

СИНАРА-ЦЕНТР: СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ БИЗНЕС КАК СУБЪЕКТ РЕВИТАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ЗА СЧЕТ СОЗДАНИЯ КРЕАТИВНОГО АРТ-ЦЕНТРА



АННОТАЦИЯ

Трендом времени становится реновация исторических объектов и внесение в «старые стены» нового духа и нового функционала. Одной из форм «перекомпоновки» покинутых объектов становится создание в них креативных пространств или арт-кластеров. Этот процесс отвечает росту креативного класса в крупных мегаполисах и значению этой социальной группы для развития экономики городов. Для успешного функционирования арт-пространства необходима серьезная финансовая база. Это поддержка властей различного уровня или социально-ориентированного бизнеса.

На примере культурно-выставочного комплекса «Синара Центр» площадью 6 тыс. кв. м. автор показывает, что позволяет внести в городское пространство финансово стабильный, высокотехнологичный арт-кластер: ориентацию на полифункциональность (арт-галерея «Синара Арт» с более чем 1500 тыс. объектов, концертно-банкетный зал на 400 чел., ресторан и винный бар, закрытый двор и пр.), релевантных резидентов (центр творческих инициатив «Полосатый кот», багетная мастерская и др.), активное ивент-проектирование, установку на гостеприимство, привлечение туристов и т. д.

На основе аналитики и результатов разведывательного анкетирования автор выделяет проблемы функционирования арт-кластеров в современном мегаполисе: дефицит «культурной» аудитории, амбивалентное влияние конкуренции в Екатеринбурге, безусловно негативное воздействие эпидемиологической ситуации, вызванной COVID-19, необходимость быстро и эффективно «выходить на рентабельность».

Описано значение реализованного социально-ориентированным бизнесом проекта по ревитализации ОКН – восстановление руинированного госпиталя Верх-Исетского завода 1824 г., включение его в активный экономический и культурный оборот, создание новых рабочих мест для креативного городского класса, работа на локальную идентичность за счет демонстрации коллекции произведений искусства уральских авторов и пр.

Ревитализация городского пространства возникла, как вызов развивающегося в 20 веке постиндустриального общества («общества, основанного на знании» – Э. Тоффлер) и последовавший за этим рост креативного класса в Европе и в США.

КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС

Ричард Флорида, американский социолог, ввел понятие «креативного класса» для обозначения части среднего класса, ставшей самой влиятельной и массовой социальной группой в развитых странах, которая создает повестку дня, служит образцом для подражания и формирует общественное мнение.

Это тот общественный слой, который в отличие от классической «вертикальной схемы» (или интенсивного движения по карьерной лестнице), предпочитает экстенсивное существование (то есть горизонтальное личностно-профессиональное перемещение) в обществе и смену мест работы в поисках интересной и творческой. При этом важным становится не денежное вознаграждение и наличие высокого статуса, а моральное и духовное удовлетворение, личная свобода, возможность выразить свою индивидуальность и творческий рост.

Как правило, это агенты высокотехнологичной экономики, требующей наличия творческого мыш-

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Теребенина Елена Николаевна
ООО «Синара Центр»
(620028, Россия, Екатеринбург,
Верх-Исетский б-р, стр. 15/4)
@ enterebenina@yandex.ru

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Арт-кластер, креативный городской класс, ревитализация объектов культурного наследия, социально-ориентированный бизнес.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Теребенина Е.Н. Синара-центр: социально-ориентированный бизнес как субъект ревитализации объектов культурного наследия за счет создания креативного арт-центра // Управление культурой. 2022. № 1. С. 35–42.

ления и способности к нешаблонному подходу в решении задач.

Рост креативного класса приводит к тому, что во многих профессиональных сферах доля занятых интеллектуальным трудом превышает 50 %.

Креативный класс – это социальный слой, который тяготеет к проживанию в городах, мегаполисах. Ведь именно они становятся центрами развития современного общества, его материальной и духовной культуры. Именно здесь находятся крупные образовательные и научно-исследовательские институты, развивается культурно-досуговая сфера, имеются ресурсы на развитие креативной экономики.

