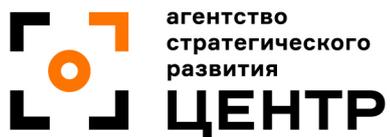


# АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ



## **Концепция создания Молодёжного центра**



В рамках Договора возмездного оказания услуг № ЧК-1/2019 от 20 февраля 2019 г. (далее — Договор) подготовлено Аналитическое исследование «Концепция создания Молодёжного центра в г. Анадырь Чукотского автономного округа» (далее – Исследование).

Работа Исполнителя является консультационной по природе. Исполнитель не берет на себя обязательств по обоснованию для Заказчика каких-либо решений. Все выводы и рекомендации действительны при предположениях и ограничивающих условиях, изложенных в Исследовании.

Исследование носит исключительно информационный характер. Любой читатель Исследования самостоятельно несет полную ответственность за решения, принимаемые в отношении рассматриваемых объектов. Заказчик не вправе без предварительного письменного согласия Исполнителя раскрывать третьему лицу, публично цитировать и ссылаться на полученное Исследование и приложения к нему.

Предоставленная другими лицами информация, на основе которой был произведен анализ, считается достоверной, однако Исполнитель не несет ответственности за достоверность предоставленной другими лицами информации, кроме общей проверки на логику и разумность. Исполнитель не несет ответственности за изменения рыночных условий и не берет на себя обязательств вносить в Исследование какие-либо изменения в связи с изменением рыночных и социально-экономических условий после указанной в Исследовании даты анализа. В связи с данным Исследованием не проводились геологические исследования, пробы почвы, также не были рассмотрены права и условия собственности на недра и ископаемые (вода, нефть, газ, уголь и пр.) и эксплуатацию технических и передаточных устройств.

Ни Исполнитель, ни лица, имеющие отношение к подготовке Исследования, не обязаны на основании Исследования предоставлять дальнейшие консультации, давать свидетельские показания, представлять перед судом или участвовать в иных юридических разбирательствах, если таковое не оговорено специально.

**Исполнитель:**

ООО «Агентство стратегического развития «ЦЕНТР»

**Заказчик:**

Некоммерческая организация «Фонд поддержки молодежи»

**Территория исследования:**

Город Анадырь, Чукотский автономный округ, Российская Федерация

**Сроки проведения исследования:**

Май — Июль 2019 года

# СОДЕРЖАНИЕ

## **Раздел 2. Концепция редевелопмента бывшего промышленного здания в целях создания Молодёжного центра .....3**

**2.1. Ключевая идея редевелопмента, исходя из выявленных  
предпосылок 4**

**2.2. Определение целевой аудитории Молодёжного центра  
и ее предпочтений и запросов 6**

**2.3. Описание идеологии, миссии, манифеста места 8**

**2.4. Сценарии использования, функциональное и сервисное  
наполнение объекта 15**

2.4.1. Методология формирования календаря событий 15

2.4.2. Релевантные примеры брендовых знаковых событий  
оффлайн и онлайн-форматов 19

2.4.3. Сценарии использования пространства Молодёжного центра 24

2.4.4. Релевантные примеры еженедельных мероприятий  
и сценариев использования пространства Молодёжного центра 27

**2.5. Представление визуального образа 32**

**2.6. Модель управления 35**

**2.7. Принципы финансово-экономического развития  
и устойчивости 38**

**2.8. Стратегия развития Молодёжного центра на период  
2020-2030 годы 40**

**Заключение ..... 44**

**Приложение 1 .....47**

**Приложение 2 ..... 53**



## 2.1. КЛЮЧЕВАЯ ИДЕЯ РЕДЕВЕЛОПМЕНТА, ИСХОДЯ ИЗ ВЫЯВЛЕННЫХ ПРЕДПОСЫЛОК

**«В эпоху тотальной компьютеризации, когда виртуальное общение начинает вытеснять реальное, наличие, разнообразие и доступность общественных центров приобретают особое значение — во многом именно эти здания и выступают гарантами созидательного функционирования сообществ».**

*Анна Мартовицкая, главный редактор журнала SPEECH*

Анализ досуговых практик молодёжи г. Анадыря, деятельности учреждений культуры и образования, состояния досуговой сферы города показал неполное удовлетворение потребностей молодёжи 14-35 лет в досуговых практиках в связи с несоответствием формата традиционных учреждений и организаций как современным тенденциям, так и объективно существующим запросам части молодёжной аудитории.

В связи со слабым развитием малого бизнеса в городе не хватает мест социализации и самореализации не только для креативно настроенной активной молодёжи, но и для той части подростковой аудитории, которая не проявляет интереса к организованным формам досуга.

Основное открытое общественное пространство — набережная Анадырского лимана — имеет сезонные ограничения использования, ряд пространственных и инфраструктурных проблем и пока не стало излюбленным местом отдыха горожан, что можно наблюдать в любом малом городе.

Вместе с тем специфика жизнедеятельности Анадыря, обусловленная его географическим положением как города, удаленного от агломерационных центров, требует формирования устойчивого саморазвивающегося социума.

Редевелопмент здания должен обеспечить развитие пространственного каркаса по ул. Отке, удовлетворить запросы на досуговые практики различных целевых аудиторий, а также предоставить возможность для формирования насыщенной событийной программы с постепенным масштабированием роли объекта в новом позиционировании города Анадыря.

Здание, предлагаемое к редевелопменту, лишено архитектурной привлекательности, но имеет конструктивные особенности, позво-

ляющие при применении современных архитектурных и дизайнерских решений создать полифункциональное, трансформируемое в зависимости от запросов, общественное пространство.

Учитывая данные предпосылки, была сформирована ключевая идея редевелопмента бывшего производственного здания в целях создания Молодёжного центра «Ангар»:

**«Создание уникального общественного инновационного пространства, предоставляющего широкие возможности для свободного развития молодёжи через формирование современной инфраструктуры, обеспечивающей всесезонную активность представителей различных целевых аудиторий города Анадыря».**

## 2.2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ МОЛОДЁЖНОГО ЦЕНТРА И ЕЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ЗАПРОСОВ

Определение целевой аудитории Молодёжного центра «Ангар» основано на детализации исследования запросов молодёжной аудитории в городе<sup>1</sup>. По данным онлайн-анкетирования, целевая аудитория дифференцирована на три подгруппы, исходя из возрастной выборки, проанализированных запросов в части функционального наполнения объекта и сезона использования.

В таблице 1. представлено описание отличительных особенностей запросов, которые влияют на сценарии использования, функциональное и сервисное наполнение объекта.

**Таблица 1. Особенности целевых групп**

Целевая группа	Возрастная выборка	Отличительные особенности запросов целевой группы
Учащиеся общеобразовательных учреждений	 14—17 лет 30 %	<p>Предпочитают проводить время в компании по интересам. Наиболее заинтересованы в услугах и событиях Молодёжного центра в летний период. Отличаются от других выделенных групп наибольшей заинтересованностью в саморазвитии через сетевые структуры коммуникации, в возможностях дистанционного образования, в ведении здорового образа жизни и наименьшей заинтересованностью в наличии пространств для самовыражения и художественных активностей.</p> <p>Из направлений деятельности предпочитают компьютерный спорт.</p>

<sup>1</sup> Подраздел 1.1. Выявление ключевых факторов, определяющих особенности создания Молодёжного центра в пределах исследуемой территории (включая природно-климатические особенности) Раздела 1 «Обоснование создания Молодёжного центра в г. Анадырь Чукотского автономного округа» Аналитического исследования

### Учащиеся высших учебных заведений



18 лет—24 года  
26 %

Предпочитают проводить время в компании по интересам. Наиболее заинтересованы в услугах и событиях Молодёжного центра в зимний (39 %) и летний (30 %) периоды. Отличаются от других выделенных групп наибольшей заинтересованностью в наличии пространств социализации и взаимодействия и наименьшей заинтересованностью в наличии проката вещей.

Из направлений деятельности предпочитают музыкальное направление.

---

### Молодые специалисты



25—35 лет  
44 %

Предпочитают проводить время в компании по интересам (63 %) или с семьёй (31 %). Наиболее заинтересованы в услугах и событиях Молодёжного центра в зимний период. Отличаются от других выделенных групп наибольшей заинтересованностью в наличии пространств для самовыражения и художественных активностей, совместной работы и наименьшей заинтересованностью в наличии пространств социализации и взаимодействия.

Из направлений деятельности предпочитают мероприятия по социальной адаптации и адаптации к условиям севера.

---

## 2.3. ОПИСАНИЕ ИДЕОЛОГИИ, МИССИИ, МАНИФЕСТА МЕСТА

Методология формирования смысловых блоков идеологии, миссии и манифеста места представлена в следующей образной модели (рисунок 1):

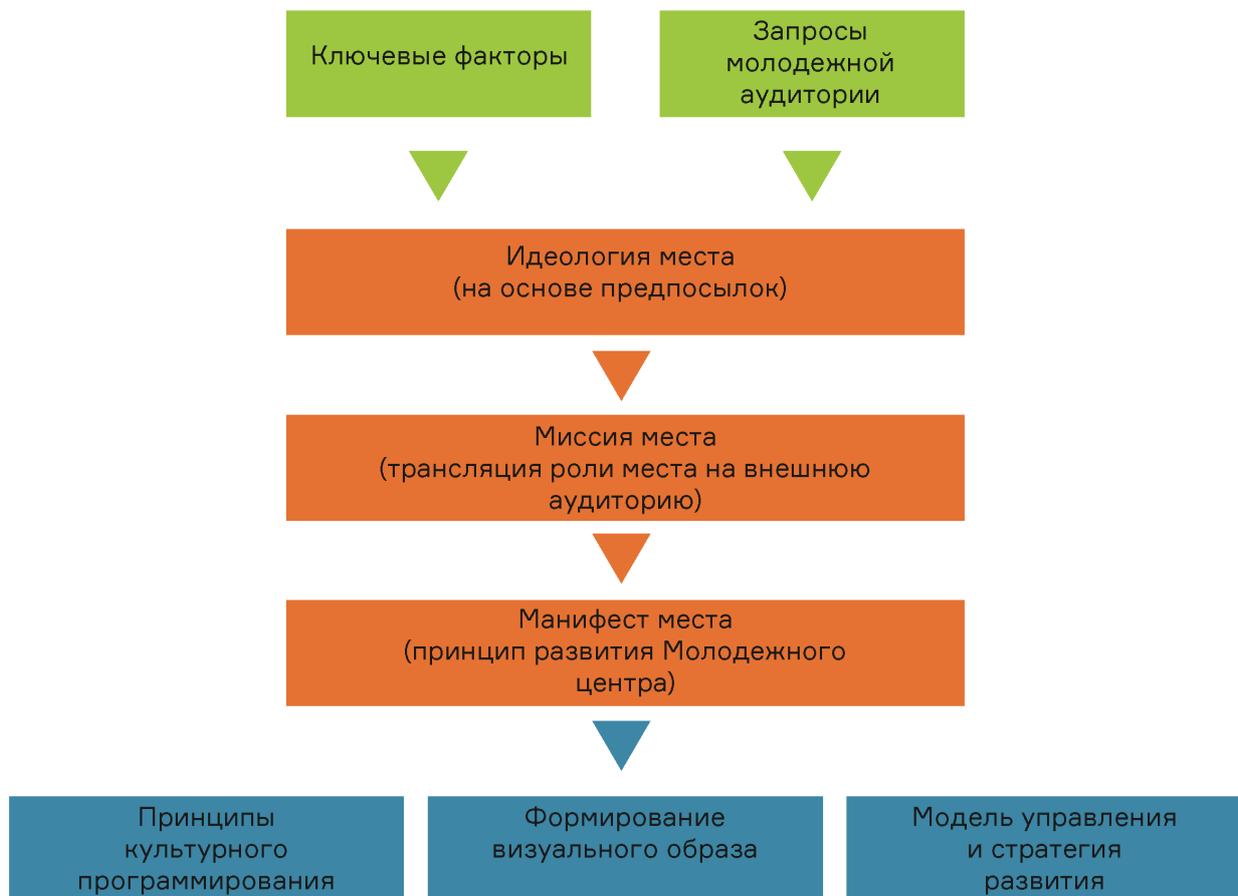


Рисунок 1. Методология

## Идеология

**«Конечно, каждый город имеет собственные географические, климатические и культурные особенности, но в эпоху глобализации, на мой взгляд, балом правит единое информационное поле. Поэтому современный общественный центр — это, в первую очередь, пространство социализации, в котором помимо возможности реальной коммуникации также учитываются компьютерные и интернет-технологии, без которых уже непредставима наша жизнь».**

