебя это, завтра то, вот как у меня вечеринки, мероприятия. Как бы мне и хочется, но я понимаю, что мне надо тогда взять просто всё, всё на паузу поставить, все свои дела и просто топить за эту тему. Я пока себе этого позволить не могу, но надеюсь скоро смогу и присоединюсь к вашему проекту.

- Ты считаешь, что более быстрый способ это создание своей команды и проталкивание идеи через фонды всевозможные?

- Да, чем ожидания от властей. Конечно можно бесконечно ждать. У нас скейтпарк, ну его нет уже много-много лет. Я сам с десяти лет катаюсь на

скейтборде. Ну я не профессионально этим занимаюсь, то есть я в скейтпарках не катаюсь, если катаюсь, то по городу. Но тем не менее мне эта тема близка, я много знаю ребят, я их очень уважаю и с удовольствием хотел бы поддерживать их.

- А как ты можешь описать своё видение данного проекта с точки зрения реновации?

- Ну если мы говорим про Буткеевский переулок, я там был, я прекрасно знаю эту местность и это очень круто, что... Я бы не подумал сделать там скейтпарк, именно там. Я как-то это место в голове держу, но у меня там картинка не вырисовывается, но вот сейчас ты про неё сказал и у меня картинка начала рисоваться в голове. Там же несколько зданий, несколько помещений. В одном можно сделать скейтпарк, в другом сделать выставочное пространство, музыкально-концертное какое-то... зону, какие-то коворкинги, ну ты понимаешь, где вся молодёжь будет тусоваться и работать. Тем более если это здание принадлежит ТЭМЗу, а ТЭМЗ это и так большое производство, которое есть тот самый бизнес крупный, который может, в принципе наверное, я их деньги не считаю, поддержать этот проект. Ну хотя бы поддержать тем, что выдать эти помещения, например. Но с другой стороны, возможно у них на них какие-то планы есть на это место. Ну кто знает? То есть это надо туда позвонить и спросить: «что планируете-то здесь, может быть...». Как-то так, я... Вопрос-то какой был?

- Виденье, с твоей точки зрения, реновации там.

- Да. Но оно стоит там уже много лет и такое, тоже, место интересное. Оно, как бы, и в центре и не в центре одновременно. Московский тракт близко, река, ТГУ, ботанический сад тоже рядом, рядом политех, университетский городок, пивзавод. Пивзавод, кстати говоря, это же нашего мера пивзавод. То есть ТЭМЗ, пивзавод, вот уже, и университеты – это уже три стороны, как минимум, заинтересованные в том, чтобы там было что-то крутое. И я понял это только прямо сейчас, говоря с тобой, что там пивзавод, сам ТЭМЗ и университеты, и у всех есть «бабки». Ну не уверен, что в ТЭМЗе. Может у них

там какие-то... не знаю, что там с ТЭМЗом. Но у пивзавода точно «бабки» есть, у университетов тем более «бабки» есть, всегда причём. Бюджет политеха больше чем бюджет города, представляешь? Мне сложно это представить, просто я знаю, что в политехе ведутся всякие разработки, ну они как бы дорого стоят. Но я точно знаю, что есть такая информация, что бюджет больше. Поэтому это просто нужно взять и сделать. И кто это сделает будет герой. И надеюсь это будешь ты, Влад. Ты же откуда приехал?

- Из Юрги

- Из Юрги и тут нам открыл скейтпарк, пацанам. Просто сделаем твою фотку большую, портрет.

- То есть ты считаешь, что вот эти ближние организации могут принять прямое участие?

- Стопудово. Просто надо дать, ну как дать отмашку. Надо сначала просто выяснить какие паны у ТЭМЗа есть на это помещение. Там явно всё аварийное, ну ты сам видел. Ну, это *плохо*. Ну я думаю, что это реально. Восстанавливают и не такие вещи, там с нуля что-то строить можно.

- Как ты считаешь, проект реновации в целом и этот проект на сколько актуален для привлекательности города, привлечения новых людей?