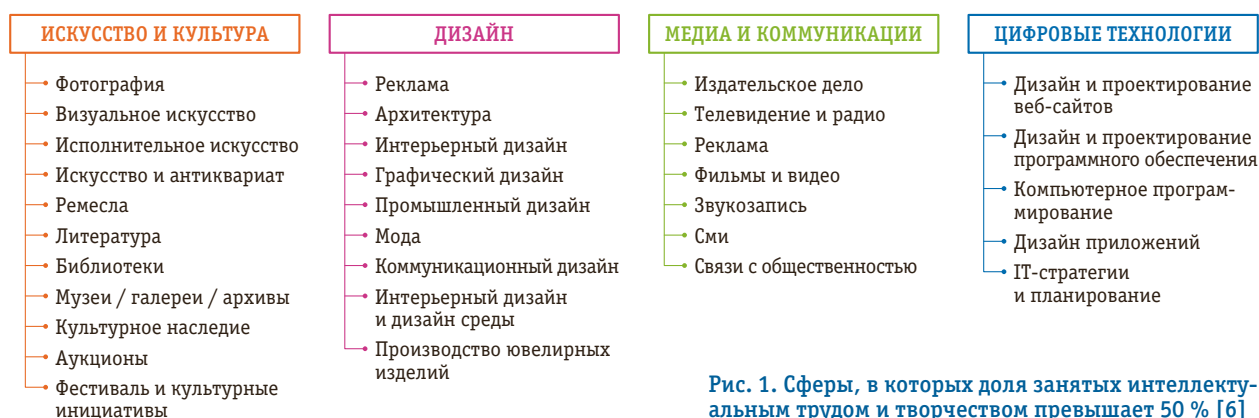


Рис. 1. Сферы, в которых доля занятых интеллектуальным трудом и творчеством превышает 50 % [6]

Деиндустриализация и ревитализация

Поэтистическое общество и развитие креативного класса влияет на облик городов. В конце XX в. начался процесс деиндустриализации крупных мегаполисов и средних городов, связанный со снижением или полным прекращением индустриальных активностей в регионе, особенно в тяжелой промышленности и в индустриальном производстве. Как правило предприятия выводятся или за городскую черту, или в развивающиеся страны, или закрываются и уходят с рынка, не выдерживая глобальной мировой конкуренции с более технологичными производствами. В городах остаются целые кварталы в прошлом «городов-заводов» эпохи индустриализации, ныне не действующие.

Кроме того, постепенно ветшает и стареет городской фонд, в том числе являющийся историческим и культурным наследием. Часто у городов (тем более в РФ) нет возможности и ресурсов для восстановления таких объектов, тогда как общественное мнение и статус объектов как памятников не позволяет их разрушить и заполнить пространство экономически выгодными объектами.

Таким образом, с одной стороны в городах растет «креативный класс», который требует применения своим силам и является конкурентным ресурсом для территории, с другой стороны появляются пустующие пространства, которые являются важной исторической составляющей города и его уникального облика. Именно такие объекты становятся основой для создания креативных кластеров и креа-

тивных пространств, востребованных у творческих людей, способных генерировать среду и инновации.

Следующий шаг в освоении таких пространств и дальнейшем развитии городов – *ревитализация*. Первые изменения городской среды и ревитализация городских пространств начались в Англии и во Франции в конце XIX в. Но этот процесс шел по пути улучшения жилищных условий беднейших слоев городского населения. В дальнейшем под ревитализацией стали понимать преобразование объектов городского пространства, утративших свою первоначальную функцию в силу изменения потребностей общества, но при этом имеющих историческую ценность. Проекты ревитализации предполагают реконструкцию промышленной архитектуры под различный функционал, здания получают новую жизнь как музеи (посвященные как истории города или промышленности, которая размещалась в этих стенах, так и другой тематике, – к примеру, художественные), концертные залы, общественные пространства, бизнес-центры, жилые помещения – лофты и так далее.

Так одним из громких и дорогих проектов ревитализации последнего времени стала Эльбфилармония в Гамбурге (Германия). Основой для музыкального учреждения стало складское здание 1960-х годов в гамбургском порту. Склад Кайшпи-хер до 1990-х годов использовался для хранения какао, табака и чая, но с ростом контейнерных перевозок потерял свою значимость и был заброшен. После десяти лет строительства и бюджета более 850 миллионов евро, Эльбфилармония была официально открыта и стала одним

из мировых центров притяжения не только для любителей музыки, но и для культурного туризма.

Ревитализация в России и возникновение креативных пространств

Процесс ревитализации начался в России в конце XX века в постсоветский период. Одними из первых объектов стали два торгово-выставочных и офисных комплекса в Москве: дизайн-завод «Флакон» на территории бывшего Хрустального завода имени Калинина и здания кондитерской фабрики «Красный Октябрь», перенесенной в 2007 году на новое место, а также лофт-проект «Этажи» на территории бывшего хлебозавода в Санкт-Петербурге.