*Гёкан Авджиоглу, основатель GAD ARCHITECTURE и некоммерческого фонда продвижения инновационной архитектуры*

В основу идеологии создания уникального общественного пространства положены ключевые факторы, определенные в Разделе 1<sup>2</sup> и определяющие требования к его функциональному наполнению, целевым сценариям и конфигурации пространства (рисунок 2):

- экстремальные природно-климатические условия, обуславливающие необходимость создания комфортных всепогодных общественных пространств;
- вызовы, стоящие перед удаленным городом, ответ на которые требует создания среды для социализации молодежи и условий для саморазвития;
- низкая социальная мобильность и монофункциональная специализация, являющиеся предпосылками для запуска культурных интервенций на основе креативных идей, способствующих развитию человеческого капитала города;
- квазигородская среда с преобладающим целевым сценарием досуговых практик, формирующая потребность в эксклюзивных общественных пространствах.

2 Подраздел 1.1. Выявление ключевых факторов, определяющих особенности создания Молодёжного центра в пределах исследуемой территории (включая природно-климатические особенности) Раздела 1 «Обоснование создания Молодёжного центра в г. Анадырь Чукотского автономного округа» Аналитического исследования



Рисунок 2. Идеология места

## Миссия

Новое общественное пространство в г. Анадыре должно создать такую среду, которая позволит молодёжи не только удовлетворять разнообразные досуговые запросы, но и реализовывать себя в тех видах деятельности, которые будут востребованы в будущем<sup>3</sup>.

Учитывая стратегические задачи развития города, специфичность проблематики развития общества в арктической слабо урбанизированной зоне, «дистанционность» города, постиндустриальные тенденции развития городов, а также опираясь на существующие запросы молодёжи города Анадыря, миссию создаваемого общественного пространства можно определить как: создание условий для социализации молодёжи, ее интеграции в процессы, протекающие за пределами географического пространства города, и формирование социальной ответственности.

Миссия места транслируется на внешнюю аудиторию и служит базисом для поэтапного масштабирования роли Молодёжного центра «Ангар» (рисунок 3).

<sup>3</sup> <https://asi.ru/reports/16344/>



Рисунок 3. Миссия места

## Манифест

**«С одной стороны, во всем мире людям нужны одни и те же культурно-просветительские функции — общественные центры, библиотеки, музеи, концертные залы, кино. Но всегда есть особенности — национальные, географические, а также связанные с климатом. Я бы ответила на вопрос (насколько функциональная программа общественного центра зависит от масштаба города и его географии) так: модульность, гибкость, логистика — это круг вопросов, которые приходится решать абсолютно в каждом проекте социально-культурного центра, равно как и работа с силуэтом здания».**

*Мануэль Готран, архитектор, руководитель Manuelle Gautrand Architecture, лауреат Европейской премии по архитектуре (2017)*

На основе ранее сформулированной ключевой идеи и образной модели влияния ключевых внешних и внутренних факторов среды на процесс редевелопмента бывшего производственного здания, идеологии и миссии места сформулирован манифест, раскрывающий суть представленных понятий.

**Основу манифеста составляют следующие понятия:**

- саморазвитие;
- социальная ориентированность;
- креативность;
- здоровый образ жизни;
- экологоориентированный образ жизни;
- цифровизация;
- медийность;
- устойчивость и адаптивность.

**Саморазвитие**

Искусственно созданные малые города с дотационным бюджетом и/или зависимостью доходной части бюджета от деятельности градообразующих предприятий, независимо от своей специализации — индустриальной, ресурсной, научно-производственной и т.п., — обнаруживают избыточную регламентацию не только производственной, но и других составляющих жизнедеятельности. Молодёжь таких городов часто стремится покинуть их как можно раньше из-за ощущения «замкнутости жизни».

Социологи и урбанисты чаще всего именуют общественные центры «генераторами смыслов»: подобные сооружения обеспечивают локальные сообщества разнообразием культурно-образовательного досуга. Поэтому предлагается в качестве ключевого принципа рассматривать саморазвитие резидентов нового общественного пространства в форме, выбираемой ими самостоятельно: коллективная или индивидуальная, активная или пассивная, деятельная или созерцательная.

**Социальная ориентированность**

Условия для социальных контактов и зарождения локальных инициатив создаются благодаря досуговым практикам: общение в группах по интересам, совместные праздники, объединения людей вокруг того или иного занятия (настольные игры, киберспорт, туризм, спорт и т.д.). Именно такие инициативы имеют долговременный трансформирующий эффект. Люди, которые однажды объединились вокруг общего дела, сформировали проект, получили финансирование и реализовали идею, переходят на другой уровень личностного развития. Для организации подобной коллаборации, т.е. совместной работы, создаются общественные пространства. Деятельность в пространстве Молодёжного центра должна основываться на взаимопонимании, доверии и поддержке.

**Креативность**

Пространства, предназначенные для неформального общения и образовательного досуга, как правило, и сами носят не формальный, а зачастую (и подчеркнуто) временный характер. Формирование «креативной прослойки» требует качественной социальной сферы, разнообразного досуга, развитой системы масс-медиа и т.п. Молодёжный центр, создаваемый как единый коммуникативный хаб на основе потребностей целевой аудитории (человекоориентированный дизайн), позволит обсуждать и искать новые решения комплексных проблем жизни в условиях Севера, в творческом процессе, используя креативные подходы.

## Здоровый образ жизни

Приверженность здоровому образу жизни — мировая тенденция, получившая в Российской Федерации свое распространение прежде всего в крупных городах с динамичным ритмом жизни. Тем не менее, и в малых городах с более спокойным жизненным ритмом продвижение идей ЗОЖ (здорового образа жизни) крайне важно, так как ЗОЖ повышает жизненную активность и формирует ответственность человека за свое здоровье. В сценарии летнего использования территории вокруг Молодёжного центра появляется событийная площадка, которая может стать зоной размещения спортивного инвентаря и оборудования для скейтеров. Открытие площадки внутри производственной зоны создаст предпосылки для развития системы общественных пространств — набережной Анадырского лимана, горы Верблюжьей.

## Экологоориентированный образ жизни

Экологоориентированный образ жизни, один из важнейших вопросов мировой повестки, крайне актуален в условиях Крайнего Севера. Хрупкие экосистемы Севера в условиях усиленной эксплуатации природных ресурсов требуют тактичного подхода с соблюдением требований экологической безопасности, с учетом природно-климатических условий и степени техногенного воздействия на экологические системы. Молодёжный центр должен стать площадкой для популяризации экологоориентированного образа жизни через обучающие и волонтерские программы, экофестивали, получение практических навыков.

## Цифровизация

Развитие сетевых структур коммуникации, постепенное внедрение облачных технологий, развитие технологий больших данных, машинного обучения и искусственного интеллекта, «интернета вещей» оказывают существенное влияние на городскую среду. В области цифровой культуры и образовательной жизни происходит переход на цифровой способ организации образовательного процесса, развитие системы дистанционного образования, что влияет на принципы формирования сценариев проведения досуга и требования к типам организации общественных пространств. Форма общения людей становится важнее архитектурной формы. В настоящее время *meeting places*, помимо создания условий для непосредственных социальных контактов, должны предоставлять посетителям возможность интеграции в информационное поле, прежде всего в интернет-пространство. Для городов, подобных Анадырю — удаленных, труднодоступных, с экстремальными погодными условиями, с немногочисленным населением, — интеграция в интернет-пространство крайне необходима для расширения социального пространства и вовлечения жителей в межрегиональные и мировые процессы, протекающие вне их географического пространства.

Для создания мультимедийной площадки в *openspace*-пространстве Молодёжного центра установлен медиаэкран, передающий визуальный ряд посланий и путешествий местных жителей, а также фотографии и кино про Чукотку. Также здесь размещается интерактивная карта, на которой отмечаются места, в которых побывали местные жители, их истории, отзывы и фотографии.

## Медийность

Следующий шаг в позиционировании пространства связан с охватом внешней аудитории: количеством подписчиков официального сайта, публичных аккаунтов Молодёжного центра, статистикой посещений, просмотров, уровнем вовлеченности пользователей, виральности контента (числа лайков, перепостов, продолжительности пребывания на сайте, откликов на рассылку и т.д.).

## Устойчивость и адаптивность

Устойчивость характеризуется наличием долгосрочных позитивных изменений, в том числе в жизни участников и пользователей проекта создания пространства нового типа, изменение моделей поведения, изменение институциональных условий, отношения к конкретным городским проблемам, запуск и развитие межрегиональных, междисциплинарных партнерских сетей.

Адаптивность заключается в характере подходов — максимально гибкие механизмы объединения людей, с учетом возможной кардинальной смены функциональной программы пространства. Современные сообщества постоянно трансформируются, и архитектуре, предназначенной для них, также следует быть гибкой. Архитектурное проектирование само по себе не делает объект исключительным. Таковым он становится позже, в процессе его эксплуатации.

Уникальный новаторский объект — Молодёжный центр — создает события, которые значимы для всего Арктического региона. Амбициозные проекты не только консолидируют территориальных акторов, но и организуют «поля влияния», трансформируют не только среду (производственную зону), но и весь город.

Поэтому новое пространство может стать стартовым проектом коллективного участия в развитии местных структур и общественного взаимодействия, социального и индивидуального развития, а также культурного сотрудничества в рамках Чукотского административного округа, в перспективе — Дальневосточного федерального округа и Российской Федерации.

«Ангар» предполагает развитие в качестве городского инновационного «суперкоммуникативного форума», предлагающего соучаствовать в разработке социокультурных программ площадки, всего Анадыря и других поселений ЧАО. Взаимодействие со множеством субъектов позволит осуществлять осмысленную деятельность, непрерывное образование, общественные коммуникации, интеллектуальный отдых, коллективное пользование и обмен идеями.



**Арктика**



**Новаторство**



**Гражданская активность**



**Амбиции**



**Разумное потребление**

## 2.4. СЦЕНАРИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ И СЕРВИСНОЕ НАПОЛНЕНИЕ ОБЪЕКТА

### 2.4.1. Методология формирования календаря событий

Идея создания инновационной площадки, «суперкоммуникативного форума», требует запуска брендовых, знаковых мероприятий различного масштаба в зависимости от сезона, при одновременной загрузке еженедельного календаря.