- Безусловно. Вот я живу в Томске всю жизнь, меня очень парит, особенно раньше, был отток молодёжи, просто гигантский. Ну то есть, я сейчас цифры не знаю, но, по крайней мере, то, что я видел. Даже был такой мемчик: «твой друг тоже уедет в Питер». Ну и это правда, то есть уезжали. Сейчас отток меньше, потому что появился интернет, он развился, как бы ты уже по другому стал..., много мероприятий. Ну, как бы, чтобы позитивно тут жить и развиваться, и так далее нужно несколько ключевых моментов, одно из них – это досуг, то есть то как ты проводишь время в этом городе и то как этот город выглядит, насколько он удобен. Если тут ни парков, *ничего*, а просто серость... не у нас, я имею в виду, а вообще, как в Юрге, например, извини. Ну, как бы, там ну просто грустно. Мне нравится там, у меня много друзей в

Юрге, но там как-то ощущение грусти, тоски и печали. И вот, и чем город привлекательней становится для молодёжи тем конечно туристический поток увеличивается. Я думаю, многим было бы интересно приехать туда, в Буткеевский переулок, и там он где-то в лесах, в деревьяшках стоит такой креативный центр. Там, прикинь, разрисовать его весь, как бы он если мы в него там заедем он же, естественно, и выглядеть будет там по другому, будет всё облагорожено, круто, это будет как достопримечательность. Ну и это все понимают, мне кажется, кто думает об этом. Это конечно круто, ничего подобного в Томске нет. Мы делаем раз в год Street Vision, но это мероприятие всего три дня идёт. Это примерно то, о чём я говорю. У нас тоже есть скейтпарк, у нас тоже есть граффити-разрисовка. Но это всё на несколько дней, потом это всё исчезает. Людям давно уже нужен такой статичный Street Vision. Не с таким названием, ну может быть и с таким – не важно, где они будут весь год проводить время интересно: ходить на мероприятия, делать что-то самим, участвовать в каких-то конкурсах. Скорей бы, вообще... нужно просто взять и делать, в натуре!

- А, вообще, как для туристов это будет? Сильно будет их привлекать, как думаешь? Именно туристов, которые приехали – уехали?

- Смотри, конкретно это место, ну то есть ради этого места, ну я думаю тоже будут приезжать, если там будут интересные какие-то события, то конечно с ближайших городов люди будут подтягиваться, но я думаю, что в целом в Томск же много кто приезжает про студенчеству, по всяким университетским штукам образовательным, то есть как элемент в городе, который станет достопримечательностью – это точно, он станет достопримечательностью. На счёт увеличения потока конкретно из-за этого места – я не знаю, ну это надо цифры какие-то видеть. Но то, что типа таким, знаешь, обязательным к посещению – это сто процентов.

- Я имею в виду, если там будут проводить какие-то мероприятия постоянно, какие-то события, то это будет для туристов привлекательно?

- Ну да. С других городов, конечно, будут приезжать. Ну вот как в Новосибирске есть одно место и люди приезжают туда из других городов, потому что в это место привозят интересных артистов, делают интересные выставки, делают интересные шоу и люди, да, приезжают, и в Томск конечно будут приезжать. Томск вообще крутой город, я его очень люблю. И это место надо делать, в натуре.

- *Ну, в принципе, всё.*

- Отлично, спасибо!

Приложение В

Расшифровка интервью с Шумкиной Екатериной Викторовной

- Здравствуйте. Представьтесь пожалуйста.

- Шумкина Екатерина Викторовна, зам начальника департамента архитектуры и строительства Томской области по особым проектам.

- Хорошо. Вы знаете, что такое реновация?

- Да, знаю.

- У меня в дипломе проект реновации зоны Буткеевского переулка. То есть в планах там как бы её восстановить и сделать скейтпарк, как один из вариантов. Хотел бы узнать, на сколько это может вообще быть актуально?

- На Буткеевском переулке? Мне кажется не актуально.

- А почему?

- А для кого? Это частный сектор, трудная доступность.

- Ну он находится возле институтов.

- Он не находится в прямой пешеходной доступности от институтов, университетов. Он на закрытой территории со всех сторон, окружённый частным жилым сектором.

- Хорошо. А как вам идея того, чтоб в Томске появился крытый скейтпарк?

- Закрытый скейтпарк?