Ревитализация и развитие городских пространств пошло вглубь страны. Лидером стала Тула с ее арт-кластерами «Октава», «Ликерка» и «Искра». В Свердловской области одними из первых открылись Завод-музей истории горнозаводской техники в Нижнем Тагиле на месте старого металлургического завода и исторический комплекс вокруг «демидовской» башни в Невьянске.

В последнее время процесс ускорился, поскольку получил поддержку на государственном уровне и на уровне гражданского общества. Так за последние два года в области появились арт-пространства в Черноисточинске (на бывшем Демидовском заводе) в бывшем художественном училище «Самородок» в Нижнем Тагиле; «Лето на заводе» в Сысерти; Кирпичи и Домна в Екатеринбурге; жилой комплекс «Мельница», включающий объект культурного наследия «Мельница Бор-

чанинова-Первушина», приспособленный для современного использования с сохранением исторического облика.

Креативное пространство определяется в современной урбанистике как общедоступная территория, предназначенная для свободного самовыражения, творческой деятельности и взаимодействия людей. Американский урбанист и куратор программы *Creative Cities* под эгидой ЮНЕСКО Саймон Эванс определяет креативные пространства как «сообщества творчески ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории».

Креативный кластер предполагает наличие взаимодополняющих друг друга творческих бизнесов, которые от такого соседства испытывают «эффект синергии». Важно, что в креативном пространстве человек выступает не только как работник организации (пусть даже и культурной институции), но и как создатель уникального продукта, который позволяет развивать его личность и развивать посетителей, предоставляя им возможности для обучения, самообучения, проявления творческой инициативы, обмена навыками, экспериментирования и реализации собственного видения культуры.

Таким образом, как представлено на рисунке 2, креативное пространство в геометрической прогрессии собирает вокруг себя активную, образованную городскую аудиторию.

Запрос на потребление культуры (в т.ч. и через арт-пространства) есть не только у креативного класса, но и у всего городского населения. Так, по данным исследований Росстата, которые приводит Виталий Куренной, профессор НИУ ВШЭ, руководитель Школы культурологии и Лаборатории исследований культуры НИУ ВШЭ, расходы на услуги учреждений культуры в российских домохозяйствах составили в первом квартале 2017 г. 2,6% бюджета, на отдых и увлечения – 2,4%, на услуги образования – 1,8%, а на медицинские и санитарно-оздоровительные услуги – 1,5% [5].

Основными проблемами российских креативных пространств являются как недостаток финансов

для их организации, так и низкая инвестиционная привлекательность. Часто основным источником дохода для них являются платежи арендаторов, которые позволяют поддерживать текущую жизнедеятельность, но не обеспечивают вложение средств в развитие и поддержание исторического и архитектурного облика комплекса или здания.

Поэтому огромное значение приобретает поддержка федеральных, региональных и муниципальных властей в различных формах (от прямых инвестиций до грантов), а также социальная инициатива бизнеса и бизнесменов-инвесторов. Именно серьезная финансовая поддержка позволяет пространствам существовать неограниченное время и становиться значимыми точками притяжения в городской среде как для горожан, так и для туристов.

«СИНАРА ЦЕНТР» КАК ПРИМЕР АРТ-ПРОСТРАНСТВА С ЧАСТНОЙ ПОДДЕРЖКОЙ

Одним из молодых арт-пространств города стал культурно-выставочный комплекс «Синара Центр», открывшийся в сентябре 2019 г. в столице Урала.

Он разместился в старейшем архитектурном ансамбле Екатеринбурга XIX века – в зданиях бывшего госпиталя Верх-Исетского завода, которые являются объектом культурного наследия регионального значения. Они были спроектированы архитектором Михаилом Малаховым по заказу владельца завода Алексея Яковлева и построены в 1824 году. Вплоть до 90-х годов прошлого века здесь размещались медицинские учреждения. Преемственность функции – редкая чер-

та креативных пространств за редким исключением [4].

Реконструкцию объекта в 2016–2019 годах на основе архивных чертежей и сохранившихся подлинных элементов ансамбля провела Группа Синара. Инвестиции в строительство центра составили около 2 млрд. рублей. Сегодня комплекс состоит из четырех отреставрированных исторических зданий и нового трехэтажного корпуса, построенного в стиле классицизма, и сочетает классическую архитектуру и высокотехнологичную «начинку». Площадь комплекса составляет 6 000 кв.м.