Для брендовых мероприятий предполагается три градации масштаба:

- международный;
- Дальневосточный федеральный округ и межрегиональные;
- Чукотский административный округ и городской округ Анадырь.

Методика формирования календаря событий для подобных, проводимых раз в год мероприятий состоит из следующих пунктов.

Во-первых, учет климатических особенностей. В связи с этим на зимние месяцы не попадают международные и межрегиональные мероприятия, за исключением тех, что предполагают онлайн-взаимодействие с площадками на материке. Масштабные события на открытом воздухе планируются только в летнее время: «Уличная выставка трэш-арта», Ежегодный конкурс стрит-арта и др.

Во-вторых, выявленные потребности жителей. В частности, весной предполагается проведение «ярмарки» образовательных программ, которая позволит молодёжной аудитории узнать о возможных программах повышения квалификации, краткосрочных курсах по финансовой грамотности, организации мероприятий, интересных бизнес-тренингах для малого предпринимательства, которые можно посетить во время летнего отпуска<sup>4</sup>.

В-третьих, возможности площадки и реализуемость мероприятий. Пространство не может себе позволить проведение множества международных мероприятий в год. В связи с этим их только два, одно из которых подразумевает под собой развитие уже имеющегося кинофестиваля. То же можно сказать и про межрегиональные ивенты, которые проходят как в офлайн, так и в онлайн-форматах.

<sup>4</sup> Например, именно пройдя летнюю стажировку один из владельцев кофейни в Анадыре открыл свой бизнес, <https://www.youtube.com/watch?v=ixnRMPFjthY>

В-четвертых, экспериментальность мероприятий. В разряд международных и межрегиональных событий помещены именно трендовые и современные форматы мероприятий, основанные на локальной идентичности (Молодёжный арктический «Беринг-Fest», театральный фестиваль «Я безумен только с северо-северо-востока»<sup>5</sup>).

При этом выбор сезона базируется на оценке существующего городского календаря событий<sup>6</sup> Анадыря при сопоставлении с насыщенностью мероприятий в других административных центрах субъектов



<sup>5</sup> Обращение к трагедии Уильяма Шекспира «Гамлет»: «Гамлет говорит, что он безумен только при норд-норд-весте...»

<sup>6</sup> Таблица 3. Оценка городского календаря событий Раздела 1 «Обоснование создания Молодёжного центра в г. Анадырь Чукотского автономного округа» Аналитического исследования

РФ, входящих в состав Дальневосточного федерального округа (далее – ДФО), рисунок 4.

Рисунок 4. Сезонность проведения международных мероприятий в ДФО

Анализ мероприятий по ДФО выявил дефицит в количестве и форматах мероприятий международного масштаба, проводимых в Анадыре. Сейчас это только научная конференция и международный арктический кинофестиваль «Золотой ворон», в то время как в других городах проходят такие мероприятия, как: Международный фестиваль-школа современного искусства «Территория. Магадан» (Магадан, июнь), Galaxy Vladivostok Marathon и Международная биеннале визуальных искусств (VIBVA) (Владивосток, сентябрь), Байкальский веломарафон (Улан-Удэ, июнь), Международная якутская биеннале современного искусства (Якутск, апрель).

На основании изложенного предлагается следующий календарный план брендовых мероприятий (рисунок 5).

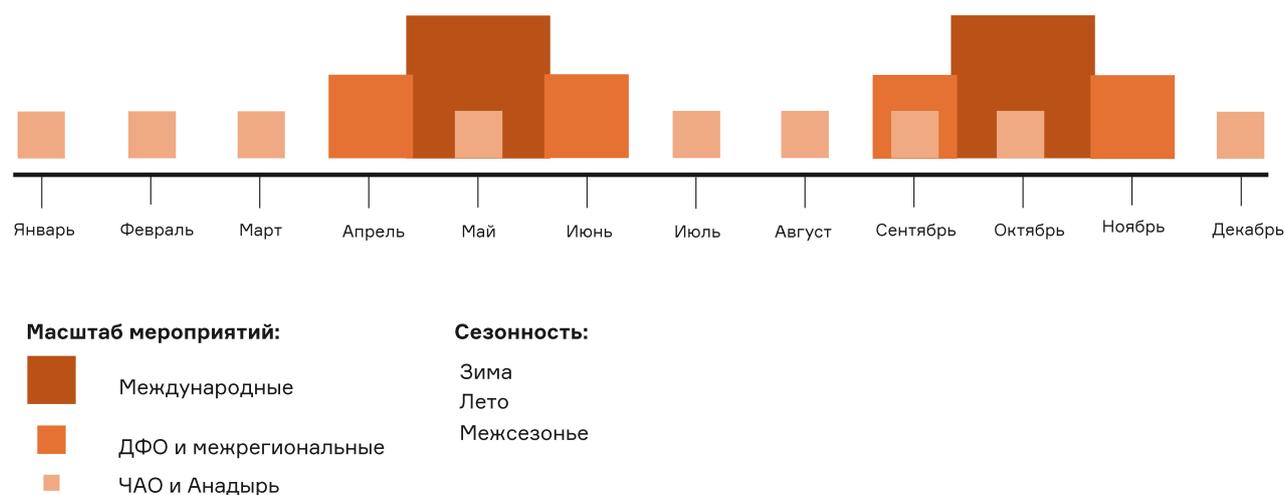


Рисунок 5. Рамочный календарный план брендовых мероприятий

Формирование календаря событий для повторяющихся, еженедельных мероприятий обусловлено следующими факторами:

- наполнение календарной недели досуговыми и образовательными мероприятиями отвечает выявленным запросам всех целевых аудиторий (три подгруппы: 14-17 лет, 18-24 года, 25-35 лет);
- наполнение соответствует предположениям о занятости тех или иных целевых групп. В связи с этим программы, ориентированные на аудиторию «14-17 лет», проводятся в рамках школьных каникул;
- образовательные программы, посвященные подготовке к поступлению в зарубежные ВУЗы и дополнительному образованию, предполагают большую загрузку и проводятся в выходные дни. Различные лекционные онлайн-занятия проводятся в будние дни, так как предполагают вечернюю загрузку и взаимодействие с образовательными учреждениями «материка», с различными экспертами из других регионов страны;
- загрузка выходных дней подразумевает различные развлекательные программы, в том числе трансляцию мировых спектаклей и постановок (например, проект TheatreHD);
- сезонное распределение различных мероприятий связано с предполагаемыми возможностями и потребностями в наполнении событийного календаря. В частности, летом отсутствуют образовательные программы, требующие еженедельного присутствия;

- сезонные особенности климата также являются фактором, влияющим на календарь событий. Так, зимние месяцы не подразумевают мероприятий, лекций и семинаров, взаимодействующих с открытыми общественными пространствами.

Примеры рамочных графиков повседневных мероприятий (в зависимости от сезона) представлены на рисунках 6-8.

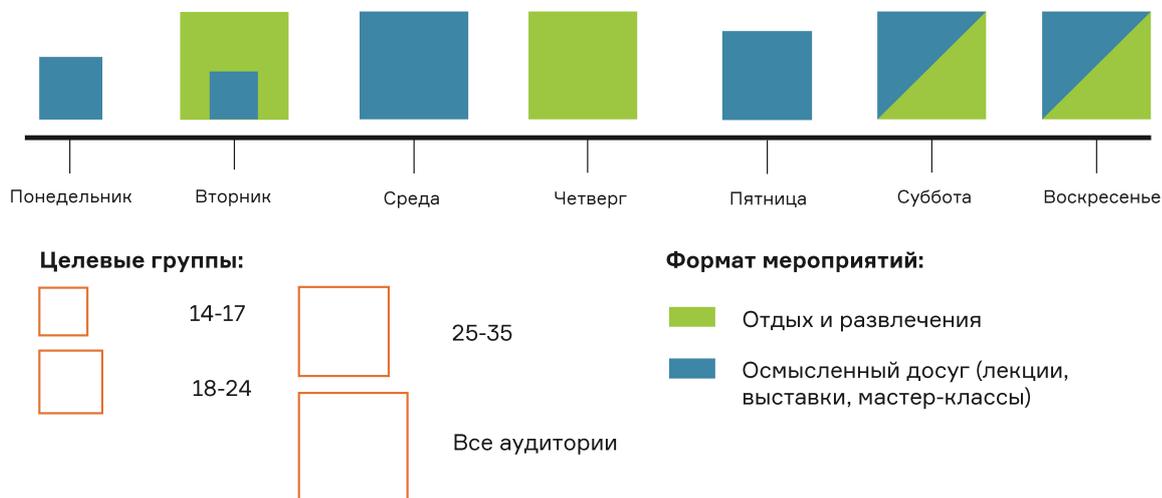


Рисунок 6. Рамочный график повседневных мероприятий (межсезонье)



Рисунок 7. Рамочный график повседневных мероприятий (зима)

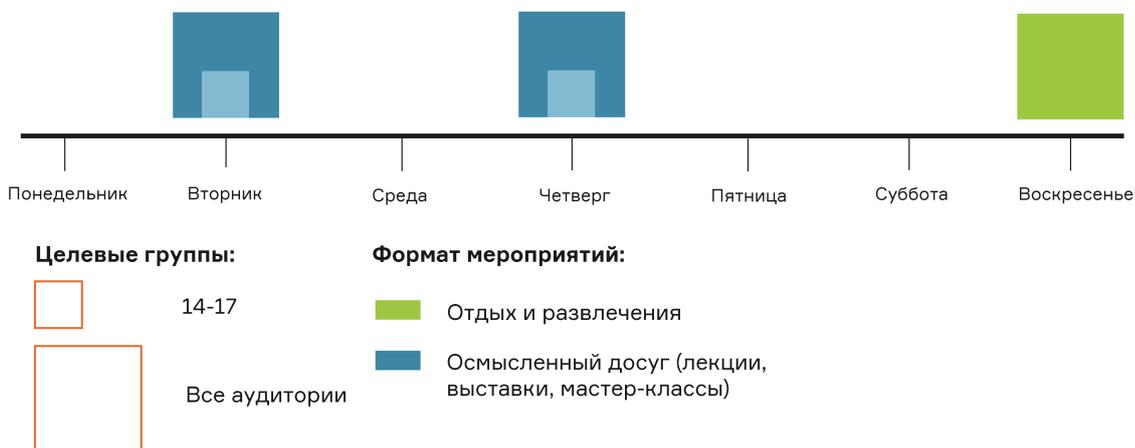


Рисунок 8. Рамочный график повседневных мероприятий (лето)

Поэтапный запуск календаря событий позволит постепенно аккумулировать опыт и кооперироваться с другими Молодёжными площадками за пределами ЧАО. Стоит отметить, что только полноформатная деятельность позволит получить долгосрочный социокультурный и социально-экономический эффект для городского округа Анадырь и региона в целом.

Предлагаемая рамочная программа для брендовых и для еженедельных мероприятий представлена в Приложении 1. Ее содержание подлежит уточнению в зависимости от процесса формирования бренда места.

## 2.4.2. Релевантные примеры брендовых знаковых событий офлайн и онлайн-форматов

Для наглядного представления о возможных форматах масштабных региональных и международных событий, в том числе форматах медиаконтента, релевантных идеологии и миссии места, ниже представлены некоторые из просветительских и культурно-развлекательных мероприятий.