- Крытый. То есть чтоб он функционировать в течении круглого года.

- Думаю достаточно актуальная тема.

- А вообще если такой проект будет реализовываться, то как власти могут в нём участвовать, как к ним подходить, чтоб привлечь их?

- Привлечь кого?

- Ну... В том числе ваш департамент, допустим.

- Наш департамент является куратором государственной программы формирования комфортной городской среды, в рамках которой органы местного самоуправления и муниципальные образования могут реализовывать общественные территории и дворовые пространства. В качестве общественной территории возможно участие – субсидирование, федерального и областного.

- А какие ещё могут департаменты поучаствовать? К кому обращаться, если будет какая-то группа...

- Органы местного самоуправления.

- То есть, вы не можете сказать, что там может быть что-то подобное?

- Мы органы исполнительной власти, это не наши полномочия.

- Ну хорошо. А если появится такой проект, как он по вашему мнению может повлиять на привлечение жителей в город или сохранение тех же студентов, которые уезжают?

- Вот в данном месте никак. Я думаю в данном месте он будет не востребован.

- А вообще в целом, если в Томске?

- В Томске функционирует скейтпарк достаточно успешно на лагерном саду.

- Ну он функционирует только в течении лета, и то когда есть хорошая погода.

- Ну начиная с ранней весны до поздней осени, если вы прогуляетесь по верхней бровке Лагерного сада, вы увидите, что как минимум двадцать человек эксплуатируют эту территорию.

- Ну да. То есть им приходится самим расчищать снег и эксплуатировать.

- Почему бы и нет? В чём проблема самим подготовить для себя территорию?

- А вообще, скейтбординг является олимпийским видом спорта. Вот в плане подготовки спортсменов организовать что-то подобное было бы актуально?

- Я думаю, этот вопрос надо задавать по адресу. Не компетентна в таких вопросах. На мой взгляд, как жителя города Томск, почему нет? А как чиновник, к сожалению, это не мои полномочия. У нас есть департамент спорта и молодёжной политики, который занимается подобными вопросами: развитие олимпийских, развитие территорий, актуальность, программы ведут свои.

- А там куда можно обратиться?

- Департамент молодёжной политики и спорта. Можно начать прям с города, потому что это, так же, городские полномочия, мы говорим о городской территории.

- А с точки зрения туристической привлекательности?

- Скейтпарк?

- Да. Ну вообще реновация этой зоны, в том числе скейтпарк.

- Ну я не думаю, что это может повлиять на привлечение туристов на этом переулке появление крытого скейтпарка.

- Хорошо. Спасибо за интервью.

- Пожалуйста.

Приложение Г

Расшифровка интервью с Лахтионовой Ириной Владимировной

- Здравствуйте. Можете представиться?

- Председатель комитета развития внутреннего и въездного туризма департамента по культуре и туризму Томской области, Лахтионова Ирина Владимировна.

- Вы знакомы с тем, что такое реновация?

- Ну мне хотелось бы услышать ваше понимание данного слова, чтоб говорить с вами на одном языке.

- Хорошо. В моём понимании реновация – это восстановление каких-то заброшенных промышленных и не только промышленных объектов, придание им каких-то новых смыслов, создание там каких-то новых пространств.

- То есть вы рассматриваете это как некую деятельность по изменению целей использования какой-то территории, по сути?

- Да.

- Хорошо.

- В общем, в чём суть вопроса. Я пишу диплом по теме реновации заброшенной территории и в планах там создать скейтпарк, ну и не только. То есть восстановить территорию, сделать крытый скейтпарк, который можно будет пользоваться в течении круглого года. Хотелось бы выяснить с вашей точки зрения на сколько это будет вообще актуально для Томска.

- Вот изменение территории вот именно данного объекта?

- Да.

- Это где находится? Просто чтоб понимать.

- Буткеевский переулок это напротив пивзавода, это территория ТЭМЗа. То есть он принадлежит ТЭМЗу, он где-то там за ТЭМЗом.

- Где находится общежития одного из университетов слева? То есть это справа, я правильно понимаю? Или это по московскому тракту, напротив?

- Ну... Даже не знаю, как по улицам объяснить. Нет, это скорее не где общежития, а вот частный сектор за самим ТЭМЗом, там частный сектор.