«Синара Центр» как арт-кластер обладает ограниченным набором функционала и резидентов. И поскольку «кластером можно называть только относительно крупные объекты, более чем с 30 резидентами и имеющие общегородской масштаб»¹, то «Синара Центр» скорее можно определить терминами креативное пространство или креативный центр. Можно задаться вопросом – является ли Синара Центр экосистемой бизнеса? [2]

ГАЛЕРЕЯ СИНАРА АРТ

Это одна из крупнейших выставочных площадок Урала, которая фокусируется на современном искусстве региона, РФ, и содержит в своей коллекции более 1 500 арт-объектов.

Это уникальная открытая частная коллекция, которая продвигает региональное искусство.

Это исключительная для регионов коллекция российского актуального искусства, включающая имена первого ряда (Илья и Эмилия Кабаковы, группа AES+F, Александр Виноградов и Владимир Ду-

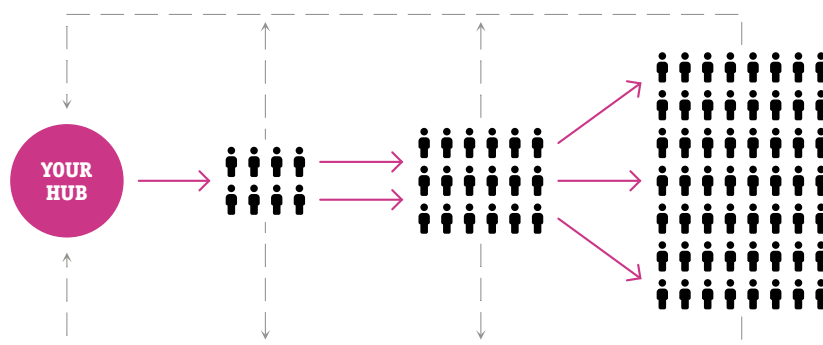


Рис. 1. Схема креативного пространства.

Источник: Creative HubKit. Made by hubs for emerging hubs. URL: https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Creative_HubKit.pdf

босарский, Владислав Мамышев-Монро, Тимур Новиков, Дмитрий Цветков и многих других).

Это программа поддержки уральской молодой художественной сцены в проекте «Новость» (первая выставка в Галерее).

Это масштабная дополнительная программа, включающая в себя экскурсии, медиации, паблик-токи и встречи с художниками, искусствоведами и экспертами в различных областях знания, перформансы, концерты и спектакли в пространстве выставок и даже тематические дегустации.

Это возможность купить искусство в офлайне (магазин в Галерее) и онлайн (интернет-магазин) с консультацией экспертов (арт-консалтинг).

КОНЦЕРТНО-БАНКЕТНЫЙ ЗАЛ

Зал на 400 человек с блитчерной системой для проведения мероприятий разного формата. «Синара Центр» принимает в зале, как известные коллективы Екатеринбурга и России (антрепризные спектакли-лауреаты «Золотой Маски», «Провинциальные танцы», «Екатерининский оркестр», любительский театр Аксенова и пр.), так и развивает собственные проекты (спектакль «У войны неженское лицо», детские тематические спектакли, концерты в коллаборации Галереи и собственного коллектива *Sinara Singers*).

В закрытом дворе месте проходят массовые и тематические городские праздники.

«ПОЛОСАТЫЙ КОТ»

Центр творческих инициатив «Полосатый кот», где учат основам создания мультфильмов, гончарному мастерству, всем видам живописи и графики и детей, и взрослых. За 11 лет работы центр провел большое количество персональных выставок, четыре фестиваля детского творчества, выпустил шесть книг с иллюстрациями детей и подростков со всей России. «Полосатый кот» реализует совместные проекты с «Синара Центром» и с Галереей Синара Арт. Так в дни школьных каникул была организована творческая лаборатория для детей «Креативный завод», которая завершилась выставкой участников лаборатории в пространствах галереи.



Синара Центр – культурно-выставочный комплекс в Екатеринбурге, открытый в сентябре 2019 года в зданиях бывшего госпиталя Верх-Исетского завода.

СЕМЕЙНЫЙ РЕСТОРАН И ВИННЫЙ БАР

«Пинцерия Бонтемпи» – семейный ресторан известного итальянского шеф-повара Валентино Бонтемпи в Екатеринбурге. Главное в меню – фирменная пинца Бонтемпи. Девиз пинцерии: «*For very normal people!*» Другими словами: легко и вкусно как в Италии, но доступно для самых обычных людей в России. *SEKTA Organic Wine Bar* – бар с органическими и динамическими винами в восстановленном павильоне XIX века. Идеология создателей звучит так: «Мы назвали бар SEKTA потому, что нас объединяет вера в то, что будущее за органическим виноделием и осознанным потреблением. Даже если это станет трендом только через несколько лет».