### Ежегодная ярмарка книжной культуры «КРЯКК» (Красноярск)

Организаторы: Фонд Михаила Прохорова совместно с Правительством Красноярского края и Администрацией города Красноярска.



<https://www.sobranie.info/photo.php?UID=21542&iframe=true&width=800&height=620> <https://kras.mk.ru/articles/2017/10/24/na-yarmarke-knizhnoy-kultury-krasnoyarcy-uvydyat-shou.html>

Проект носит долгосрочный характер, позиционирует Красноярск как центр книжной культуры и призван объединить издателей, книготорговцев и культурное сообщество из центральных регионов России и городов Дальнего Востока, Сибири и Урала.



Программа ярмарки строится с учетом трех основополагающих функций книги в обществе:

- книга как продукт (цикл мероприятий для профессионального книжного сообщества);
- книга как искусство: выставки, инсталляции, перформансы, музыкальные и видеопрограммы; семинары и мастер-классы по книжному дизайну, дискуссии и лекции по книжной иллюстрации; обсуждения и презентации по теме эволюции книги (возрождение эксклюзивной книги, рукописной книги, жанра альбома) и др.;
- книга как социальный институт: дискуссии и круглые столы о состоянии современной литературы, о литературных премиях, о жанровых инновациях в литературе; театральные гастроли (спектакли по мотивам книг); презентации современных писателей и поэтов и др.

Другим релевантным для Анадыря примером является однодневный литературный фестиваль «День книги». В 2018 году фестиваль прошел в Благовещенске, в 2019 году пройдет в Бердске. Основная идея организаторов состоит в том, что жители небольших городов должны получать тот же культурный продукт, что и жители столиц, в этом есть и потребность, и желание горожан.

#### **Театральный фестиваль FESTIVAL DE LIEGE (Льеж, Бельгия)**

Ежегодный театральный фестиваль, проходящий в Льеже в Бельгии на территории бывшего казарменного манежа. Длится несколько недель в сезон февраль-март. Главной темой фестиваля является освящение острых современных мировых проблем. Параллельно проходит форум студенческих коллективов. Это один из старейших форумов мира, его главная задача — развитие театрального образовательного и творческого процесса на уровне вузов.



<http://www.creativeeuropeuk.eu/node/1113>  
<https://roundme.com/tour/3362/view/10051/>



#### **Музей трэш-арта From Waste to Art Museum (Баку, Республика Азербайджан)**

Музей был открыт фондом Гейдара Алиева в 2015 году. Здесь располагаются арт-объекты, выполненные в тематике trash-art, целью

которых является обращение внимания на проблемы защиты окружающей среды от стремительного загрязнения отходами современной жизни.

Ежегодно в Баку проводится одноименный фестиваль, на который приглашаются художники со всего мира, чтобы в течение одной недели создать собственное произведение искусства из вторичных материалов. Предварительно организаторами и художниками обсуждается концепция будущего произведения, заполняется анкета, в которой каждый художник предоставляет список всех инструментов и материалов, необходимых для работы над произведением. В конце работы устраивается торжественное открытие выставки в присутствии первых лиц государства, руководителей организаций-партнёров фестиваля и представителей СМИ.



фото из архива Марии Седлецкой



### Просветительский и музыкальный фестиваль We love green (Париж)

Ежегодный просветительский фестиваль с музыкальными и арт-мероприятиями. Помимо событийных мероприятий организаторы уде-



[https://amuse.vice.com/en\\_us/article/xw93bd/we-love-green-festival](https://amuse.vice.com/en_us/article/xw93bd/we-love-green-festival)  
<https://www.pinterest.ru/pin/317363104974937923/>



ляют внимание эко-ориентированным подходам, отдельному сбору мусора, минимизации использования одноразовых материалов.

Особенностью фестиваля является научная площадка. На территории фестиваля находится «лаборатория», где различные стартапы могут предлагать и внедрять решения в сфере экологических технологий. Проводятся обсуждения и лекции на тему защиты окружающей среды.

### **Глобальный арт-проект «Вылазки» (Outings Project, реализован в Париже, Барселоне и в городах США)**

Инициатор проекта: французский художник и режиссер Julien de Casabianca.

В рамках проекта художник фотографирует малоизвестные художественные полотна из местных музеев и расклеивает их в городской среде.



[https://artchive.ru/news/918~Vylazki\\_global'nyj\\_artproekt\\_vynosit\\_kartiny\\_iz\\_muzeev\\_na\\_ulitsy](https://artchive.ru/news/918~Vylazki_global'nyj_artproekt_vynosit_kartiny_iz_muzeev_na_ulitsy)



### **Индустриальный стрит-арт парк на территории действующего Выксунского металлургического завода (Выкса, Нижегородская область)**

Индустриальный стрит-арт парк — вклад в промышленный туризм региона.

В 2018 году создатели фестиваля «Арт-Овраг» Объединённая металлургическая компания и благотворительный фонд «ОМК—Участие» объявили кураторский конкурс. Его участники должны были предложить решение для преобразования цехов Выксунского металлургического завода. Победившая концепция предполагает реализацию проекта в течение десяти лет: ежегодно стрит-арт художники из российских городов будут наносить мурал на одну из стен завода. Из появляющихся точек будет складываться Индустриальный стрит-арт-парк.

В отличие от Музея стрит-арта в Петербурге, парк в Выксе не исследует явление в целом, а рассказывает только о заводе. Команду проекта интересует его индустриальная составляющая — в работах

используется сугубо промышленная тематика, чтобы показать «красоту производственной мощи».



фото из архива Марии Седleckой



### «Северный арт-фестиваль «Тайбола» (Новодвинск, Архангельская область)

Формула фестиваля: Открытый воздух, Культура, Экология, Добровольчество. Миссия фестиваля — пропагандировать здоровый образ жизни, гармонию с природой и экологическое строительство, представить максимально широкий спектр некоммерческой музыки, семейный отдых на природе и знакомство с различными культурными традициями. Благодаря уникальному формату, фестиваль вошел в туристский паспорт Архангельской области и является одним из самых посещаемых мероприятий региона.



<https://taibola.livejournal.com/tag/ЗМЕЙ%20РАДУГА>



## ТеатрHD

Идея показа театральных спектаклей в кино вдохновлена идеалами народного просвещения: сначала в Швеции, а потом и в Англии национальные театры решили стать «художественно-общедоступными» — на современном техническом уровне «общедоступности».

TheatreHD — это трансляции самых известных спектаклей из лучших театров мира: Королевский Национальный театр (Лондон), Шекспировский театр «Глобус» (Лондон), Королевская Шекспировская компания (Стратфорд-на-Эйвоне), Метрополитен Опера (Нью-Йорк), Большой театр (Москва) и др., а также спектаклей-номинантов на ведущую российскую театральную премию «Золотая маска».



<https://kinoteatr.ru/theatre-hd/theatrehd-karmen/?redirect=https%3A%2F%2Fkinoteatr.ru%2Ftheatre-hd%2Ftheatrehd-karmen%2Frijazan%2F>



### 2.4.3. Сценарии использования пространства Молодёжного центра

На визуальный облик объекта редевелопмента повлиял ряд принципов культурного программирования, сформулированных из составляющих миссии и идеологии места. Каждый из принципов транслируется в четырех предлагаемых сценариях: «Чилаут», «Лекция», «Ярмарка», «Party» (таблица 2).

#### Сценарий 1. Чилаут (неформальное пространство)

Внутреннее open-space-пространство Молодёжного центра «Ангар» может быть зоной чилаута, когда создается приятная неспешная обстановка, звучит спокойная фоновая музыка, и посетители площадки находят себе занятия по душе, при этом не мешая друг другу: можно разместиться на мобильной мебели или в зоне амфитеатра, а также использовать мультифункциональные площадки (фото-, видеостудии, зал с медиа-экраном). Создается спокойный режим, когда можно заниматься рабочими делами, готовиться к учебе, читать, отдыхать, встречаться с друзьями, организовывать клубы по интересам или неспешно ознакомиться с экспозицией выставки.

**Основная аудитория:** 14—35 лет

## Сценарий 2. Ярмарка

Формат маркетов и ярмарок достаточно популярен в России. Lambada-market, Эксимо фест собирают огромное количество посетителей и участников. На таких мероприятиях, помимо продажи дизайнерских вещи и аксессуаров, можно выпить кофе, попробовать новые блюда, поиграть в теннис, послушать лекции, поучаствовать в конкурсах и отлично провести время. Данный формат маркетов, ярмарок легко перенести и в «Ангар», который является всесезонной площадкой. Исходя из специфики города, природных условий, можно делать локальные мероприятия, где будут продаваться уникальные вещи чукотских дизайнеров и ремесленников. Также отлично впишется сюда зона фудкортов, развлекательный блок и лекционная часть. Участникам мероприятия предоставляется большое пространство на первом этаже и мобильные киоски, где можно разместить свою продукцию. В теплое время года участники ярмарки могут разместиться и на улице. Подобный формат будет интересен не только местным жителям, но и гостям города.

**Основная аудитория:** 18—35 лет

## Сценарий 3. Лекция

Молодёжный центр как прогрессивная площадка будет способствовать тому, что досуг молодёжи и более взрослой аудитории станет разнообразнее. Помимо развлекательной функции, центр может стать площадкой для лекций, семинаров, питчингов, тренингов, пресс-конференций, поэтических вечеров. Для размещения всех желающих может быть использован амфитеатр, обильная мебель отодвигается к стенам и выставляются ряды стульев. Для презентаций и демонстрации видеоматериалов — специальное место для проектора и экрана.

**Основная аудитория:** 18—35 лет

## Сценарий 4. Party

Дополнительный сценарий новой площадки — музыкально-развлекательный. Молодёжный центр «Ангар» станет прекрасным местом для выступления местных музыкальных коллективов, гастролирующих артистов и проведения шумных молодёжных вечеринок. В зависимости от масштаба предстоящего мероприятия можно увеличить свободное пространство. Мобильная мебель отодвигается к стенам, а артист, диджей или группа выступают на сцене. Дополнительно варьируется освещение, которое может быть направлено в центр сцены, а в самом зале — приглушенный свет. Также Молодёжный центр можно использовать как площадку для проведения театрализованных представлений, перформансов, танцевальных выступлений и молодёжных конкурсов самодеятельности.

**Основная аудитория:** 14—18 лет

Примеры визуализаций каждого из сценариев представлены в главе 3.2. Архитектурная концепция объекта.