- То есть, если мы на Аркадия Иванова спускаемся, то это будет справа, за ТЭМЗом?

- Ага.

Точно? То есть это горка?

- Да.

- Это горка? Ну там спуск.

- Да, да.

- То есть это на горке находится или внизу где Московский тракт, ближе к московскому тракту?

- Скорей ближе к московскому тракту.

- Ну понятно. Ладно, хорошо.

- Вы как считаете, на сколько это могло бы быть актуально для Томска?

- Я думаю, что создание любых мест для активного отдыха молодёжи очень актуально для нашего города, потому что город... мы позиционируем как себя как студенческий город, как город молодёжный и расширение возможности для отдыха, при чём отдыха активного, интересного для молодёжи, это, мне кажется, безусловно полезно и интересно.

- Если этот проект будет реализовываться, какова степень, возможность участия властей? В какой форме они могли бы принять участие?

- Степень участия властей – это только оказание организационной и информационной поддержки, потому что я вижу это как в чистом виде инвестиционный проект.

- То есть это...

- Коммерческий.

- Коммерческий. А город не может принять участие, как-то проинвестировать? Только организации?

- Я думаю, что... Возможно это могут быть образовательные учреждения, в рамках своих социальных программ. Но, на мой взгляд, это скорее инвестиционный проект.

- А вот если рассматривать в рамках спорта. Вот допустим скейтбординг стал олимпийским видом спорта, его...

- Ну если рассматривать с точки зрения развития спорта, это нужно разговаривать с руководителями органов власти в сфере поддержке спорта и массовой культуры. Это не совсем моя компетенция.

- Хорошо. А как мог бы сыграть роль для развития туризма в Томске? То есть если там проводить какие-то событийные мероприятия, допустим соревнования по скейтбордингу.

- Ну мы говорим сейчас... опять уходим в спорт больше.

- Нет. Ну вот если бы проводить такие события, как бы они повлияли, с точки зрения туризма? Допустим, с близлежащих городов, из того же Новосибирска.

- Возможно это и повлияло бы, если организаторы правильно сформировали саму программу мероприятия, правильно отработали бы с рекламой и продвижением данного мероприятия. От этого же зависит сколько человек зрителей приедет, сколько человек участников приедет, правильно. А, ну, конечно с точки зрения развития туризма любые мероприятия, привлекающие туристов и гостей в город – это важно.

- Хорошо. А для удержания людей внутри Томска, тех же студентов, которые уезжают после учёбы, или других каких-то людей?

- Ну... Развитие любой социальной инфраструктуры, а в данном случае мы это рассматриваем как социальная, наверно, инфраструктура – это тоже важно для того, чтоб удержать молодёжь, чтобы привлечь их к активному отдыху. На мой взгляд это мог бы быть совместный проект власти, бизнеса и

образовательных учреждений. В этом плане это было бы наиболее, возможно, эффективно. [Телефонный звонок] Прошу прощения, у нас вот так вот. И мне кажется, что это должен быть проект, который действительно вовлекает какая-то общая информационная... создание общего информационного поля в городе со стороны властей + организационная поддержка, может быть какая-то поддержка в выделении участка, потому что это тоже не маловажно. Должен быть инвестор и может быть какое-то участие образовательных учреждений, как... организаций, которые формируют... отвечают, в том числе, за досуг своих студентов.

- Хорошо. А вот по вашей точке зрения, инициатива должна откуда идти: снизу, то есть должны собраться какие-то энтузиасты, которые будут проталкивать этот проект или...

- Проекты успешны тогда, когда есть и инициатива с низу, и желание развивать это сверху.

- То есть если будет инициатива снизу, разумная, то власть...

- Видите, сейчас очень активно развивается направление поддержки социально ориентированных не коммерческих проектов и, если это будет какая-то общественная организация, то есть сообщество людей – они могут подать на грант, то есть они финансирование могут найти и, если власть поможет им с площадкой, то успешность этого проекта будет гораздо выше.

- Хорошо. Спасибо вам за интервью.

- Примерно понятно о чём я говорю?

- Да.

- Вам спасибо, удачи с дипломом.