БАГЕТНАЯ МАСТЕРСКАЯ

Багетная мастерская «Бармин», которая занимается оформлением произведений искусства и работает в коллаборации с магазином Галереи Синара Арт.

БОЛЬШЕ, ЧЕМ АРТ-ПРОСТРАНСТВО

Креативных арендаторов (ресторан и бар, центр творческих инициатив и багетная мастерская) и собственной деятельности (галереи и концертно-театральные проекты) недостаточно для обеспечения деятельности комплекса. Они не привлекают необходимый «Синара Центру» тра-

фик, который смог бы окупить вложения и приносить прибыль.

В регионах, где проживает меньше жителей и доля креативного класса меньше, чем в столицах, возникает необходимость «разбавлять» креативных арендаторов традиционными якорными – ритейлом, офисами, краткосрочной арендой. То есть создавать микс из классического бизнеса и не слишком рентабельных проектов, привлекающих аудиторию и приносящих трафик. На этом строится деятельность одного из самых известных региональных арт-пространств в России – «Ельцин Центра» и других уральских арт-кластеров.

Евгений Москвичев, руководитель проектов в ИФГ *Agastone* (управление недвижимостью, инвестиционные решения), отмечает, что «часть резидентов не будут целевыми именно для арт-кластера, но зато стабильно будут платить аренду и вытягивать остальных» [7]. По этому пути пошли и в «Синара Центре». Важнейшим направлением деятельности комплекса является аренда пространства под внешние мероприятия.

Но сдавая в аренду залы, «Синара Центр» представляет новый формат и стандарт event-деятельности, с «культурным акцентом»: события проходят в уникальном пространстве – памятнике истории и культуры, оборудованном по последнему слову техники. Работает профессиональный менеджмент. И

у арендаторов всегда есть возможность дополнительной культурной компоненты (визит в Галерею, концерт и пр.), которую команда «Синара Центра» готова обеспечить. Все это порождает новую концепцию корпоративных мероприятий в контексте современной культуры.

В результате «Синара Центр» в настоящее время является одной из самых востребованных в городе площадок для проведения крупных статусных событий: конференций, семинаров, презентаций, награждений и других мероприятий самого высокого уровня и сложности. За 2021 г. на площадке комплекса состоялись 102 события регионального и российского масштаба. Из них: 16 общественно-значимых событий (форумы, конференции, ассамблеи), 35 бизнес-мероприятий (семинары, презентации, клиентские мероприятия), а также корпоративные праздники, свадьбы и банкеты. Среди значимых событий: ежегодная премия уральских промышленников и предпринимателей «Номер один», «Екатерининская Ассамблея», Медиафорум, Форум «Большой Урал», региональный этап национального конкурса «Серебряный лучник», федеральный форум музыкальной индустрии *Colisium*, конференция *TEDxEkaterinburgWomen*.

ЗНАЧЕНИЕ И МЕСТО АРТ-ПРОСТРАНСТВА В ГОРОДЕ, РЕГИОНЕ, РОССИИ

1. Восстановление исторического облика города и развитие городской среды.

2. Создание новых рабочих мест для креативного класса и горожан других сфер деятельности.

3. Создание точки притяжения, возможности культурного развития и проявления творческой инициативы для жителей города и гостей.

4. Работа на идентификацию и уникальность региона благодаря коллекции Галереи Синара Арт.

5. Формирование и укрепление гражданского общества в городе, где и обычные жители, и социально-ориентированный бизнес в единстве формируют комфортную, уникальную и красивую среду.

Экспозиции в залах галереи
Синара Арт.