## Таблица 2. Формирование принципов культурного программирования Молодёжного центра

Составляющие «идеологии места»	Составляющие «миссии места»	Принципы культурного программирования
<b>Всесезонность использования</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Здоровый образ жизни;</li> <li>▪ экологоориентированный образ жизни;</li> <li>▪ устойчивость и адаптивность.</li> </ul>	<p>Использование общего meeting room для презентаций и демонстрации видеоматериалов — лекций, семинаров, питчингов, тренингов по направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ образование в области экопросвещения и защиты окружающей среды;</li> <li>▪ организация волонтерских акций;</li> <li>▪ запуск стартапов по сити-фермерству.</li> </ul>
<b>Социализация и саморазвитие</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Социальная ориентированность;</li> <li>▪ саморазвитие.</li> </ul>	<p>Создание атмосферы проницаемых открытых помещений, мобильной и легко переносимой мебели, ширм-трансформеров, позволяющих быстро сформировать приватное пространство для уединенной работы.</p> <p>Коллаборация через мультифункциональные площадки (фото-, видеостудии, зал с медиа-экраном).</p>
<b>Формирование креативной прослойки</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Креативность.</li> </ul>	<p>Разнообразие публичных форматов досуга: лекции, семинары, питчинги, тренинги, пресс-конференции, поэтические вечера, театрализованные представления, перфомансы, музыкальные концерты, танцевальные выступления и молодёжные конкурсы.</p> <p>Участие внешних экспертов в сфере креативных индустрий для саморазвития и продвижения направлений: рекламы, дизайна, моды, кино, видео и фотографии, музыки, визуальных и перформативных искусств, цифровых медиа, радио и телевидения.</p>
<b>Мультифункциональность общественных пространств</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Цифровизация;</li> <li>▪ медийность.</li> </ul>	<p>Коллаборация через мультифункциональные площадки (фото-, видеостудии, зал с медиа-экраном).</p> <p>Маркетинг и пиар — создание официального сайта Молодёжного центра, публичных аккаунтов, формирование стратегии продвижения на внешнюю аудиторию.</p> <p>Развитие образовательной платформы.</p>

## 2.4.4. Релевантные примеры еженедельных мероприятий и сценариев использования пространства Молодёжного центра

Для наглядного представления о возможных форматах масштабных региональных и международных событий, в том числе форматах медиа-контента, релевантных идеологии и миссии места, ниже представлены некоторые из просветительских и культурно-развлекательных мероприятий.

### Сценарий 1. Чилаут (неформальное пространство)

#### Примеры событий

#### Характерные особенности событий

**Творческие студии для молодёжи 18-35 лет**

- Занятия проходят еженедельно;
- познание себя через гончарное мастерство;
- создание инсталляции из глины, выражающей авторские ощущения и чувства;
- самостоятельный выбор социальной или личной проблематики для подготовки перформанса.

**Лаборатория для взрослых «Танцующая глина/интуитивная керамика», ЗИЛ**



<https://www.goncharnayamasterskaya.com/master-klass-po-goncharnomu-delu/sddpg7xezne/>

**Творческие студии для молодёжи 14–17 лет**

- Проходит в свободное от учебы время;
- работа над мультимедийными, экологическими, архитектурными проектами;
- летняя творческая лаборатория (тематические смены): «Перформанс», «Кино», «Визуальные медиа», «Арт», «Анимация», «Танец»;
- уроки английского языка;
- занятия йогой и TRX (вид спортивного оборудования);
- просмотр и обсуждение кинофильмов.

**Лаборатория полезного действия, ЗИЛ**



<https://zilcc.ru/studio/intellektualnyy-dosug/949.html>

## Сценарий 2. Ярмарка

### Примеры событий

### Характерные особенности событий

#### Дизайн-маркеты:

- DesignLab marke», дизайн-завод «Флакон»;
  - ярмарка Клуба промышленных дизайнеров, Парк Ремесел, ВДНХ;
  - Ламбада-маркет, Трехгорная мануфактура и другие площадки.
- Молодёжная атмосфера и креативный дизайн пространства ярмарки;
  - lab-кухня, гастронавы и фудкорт с уличной едой;
  - ди-джей-сеты и выступления популярных молодёжных групп;
  - эксклюзивные handmade-товары (авторская одежда и обувь, необычные предметы интерьера, ювелирные украшения и т.д.);
  - Фотозоны;
  - возможность познакомиться с творческими людьми, в том числе из других городов;
  - капитализация площадки за счет аренды.



<https://situ.nyc/studio/projects/design-lab>

#### Фестивали российской концептуальной моды и промышленного дизайна:

- фестиваль российского промышленного дизайна, парк Ремесел, ВДНХ;
  - фестиваль концептуальной моды и дизайна Concept Summer Fest, пространство «Депо».
- Эксклюзивные handmade-товары (авторская одежда и обувь, необычные предметы интерьера, ювелирные украшения и т.д.);
  - мастер-классы по изготовлению мебели и предметов интерьера;
  - лектории и круглые столы об актуальных тенденциях в сфере дизайна и современного искусства;
  - инсталляции;
  - бьюти-зоны;
  - ди-джей-сеты и выступления популярных молодёжных групп;
  - капитализация площадки за счет аренды.



<https://remesla.vdnh.ru/events/v-parke-remesel-sostoitsya-festival-rossiyskogo-promyshlennogo-dizayna/>

## Сценарий 3. Лекция

### Примеры событий

### Характерные особенности событий

#### Лекции и творческие встречи:

- Кластер «Октава», Тула.

#### Лекции:

- «Культура как средство работы с городом»;
- «Осознанный подход к дизайн-образованию»;
- «Википедия и культурное наследие».

#### Творческие встречи:

- public-talk с автором книги «Саморазвитие по Толстому» Вив Гроскоп;
- встреча с писательницей Натальей Щербой;
- встреча с режиссером Юрием Быковым.



<https://fr.rbth.com/tourisme/82866-visite-toula-iasnaia-poliana>

#### Тренинги и стратегические сессии:

- Кластер «Октава», Тула.

#### Стратегические сессии:

- стратегическая сессия для реализации сценария «Тула — мастерская России»;
- питчинг-сессия «Повышение качества жизни в Туле».

#### Отбор стартапов и лучших идей:

- фестиваля стартапов и лучших идей Meilleure idée («Лучшая идея»), дизайн-завод «Флакон».

#### Тренинги:

- «Быстрореагирующее производство»,
- «Мастерство публичного выступления».



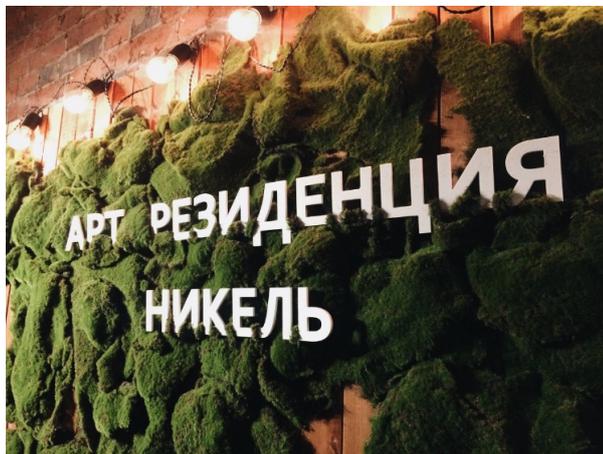
<http://gazeta-venev.ru/news/tula-stanovitsya-tsentrom-prit/>

#### Арт-резиденция «Никель»:

- арт-резиденция за Полярным кругом, в Никеле (Мурманская область).

- Проходит 2 раза в год продолжительностью 14 дней (в зависимости от времени года смены называются «Полярный день» (общая тема — «Городская среда») или «Полярная ночь» (общая тема — «Сценарии городской жизни»);

- результат работы — арт-объект, художественное произведение, выставка, презентация, мастер-класс художника, театральная постановка (например, проект «Маршруты» или «Северное место» вместе с местными жителями, фотоклуб — лекторий и практикум по современной фотографии, включая фотокросс и портфолио-ревью);
- резидентам компенсируется стоимость проживания и питания, транспортные расходы и расходные материалы, необходимые для реализации проекта.



<https://twitter.com/kn51ru/status/989871003537952769>

## Сценарий 4. Party

### Примеры событий

### Характерные особенности событий

#### Концерты в мультимедийном зале:

- «Космический джаз», пространство проекционного музея «Люмьер-Холл», дизайн-завод «Флакон».

- Джазовый концерт (живая музыка);
- мультимедийные экраны для эффекта полного присутствия в бескрайнем космосе;
- удобная мобильная мебель (пуфы, стулья, диваны);
- авторский бар;
- посуточная сдача пространства лофта в аренду, включая монтаж/демонтаж и услуги техника.



<https://www.lumierehall.ru/fullscreen-page/comp-j3ojufts/55fb9d55-2fbb-400a-bbaf-7e25086f482e/2/%3Fi%3D2%26p%3Dc1p5v%26s%3Dstyle-j3ok24va>

#### Музыкальные фестивали:

- «Ночь музыки», дизайн-завод «Флакон»;

- Мультиформатная программа;
- разнообразие музыкальных жанров;
- фолк-марафон;
- концерт, совмещенный с мастер-классом по музыкальной культуре.

- музыкальный квартирник, студия-редакция журнала Seasons of Life, дизайн-завод «Флакон».



<https://www.m24.ru/galleries/Flakon/11102015/4264>

### Опенэйр-фестиваль уличной культуры:

- интерактивная выставка Faces & Laces, Парк Горького, завод «Плутон» и другие площадки города.

- Интерактивная выставка с DIY-брендами;
- кооперация субкультурных локальных сообществ;
- ежегодно обновляемый Манифест и состав участников;
- кастомизация вещей — от часов до скейтборда;
- использование VR-технологии в экспозиционном контенте;
- школа-диджеинга в партнерстве с компаниями-производителями оборудования;
- миникинотеатр с документальным кино про артистов, художников, оказавших влияние на музыкальную индустрию;
- визуальная айдентика и выпуск собственного мерча;
- паблик-токи с представителями медиа, художниками и дизайнерами о современной моде.



<https://stoneforest.ru/event/fests/faceslaces-2017/attachment/processed-with-vsco-with-a6-preset-15/>

## 2.5. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА

В проекте не предусмотрено кардинального изменения объемно-пространственного решения и архитектурного облика объекта редевелопмента.

Вместе с тем выбранный подход к проектированию включает трансформацию пространства посредством дизайна, изменения внутреннего планировочного решения и повышения эстетических качеств средового восприятия (художественной реорганизации окружающего «Ангар» пространства).

Работы по экстерьеру связаны, в первую очередь, с улучшением теплоизоляционных качеств ограждающих конструкций и повышением эстетической привлекательности объекта. Для решения данных задач применяется технология «двойного фасада»: сэндвич-панели как основная теплоизоляция и фоновый фасад с просечной металлической сеткой как внешняя декоративная оболочка. Подобная технология надежна в условиях экстремальных природно-климатических условий, а также эффективна с эстетической точки зрения, так как позволяет визуально объединить весь объем здания в единое скульптурное целое.



В уровне кровли сетка выполняет функцию снегоудержания. В концепции применены сэндвич-панели Rukki с эффективным утеплителем 200 мм. Аналогичные (только кровельные) панели укладываются на кровлю.

Основные входы в здание сохраняются, изменяется только их назначение. Главные входные зоны для посетителей переносятся в зону въездных ворот. Полотна ворот демонтируются. Заложённые ворота восстанавливаются. В качестве заполнения проемов вставляются светопрозрачные конструкции (тёплые витражи).

В зоне внешнего фасада (металлической сетки) дополнительно устанавливаются тёплые ставни (раздвижные ворота «гармошки»), закрывающиеся зимой в полярную ночь или во время шторма. В тёплую солнечную погоду и во время фестивалей витражи и ставни раскрываются, создавая единое фестивальное пространство, объединяющее интерьер и экстерьер.

Практически весь фасад объекта выполнен в светлом белом цвете с яркими цветовыми акцентами. Самым большим цветовым акцентом является зона входа, а точнее вся система ворот. Когда ставни закрыты, формируется большое яркое пятно сигнального цвета, своеобразный маяк, служащий хорошим ориентиром в непогоду. Вспомогательные фасады более спокойные и возникают в визуальном пространстве территории лишь во время включения фасадного освещения. На западном фасаде организована зона «вандализма» — стена самовыражения под стрит-арт.



Проектом предусмотрено два типа фасадного освещения:

- программируемая диодная лента — создает общую подсветку фасада с регулируемым цветом и интенсивностью свечения;
- ландшафтные светильники на высокой опоре — дают акцентный свет на входные группы и уличные объекты.

Атмосфера индустриального прошлого здания «ангарного типа» поддерживается применением металлических конструктивных элементов (стоек, ограждений, каркасов), а интеграция новых объектов достигается контрастным сочетанием «холодного» фасада и «теплого, уютного» внутреннего наполнения — природных текстур дерева, мягких поверхностей из ярких текстильных мебельных материалов.

В проекте минимизировано количество изолированных помещений, не считая существующего административного блока. Все локальные, изолированные кабинеты и пространства ограждены светопрозрачными стенами и перегородками.

Мебель спроектирована мобильной и легко переносимой. Большинство объектов оснащено подвижными элементами, позволяющими без труда менять ее положение и назначение. Книжные шкафы при перемещении формируют границы активностей посетителей. Ширмы-трансформеры, передвижные рабочие боксы позволяют сформировать приватное пространство для уединенной работы.



## 2.6. МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ

Исходя из ключевой идеи создания Молодёжного центра и его миссии, заключающихся в создании уникальных условий для свободного развития молодёжи, модель управления Молодёжным центром должна удовлетворять следующим требованиям:

- гибкость и адаптивность к меняющимся глобальным технологиям и тенденциям;
- социальная ориентированность механизма управления, в частности, за счет работающего «контура обратной связи»;
- наличие механизма, обеспечивающего постоянство ключевой идеи проекта – создание условий для развития молодёжи;
- отсутствие разрыва между обеспечивающими и основными бизнес-процессами Молодёжного центра по скорости и эффективности.

Указанным требованиям удовлетворяет ряд моделей управления, ключевые характеристики которых представлены в таблице 3:

- Модель № 1 Централизованная;
- Модель № 2 Централизованная с краудсорсингом творческого руководства;
- Модель № 3 Децентрализованная;
- Модель № 4 Децентрализованная с краудсорсингом творческого руководства.

**Таблица 3. Релевантные модели управления Молодёжного центра**

Функции	Модель №1	Модель №2	Модель №3	Модель №4
Владение и распоряжение имуществом комплексом				
Стратегическое управление				
Творческое руководство				
Оперативное управление				
Контроль				

Субъект управления	Условное обозначение
<b>Городской округ Анадырь или Чукотский АО в лице органа исполнительной власти или иного публично-правового образования</b>	
<b>Оператор</b>	
<b>Наблюдательный совет</b>	

**Оператор** — организация (акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью или некоммерческая организация (в частности, автономная), находящаяся в частной или государственной собственности), выполняющая в проекте функции по эксплуатации и оперативному управлению Молодёжным центром.

**Наблюдательный совет** — коллегиальный уровень управления, формируемый по принципам представительности и экспертности и включающий в себя представителей различных молодёжных сообществ и экспертов, в том числе внешних, в области образования, современных технологий и креативных индустрий.

**Для каждой из рекомендуемых моделей характерны следующие общие особенности:**

Имущественным комплексом Молодёжного центра владеет и распоряжается городской округ Анадырь или Чукотский АО в лице органа исполнительной власти или иного публично-правового образования.

Оперативное управление Молодёжным центром осуществляет организация-оператор Молодёжного центра.

Под оперативным управлением подразумевается выполнение следующих функций:

- организация различных мероприятий и оказание услуг посетителям Молодёжного центра;
- эксплуатация и организация технического обеспечения имущественного комплекса Молодёжного центра;
- управление персоналом;
- взаимодействие с контрагентами;
- продвижение услуг, мероприятий и реализация информационной политики.

Контроль за операционной и финансовой деятельностью Молодёжного центра осуществляется городским округом Анадырь или Чукотским АО в лице органа исполнительной власти или иного публично-правового образования. Контроль за достижением основных показателей операционной деятельности Молодёжного центра осуществляется с привлечением Наблюдательного совета.

**Для рассмотренных моделей характерны следующие различия:**

Централизованные модели (№1 и №2) отличаются от децентрализованных (№3 и №4) тем, что в централизованных моделях функцию по стратегическому управлению осуществляет городской округ Анадырь или Чукотский АО в лице органа исполнительной власти или иного публично-правового образования, а в децентрализованных — оператор.

Под стратегическим управлением понимается осуществление следующих функций:

- определение основных направлений деятельности Молодёжного центра;
- инициирование и организация капитального ремонта / мероприятий по реконструкции;
- предоставление права на осуществление предпринимательской деятельности на территории Молодёжного центра;
- утверждение бюджета.

Модели с краудсорсингом творческого руководства (№2 и №4) отличаются от моделей, не предусматривающих такую опцию (№1 и №3), тем, что к творческому руководству деятельностью Молодёжного центра, осуществляемому Оператором, может привлекаться Наблюдательный совет.

Под творческим руководством понимается выполнение следующих функций:

- формирование событийной программы Молодёжного центра;
- разработка маркетинговой и информационной политики;
- инициирование творческих проектов.

<b>Характеристики, положительные/отрицательные</b>	<b>Модель №1</b>	<b>Модель №2</b>	<b>Модель №3</b>	<b>Модель №4</b>
<b>Положительные стороны</b>	Возможность быстрой мобилизации ресурсов для осуществления мероприятий по развитию Молодёжного центра.	Высокая вовлеченность местных сообществ в деятельность Молодёжного центра.	Оперативность при принятии стратегических решений.	Высокая вовлеченность местных сообществ в деятельность Молодёжного центра.  Оперативность при принятии стратегических решений.
<b>Отрицательные стороны и риски</b>	Риск возникновения дефицита креативных идей.	Риск неконтролируемого увеличения сроков согласования творческих проектов и событийной программы.	Риск возникновения дефицита креативных идей.  Риск утраты соответствия первоначальной идее и миссии.	Риск неконтролируемого увеличения сроков согласования творческих проектов и событийной программы.  Риск утраты соответствия первоначальной идее и миссии.

Несмотря на релевантность каждой из четырех представленных моделей управления, знаковому и уникальному характеру проекта по созданию Молодёжного центра в наибольшей степени соответствует 4-я модель «Децентрализованная с краудсорсингом творческого руководства», сопряженная с наиболее высоким уровнем информационной открытости и публичности.

## 2.7. ПРИНЦИПЫ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И УСТОЙЧИВОСТИ

Анализ наиболее актуальной практики развития креативных кластеров, расположенных в региональных центрах Сибирского и Дальневосточного федеральных округов<sup>7</sup>, показал, что те из них, основная функция которых является просветительской и образовательной, не позволяют достичь инвестиционной окупаемости в среднесрочном периоде и в случае эффективного управления могут показать только операционную окупаемость.

Принимая во внимание меньший размер целевой аудитории Молодёжного центра и более высокий уровень операционных издержек, с которыми будет сопряжено его текущее функционирование, по сравнению с аналогичными показателями для рассмотренных креативных кластеров в региональных центрах Сибирского и Дальневосточного федеральных округов, достижение инвестиционной окупаемости в краткосрочном и среднесрочном периоде не может быть рекомендовано в качестве целей и (или) ключевых показателей эффективности (далее - КПЭ) Молодёжного центра.

Достижение операционной окупаемости, напротив, может быть установлено в качестве основного ориентира или одного из ключевых показателей эффективности.

Таким образом, деятельность Молодёжного центра должна осуществляться в соответствии со следующими принципами финансово-экономического развития и устойчивости:

- приоритетность расходования средств на выполнение некоммерческих социальных функций, связанных с основной идеей и миссией Молодёжного центра — созданием условий для развития молодёжи;
- оптимизация операционных расходов Молодёжного центра (внедрение энергоэффективных и LEAN-технологий<sup>8</sup>);
- реализация коммерческих функций, соответствующих основной идее и миссии Молодёжного центра и не связанных с альтернативными издержками в виде недооказанных некоммерческих социальных услуг.

<sup>7</sup> Краткая характеристика рассмотренных кластеров представлена в Приложении

<sup>8</sup> LEAN (от англ. Lean production — стройное, бережливое производство) — концепция управления, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь

К таким видам услуг относятся:

- брендинг Молодёжного центра и реализация прав на использование бренда;
- оказание услуг в сфере общественного питания;
- производство и реализация сувенирной продукции;
- сдача в аренду профессионального оборудования для креативных и инновационных отраслей;
- оказание услуг Центра коллективного пользования для креативных и инновационных отраслей;
- оказание услуг по звукозаписи, sound-production и иных услуг в сфере медиа-индустрий;
- оказание информационно-консультационных услуг в сфере сити-фермерства и реализация оборудования для сити-фермерства;
- организация деятельности в сфере экологического, профессионального и дополнительного образования;
- просветительская деятельность (в том числе, в сфере экологии);
- создание и коммерциализация интернет-блога или инстаграм-страницы Молодёжного центра при условии достижения значительного числа интернет-подписчиков.

Внедрение механизмов коммерциализации для мероприятий, проводимых в Молодёжном центре, соответствует следующим форматам, обеспечивающим положительные внешние экономические эффекты от реализации:

- организация ярмарок;
- брендинг мероприятий и реализация прав на использование бренда;
- оказание рекламных и PR-услуг в рамках событийных мероприятий.

## 2.8. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖНОГО ЦЕНТРА НА ПЕРИОД 2020–2030 ГОДЫ

Исходя из идеологии и миссии Молодёжного центра, заключающихся в создании «суперкоммуникативного форума» и интеграции молодёжи г. Анадыря в процессы, протекающие за пределами географического пространства города, стратегия развития «Ангара» должна обеспечивать поэтапное достижение следующих целей.

**1-й Этап. 2022-2023:** приобретение и закрепление статуса активной площадки для нетворкинга в городе Анадыре.

**2-й Этап. 2024-2025:** приобретение и закрепление статуса культурно-образовательной и коммуникационной площадки в региональном масштабе (Чукотский автономный округ, Магаданская область, Камчатский край, Сахалинская область).

**3-й Этап. 2025-2030:** сохранение в долгосрочном периоде статуса культурно-образовательной площадки в региональном масштабе и расширение статуса коммуникационной площадки до международного (циркумполярного) уровня.

Для оценки степени достижения основной и промежуточных целей рекомендовано использовать ключевые показатели эффективности (КПЭ), представленные в таблице ниже.

Характеристика	Этапы функционирования		
	1-й Этап. 2022-2023	2-й Этап. 2024-2025	3-й Этап 2025-2030
<b>Цель — достигаемое позиционирование</b>	Активная площадка для нетворкинга в городе Анадыре	Региональная площадка для активной молодёжи Чукотского автономного округа	Международный центр циркумполярных коммуникаций
<b>Ключевые показатели эффективности (в расчете на 1 год)</b>			
<b>Количество оказанных услуг</b>	600	1 800	2 800
<b>Количество реализованных мероприятий</b>	12	14	16
<b>Количество реализованных локальных мероприятий</b>	12	12	12
<b>Количество межрегиональных мероприятий</b>	-	2	2
<b>Количество международных мероприятий</b>	-	-	2

Для достижения рекомендуемого позиционирования и ключевых показателей эффективности (КПЭ) на различных этапах функционирования Молодёжного центра необходимо выполнение мероприятий, разработанных в соответствии с принципами стратегического развития Молодёжного центра. В качестве принципов стратегического развития могут быть приняты основные понятия Манифеста места, а именно:

- саморазвитие;
- социальная ориентированность;
- креативность;
- здоровый образ жизни;
- экологоориентированный образ жизни;
- цифровизация;
- медийность;
- устойчивость и адаптивность.

Рекомендуемые мероприятия, каждое из которых соответствует одному или нескольким принципам стратегического развития (понятиям Манифеста), распределенные по этапам развития Молодёжного центра, представлены в таблице ниже.

№	Мероприятие	Контрольное событие	Этап	Составляющие Манифеста
1.1	Формирование стратегии продвижения на внешнюю аудиторию с обязательным присутствием механизма вовлечения молодёжи в творческую деятельность.	Стратегия разработана и утверждена Наблюдательным советом Молодёжного центра.	1 Этап	креативность
1.2	Создание официального сайта Молодёжного центра, публичных аккаунтов.	Созданы и функционируют официальный сайт и публичные аккаунты. На официальном сайте и аккаунте наблюдается стабильный естественный рост подписчиков.	1 Этап	медийность цифровизация
1.3	Привлечение коммерческих резидентов.	Достигнуты предварительные договоренности о заполняемости пространств Молодёжного центра, предназначенных для коммерческого использования, на 100%.	1 Этап	устойчивость и адаптивность
1.4	Организация размещения коммерческих резидентов.	Достигнута заполняемость пространств Молодёжного центра, предназначенных для коммерческого использования, на 100%.	1 Этап	устойчивость и адаптивность
1.5	Проведение мероприятий по продвижению Молодёжного центра среди местных сообществ.	Не менее 6 городских сообществ проводят не менее 1 встречи в неделю в пространствах Молодёжного центра.	1 Этап	медийность
1.6	Проведение первого брендового фестиваля	Проведен брендовый фестиваль (аудитория — не менее чем 100 участников). Получено не менее чем три позитивные публикации о фестивале регионального и федерального уровня.	1 Этап	креативность

№	Мероприятие	Контрольное событие	Этап	Составляющие Манифеста
1.7	Разработка и согласование с общественностью правил работы Молодёжного центра с местными сообществами.	Пространства Молодёжного центра задействуются для проведения не менее чем 80 % мероприятий не менее чем для трех городских сообществ.	1 Этап	устойчивость и адаптивность
1.8	Резервирование в графике работы пространств Молодёжного центра фиксированного времени для проведения мероприятий в сфере здорового образа жизни.	Мероприятия в сфере здорового образа жизни осуществляются на территории Молодёжного центра не реже чем 1 раз в месяц.	1 Этап	здоровый образ жизни
1.9	Проведение профильных образовательных мероприятий, направленных на повышение устойчивости не менее трех городских сообществ.	Достигнута устойчивость <sup>9</sup> функционирования не менее трех городских сообществ.	1 Этап	устойчивость и адаптивность саморазвитие
1.10	Привлечение резидента для популяризации и обеспечения инфраструктуры отдельного сбора твердых бытовых отходов.	Создана инфраструктура для раздельного сбора отдельных категорий твердых бытовых отходов на базе Молодёжного центра.	1 Этап	экологоориентированный образ жизни
2.1	Продвижение официального сайта и публичных аккаунтов на региональном уровне.	Число подписчиков официального сайта и публичных аккаунтов из других городов и субъектов Российской Федерации составляет не менее 10 % от общего числа подписчиков.	2 Этап	медийность креативность
2.2	Инициирование и (или) участие в проектах регионального масштаба.	Инициировано и (или) принято участие не менее чем в одном проекте регионального уровня.	2 Этап	▪ медийность.
2.3	Организация и проведение мероприятий в кросс-клубном формате (с участием представителей различных сообществ).	Проведено за 1 год не менее 1 кросс-клубного мероприятия.	2 Этап	▪ креативность.
2.4	Создание и развитие инновационной образовательной платформы.	Создана и функционирует инновационная образовательная платформа.	2 Этап	▪ креативность ▪ саморазвитие
2.5	Вовлечение на образовательную платформу городских сообществ.	Не менее половины городских сообществ присутствуют на образовательной платформе.	2 Этап	▪ саморазвитие ▪ устойчивость и адаптивность

<sup>9</sup> Под устойчивым функционированием городского сообщества понимается такое функционирование, при котором участники сообщества готовы и способны привлекать в него новых участников, транслировать другим ценности сообщества и передавать знания

№	Мероприятие	Контрольное событие	Этап	Составляющие Манифеста
				<ul style="list-style-type: none"> <li>цифровизация</li> </ul>
2.6	Вовлечение на инновационную образовательную платформу резидентов регионального уровня.	На инновационной образовательной платформе присутствуют не менее одного постоянного резидента регионального уровня.	2 Этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>Креативность медийность устойчивость и адаптивность</li> </ul>
2.7	Привлечение на образовательную платформу контента, популяризирующего здоровый образ жизни.	На инновационной образовательной платформе присутствует контент, на который подписано не менее 30% участников инновационной образовательной платформы.	2 Этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>здоровый образ жизни</li> <li>цифровизация</li> </ul>
2.8	Организация и проведение мероприятий межрегионального уровня.	Проведено за 1 год не менее 2 мероприятий межрегионального уровня.	2 Этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>Креативность медийность устойчивость и адаптивность</li> </ul>
2.9	Разработка уникального формата для мероприятия в сфере «edutainment».	Разработан уникальный подпадающий формализации формат мероприятия в сфере «edutainment», в соответствии с которым успешно реализовано не менее 3 мероприятий.	2 Этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>Креативность медийность устойчивость и адаптивность</li> </ul>
3.1	Продвижение официального сайта и публичных аккаунтов на международном циркумполярном уровне.	Число иностранных подписчиков официального сайта и публичных аккаунтов составляет не менее 10% от общего числа подписчиков.	3 Этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>медийность</li> </ul>
3.2	Инициирование или участие как минимум в одном проекте международного уровня.	Инициировано и (или) принято участие не менее чем в одном проекте международного уровня.	3 Этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>Креативность медийность устойчивость и адаптивность</li> </ul>
3.3	Продвижение разработанного уникального формата мероприятия в сфере «edutainment» на международном уровне.	Заинтересованность во внедрении разработанного уникального формата мероприятия в сфере «edutainment» выражена не менее чем одной иностранной организацией.	3 Этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>Креативность медийность устойчивость и адаптивность</li> </ul>
3.4	Проведение 2 мероприятий межрегионального уровня.	Проведено за 1 год не менее 2 мероприятий межрегионального уровня.	3 Этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>Креативность медийность устойчивость и адаптивность</li> </ul>
3.5	Проведение 2 мероприятий международного уровня.	Проведено за 1 год не менее 2 мероприятий международного уровня.	3 Этап	<ul style="list-style-type: none"> <li>Креативность медийность устойчивость и адаптивность</li> </ul>

### Этапность реализации проекта



# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выявление предпосылок создания Молодёжного центра на территории городского округа Анадырь позволило конкретизировать проблемы состояния городской среды, выявить особенности развития общественных пространств в дискомфортных природно-климатических условиях и особенности визуального восприятия ключевых пространств для позиционирования нового городского объекта.

По итогам анализа градостроительного контекста сделан вывод о целесообразности интенсификации использования рассматриваемой производственной территории с приспособлением для новой функции существующего объекта по адресу: ЧАО, г. Анадырь, ул. Отке, 55 (гараж).

На функциональное наполнение объекта повлиял ряд внешних и внутренних факторов среды, а именно:

- монофункциональность и квазигородская среда;
- низкая социальная мобильность;
- демографические особенности и характер повседневной жизнедеятельности, в частности, ограниченная функциональность открытых общественных пространств ввиду короткого периода климатического комфорта;
- уникальные особенности города, такие как: экстремальные и дискомфортные условия жизнедеятельности, удаленность города от крупных агломерационных центров.

Результаты социологического исследования выявили дефициты в направлениях культурно-досуговой деятельности и форматах мероприятий для молодёжной аудитории. В частности, большинство респондентов проводят время дома в связи с отсутствием инфраструктуры для совместных неформальных встреч. Существующие городские активности — турниры по киберфутболу, интеллектуальные викторины, Клуб настольных игр — также задействуют существующие площадки холла Дома народного творчества, компьютерного класса колледжа и ресторана в ТЦ «Новомариинский».

Отсутствие инфраструктуры и досуговых мероприятий для молодёжи 14—35 лет, исчерпание потенциала традиционных форм работы с молодёжью, информационная разобщённость только подкрепляют ощущение пространственной изолированности населения Анадыря.

Аналогично, несмотря на смешанный сезонный график событийных мероприятий, события проходят не регулярно и не составляют единого насыщенного городского календаря, учитывающего потребности разных целевых аудиторий. Поэтому рамочный календарь брендовых и повседневных событий предполагает круглогодичное ис-

пользование, учет запросов разных возрастных групп, с событийным наполнением несколько раз в неделю, наиболее часто — в зимнее время.

Популярные среди молодёжи запросы делятся на два формата мероприятий:

- отдых и развлечения (иммерсивные шоу, квесты, стендап-шоу, фестивали, дизайн-маркеты);
- осмысленный досуг (творческие студии, лекции, мастер-классы, дискуссии, тематические обсуждения).

Указанные запросы составляют основу сетки календаря событий и влияют на архитектурное решение пространства. Неординарность решения по редевелопменту территории с созданием объекта для саморазвития и организации досуга креативной молодёжи заключается в сохранении индустриальной эстетики здания и его трансформации посредством дизайна. Новый архитектурный облик основан на сочетании «холодного» фасада и «теплого, уютного» внутреннего наполнения — природных текстур дерева, мягких поверхностей из ярких текстильных мебельных материалов.

Главная идея подобного инновационного общественного пространства соответствует мировым трендам создания молодёжных центров. «Ангар» предполагает развитие в качестве городского инновационного «суперкоммуникативного форума», предлагающего соучаствовать в разработке социокультурных программ площадки, всего Анадыря и других поселений ЧАО.

Основу Манифеста составляют следующие ключевые понятия:

- саморазвитие — «Ангар» как «генератор смыслов», обеспечивающий локальные сообщества разнообразием культурно-образовательного досуга;
- креативность — неформальный характер пространства, создаваемый как единый коммуникативный хаб;
- экологоориентированный образ жизни — Молодёжный центр как площадка для популяризации экологоориентированного образа жизни через обучающие и волонтерские программы, экофестивали, получение практических навыков;
- цифровизация и медийность — создание мультикоммуникативной площадки в open-space-пространстве Молодёжного центра, позиционирование через охват внешней аудитории, трансляция визуального образа и интерактивных историй про Чукотку и ее жителей;
- устойчивость и адаптивность — наличие долгосрочных позитивных изменений, в том числе в жизни участников и пользователей проекта, запуск и развитие межрегиональных, междисциплинарных партнерских сетей.

Сформулированные понятия идеологии, миссии и манифеста места объединяют 4 варианта моделей управления объектом. Рекомендуемый вариант заключается в особенностях распоряжения имущественным комплексом, функциях оперативного управления, организации творческого руководства и контроля за операционной и финансовой деятельностью Молодёжного центра.

Для достижения операционной окупаемости предложен перечень мероприятий и целевые показатели в масштабе от приобретения статуса активной площадки с постепенной тематической специализацией — до позиционирования в региональном масштабе (Чукот-

ский автономный округ, Магаданская область, Камчатский край, Сахалинская область) и расширения статуса коммуникационной площадки до международного (циркумполярного) уровня.

# Приложение 1

# ПРИМЕРЫ КАЛЕНДАРЯ СОБЫТИЙ ДЛЯ МОЛОДЁЖНОГО ЦЕНТРА

## Рамочный календарный план для брендовых мероприятий Молодёжного центра «Ангар»

	Международные	Межрегиональные	Дальневосточный федеральный округ (ДФО)	ЧАО и Анадырь
Январь				Ежегодная ретроспектива лучших культурных «происшествий» прошлого года
Февраль				«Бессмертная классика» — ежегодные выставки и лекции, посвященные определенному периоду или направлению в искусстве (каждый год — разные)
Март				Завтрак с губернатором в формате деловой игры «Начальник Чукотки» (с презентацией молодёжных инициатив)
Апрель		Ярмарка искусств (взаимодействие с пространствами на «материке» через сеть интернет)		
Май	Международный арктический кинофестиваль «Золотой ворон» + Молодёжный арктический фестиваль «Беринг-Fest»			Ежегодная «Ярмарка» образовательных программ

	Международные	Межрегиональные	Дальневосточный федеральный округ (ДФО)	ЧАО и Анадырь
<b>Июнь</b>		Трэш-арт-фестиваль From Waste to Art + Фестиваль местных музыкальных групп «Сближение»		
<b>Июль</b>				День молодёжи
<b>Август</b>				Ежегодный конкурс стрит-арта
<b>Сентябрь</b>			Ежегодный эко-фестиваль и ярмарка книжной культуры	Ежегодный «День открытых дверей» онлайн-программ образования
<b>Октябрь</b>	Театральный фестиваль «Я безумен только с северо-северо-востока»			Ежегодный месяц философии (каждый год посвящен разным периодам, школам, авторам), аналогично по другим направлениям
<b>Ноябрь</b>			Ежегодные соревнования по киберспортивным дисциплинам	
<b>Декабрь</b>				Ежегодный фестиваль видеоарта / промышленного дизайна

#### Целевые аудитории

	14-17 лет
	14-17, 18-24 лет
	18-24, 25-35 лет
	Все аудитории

#### Сезоны

	Лето
	Межсезонье
	Зима

## Рамочный календарный план для еженедельных мероприятий Молодёжного центра «Ангар»

### Рамочный график повседневных мероприятий (зима)

<b>Понедельник</b>	Творческие студии для молодёжи. Детская школа кинематографии (во время зимних каникул)		Курс лекций «Маркетинг на рынке искусства»	
<b>Вторник</b>	Творческие студии для молодёжи. Детская школа кинематографии (во время зимних каникул)	Киноклуб «Умение смотреть», просмотр фильма «Любовное настроение»	Онлайн-занятия во взаимодействии с Британской высшей школой дизайна	
<b>Среда</b>	Творческие студии для молодёжи. Детская школа кинематографии (во время зимних каникул)		Курс лекций «Маркетинг в fashion-рынке»	
<b>Четверг</b>	Творческие студии для молодёжи. Детская школа кинематографии (во время зимних каникул)		Онлайн-занятия во взаимодействии с Британской высшей школой дизайна	
<b>Пятница</b>	Творческие студии для молодёжи. Детская школа кинематографии (во время зимних каникул)	Мультимедийный концерт. Тема: Музейные коллекции. Малые Голландцы в Rijksmuseum	Онлайн-занятия во взаимодействии с Британской высшей школой дизайна	
<b>Суббота</b>	Творческие студии для молодёжи. Детская школа кинематографии (во время зимних каникул)	Онлайн-показ оперы Джузеппе Верди «Аида» из Венской государственной оперы		Подготовительные курсы для поступления в зарубежные вузы
<b>Воскресенье</b>		Музыкальный квартирник (местные группы)		Подготовительные курсы для поступления в зарубежные вузы

## Рамочный график повседневных мероприятий (межсезонье)

<b>Понедельник</b>		Онлайн-занятия во взаимодействии с Британской высшей школой дизайна		
<b>Вторник</b>	Занятия по созданию скульптуры в тематике трэш-арт		Киноклуб «Умение смотреть», просмотр фильма «Осень»	
<b>Среда</b>		Онлайн-занятия во взаимодействии с Британской высшей школой дизайна		
<b>Четверг</b>		Книжный клуб «Мастер слова», обсуждение книги «Понимание медиа»	Курс лекций «Коллекция музеев мира». Тема: Момент и восприятие. Коллекция французских художников-импрессионистов в музее Д'Орсэ	
<b>Пятница</b>	Занятия по созданию скульптуры в тематике трэш-арт	Онлайн-занятия во взаимодействии с Британской высшей школой дизайна		
<b>Суббота</b>		Удаленное взаимодействие с различными курсами с «материка» (возможность продолжения образования после прохождения курсов в отпуске)		Подготовительные курсы для поступления в зарубежные вузы
<b>Воскресенье</b>		Курсы образования на английском языке (подготовка жителей к прослушиванию лекций и занятий на иностранном языке, обучение специфической лексике)	Онлайн-показ балета Игоря Стравинского «Весна Священная» из Мариинского театра	Подготовительные курсы для поступления в зарубежные вузы

## Рамочный график повседневных мероприятий (лето)

### Понедельник

#### Вторник

Летняя школа  
уличной скульп-  
туры

Киноклуб «Умение смотреть», про-  
смотр фильма «Лето»

### Среда

### Четверг

#### Пятница

Летняя школа  
уличной скульп-  
туры

Курс лекций «Коллекции музеев  
мира». Тема: Авангард в Русском  
музее

### Суббота

#### Воскресенье

Показ спектакля Анатолия Василь-  
ева «Взрослая дочь молодого чело-  
века»

### Целевые аудитории

	14-17 лет
	14-17, 18-24 лет
	18-24, 25-35 лет
	Все аудитории

## Приложение 2

## АНАЛИЗ ПРАКТИКИ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ КЛАСТЕРОВ

Наименование	Город	Специализация	Площадь, м <sup>2</sup>	Коммерческие функции			
				Универсальные функции			
				аренда галереи	аренда лектория	центр коллективного пользования	аренда помещений для образовательных мероприятий
Культурное пространство «Каменка»	Красноярск	поддержка предпринимателей в сфере творческих индустрий		+		+	
Центр современной культуры «Хлебозавод»	Владивосток	просветительский и образовательный центр в сфере современного искусства	400	+	+		+
Кластер «Октава»	Тула		1800	+	+	+	+
Арт-завод «Доренберг»	Иркутск		>10000	+	+		
Центр дизайна «Фабрика»	Тюмень						
«Моя территория»	Тюмень	коворкинг			+		
Центр современного искусства «Завод»	Владивосток	просветительский центр в сфере современного искусства		+	+		

Наименование	Город	Специализация	Площадь, м <sup>2</sup>	Коммерческие функции				
				Специализированные функции				
				арт-резиденция	аренда оборудования	аренда рабочего места	аренда помещения	магазин, show-room
Культурное пространство «Каменка»	Красноярск	поддержка предпринимателей в сфере творческих индустрий		+				+
Центр современной культуры «Хлебозавод»	Владивосток	просветительский и образовательный центр в сфере современного искусства	400					+
Кластер «Октава»	Тула		1800	+	+	+		
Арт-завод «Доренберг»	Иркутск		>10000			+	+	
Центр дизайна «Фабрика»	Тюмень						+	+
«Моя территория»	Тюмень	коворкинг		+	+			
Центр современного искусства «Завод»	Владивосток	просветительский центр в сфере современного искусства		+				

Наименование	Город	Специализация	Площадь, м <sup>2</sup>	Коммерческие функции	
				Сопутствующие функции	
				кафе, бар, кофе-пойнт	кинозал
Культурное пространство «Каменка»	Красноярск	поддержка предпринимателей в сфере творческих индустрий			
Центр современной культуры «Хлебозавод»	Владивосток	просветительский и образовательный центр в сфере современного искусства	400		
Кластер «Октава»	Тула		1800	+	
Арт-завод «Доренберг»	Иркутск		>10000	+	+
Центр дизайна «Фабрика»	Тюмень			+	
«Моя территория»	Тюмень	коворкинг		+	
Центр современного искусства «Завод»	Владивосток	просветительский центр в сфере современного искусства			

Наименование	Город	Специализация	Площадь, м <sup>2</sup>	Некоммерческие функции		
				библиотека	музей	собственное издание
Культурное пространство «Каменка»	Красноярск	поддержка предпринимателей в сфере творческих индустрий		+		
Центр современной культуры «Хлебозавод»	Владивосток	просветительский и образовательный центр в сфере современного искусства	400		+	
Кластер «Октава»	Тула		1800	+	+	+
Арт-завод «Доренберг»	Иркутск		>10000			

Наименование	Город	Специализация	Площадь, м <sup>2</sup>	Некоммерческие функции		
				библио-тека	музей	собствен-ное изда-ние
Центр дизайна «Фабрика»	Тюмень			+		
Моя территория	Тюмень	коворкинг				
Центр современного искусства «Завод»	Владивосток	просветительский центр в сфере современного искусства			+	

Наименование	Город	Специализация	Площадь, м <sup>2</sup>	Ключевой инвестор	Основ-ные ис-точники дохода	Годо-вая вы-ручка (оце-ночно), млн руб.	Годо-вая при-быль (оце-ночно), млн руб.
Культурное пространство «Каменка»	Красноярск	поддержка предпринимателей в сфере творческих индустрий		Агентство молодёжной политики	госсубсидии гранты доходы от аренды и розничной торговли	-	-
Центр современной культуры «Хлебозавод»	Владивосток	просветительский и образовательный центр в сфере современного искусства	400	компания «Владхлеб»	доходы от мероприятий	-	-
Кластер «Октава»	Тула		1800	Госкорпорация «Ростех»	доходы от аренды, от проката оборудования	167	0,18
Арт-завод «Доренберг»	Иркутск		>10000	частный инвестор	доходы от аренды	-	-
Центр дизайна «Фабрика»	Тюмень			частный инвестор	доходы от аренды	-	-

Наименование	Город	Специализация	Площадь, м <sup>2</sup>	Ключевой инвестор	Основные источники дохода	Годовая выручка (оценочно), млн руб.	Годовая прибыль (оценочно), млн руб.
<b>«Моя территория»</b>	Тюмень	коворкинг		частный инвестор	доходы от аренды	22	1
<b>Центр современного искусства «Завод»</b>	Владивосток	просветительский центр в сфере современного искусства		BELUGA GROUP	вклады учредителя	-	-

#### Условные обозначения

Кластеры, информация о финансовых результатах которых отсутствует, но при этом достижение ими операционной окупаемости представляется маловероятным

Кластеры, информация о финансовых результатах которых отсутствует, но при этом есть высокая вероятность достижения ими на текущий момент операционной окупаемости и в среднесрочном периоде — инвестиционной окупаемости

Кластеры, показывающие операционную окупаемость

Исследование подготовлено  
Агентством стратегического развития «ЦЕНТР»  
в 2019 году

Агентство стратегического развития «ЦЕНТР»  
ул. Большая Молчановка  
дом 21, офис 13  
Москва, Россия, 121069

+7 (495) 697 72 24  
+7 (495) 695 33 58  
[info@centeragency.org](mailto:info@centeragency.org)  
[centeragency.org](http://centeragency.org)