То, что «Синара Центр» занял свое место и стал точкой культурного притяжения, подтверждается цифровыми показателями и их динамикой. Так за второй год работы (сентябрь 2020 – август 2021 г.) в «Синара Центре» побывали около 108 000 гостей (за предыдущий период – 64 000). В Галерее Синара Арт в течение года состоялось 150 экскурсий, 23 выставки, была открыта 1 уличная экспозиция. А также проведено для гостей более 35 мероприятий (лекции, презентации, перформансы). Галерея совместно с Благотворительным фондом «Синара» запустила творческую лабораторию для детей «Маленький куратор большого искусства». В концертном зале состоялось 10 концертов, 9 спектаклей, творческие встречи, конкурсы, федеральный инклюзивный проект, российский фестиваль *EURASIA CANTAT* и несколько ярмарок. Во дворе «Синара Центра» успешно прошли большие проекты: Новогодне-рождественская ярмарка, «Масленица», День защиты детей, детские военные квесты к 9 мая и 22 июня. Летом во дворе работала танцевальная площадка, состоялось несколько винных фестивалей. В новогодние каникулы и на Масленицу для маленьких гостей были организованы праздничные спектакли. В центре творческих инициатив «Полосатый кот» за год прошло 2 000 мастер-классов для детей и взрослых, 200 человек год отучились в художественной школе, были проведены несколько художественных выставок, в том числе совместных с Галереей Синара Арт.

В конце 2020 г. «Синара Центр» стал лауреатом ведущей российской премии для лучших компаний сферы делового туризма и MICE в номинации «Лучшая альтернативная площадка для деловых мероприятий». Церемония вручения награды *Russian Business Travel & MICE Award* состоялась в Москве, среди участников конкурсного отбора были представители основных сегментов рынка бизнес-туризма: отели, конгрессные центры, MICE-площадки, организаторы конференций в России и за рубежом, российские конгресс-бюро, коммуникационные и креативные агентства по обслуживанию корпоративных клиентов, онлайн-продукты в сфере туризма

и др. Таким образом уникальный формат арт-пространства был признан на уровне федеральных экспертов рынка MICE.

ПРОБЛЕМЫ «СИНАРА ЦЕНТРА» И ДРУГИХ АРТ-ПРОСТРАНСТВ ЕКАТЕРИНБУРГА

Несмотря на успешно работающую схему соотношения культуры и коммерции, проблемы у арт-пространства существуют. Одна из самых главных, свойственная для всех подобных структур в провинции – небольшая доля интересующейся культурой аудитории. И это несмотря на то, что Екатеринбург является одним из культурных центров страны.

Так, в рамках обучения 9 потока консультационного курса «АКАР Практикум», о маркетинге от ведущих специалистов рынка, студентами одной из групп было проведено исследования аудитории для уточнения информации о том, как горожане понимают досуг и что считают культурно-выставочными и досуговыми центрами.

Было проведено анонимное анкетирование группы горожан (43 человека). Респондентам в числе прочих был задан вопрос: «Назовите 3 культурно-выставочных комплекса или досуговых центра в г. Екатеринбурге». Полученные результаты:

Под культурно-досуговыми центрами опрошенные понимают в большинстве торговые центры. Среди ответов: Гринвич, Пассаж, Радуга Парк, Глобус, Антей и Веер. Причем их называют и как единственный выбор, так и вместе с названиями настоящих культурно-досуговых комплексов. К культурно-досуговым центрам относят ЦПКИО (2 ответа) и аквапарк «Лимпопо». Среди ответов: «Ельцин Центр», КДЦ Дружба, КДЦ Буревестник, «Главный проспект», «Синара Центр». Таким образом, одним из преимущественных видов культурного досуга горожане считают проведение свободного времени в торгово-развлекательных комплексах, а отнюдь не в арт-кластерах.

Об этой же проблеме говорит Людмила Старостова, руководитель отдела развития музея Бориса Ельцина: «Количество вовлеченных людей очень мало относительно общей суммы населения города. Лю-

дей, которые не пришли в «Ельцин Центр», в нашем городе больше, чем тех, которые сюда пришли. Но они не пришли не потому, что плохо к нам относятся, а потому что они просто никуда не пришли» [3].

Негативное влияние на развитие и существование арт-пространств не только в регионе, стране, но и в мире, оказала развернувшаяся с 2019 года пандемия коронавируса. Карантинные меры, локдаун, введение QR-кодов и общие панические настроения сказались на трафике всех культурных пространств. Люди массово переходили в онлайн, и когда арт-пространства смогут вернуть прежнюю проходимость – неизвестно.

Серьезная конкуренция на рынке арт-пространств в Екатеринбурге и регионе имеет двойственное значение. С одной стороны, конкуренция усиливает позиции культуры, образовательно и привлекает в эту сферу неопытных и увеличивает посещаемость среди целевой аудитории, с другой стороны уменьшает поток в конкретную точку.

ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОЕКТА

Перспективы и успешное существование проекта на рынке связано с несколькими факторами. Они не все применимы к любому другому арт-пространству (из-за разного набора составляющих), но часть из них может помочь и другим творческим кластерам.

1. Мультифункциональность и многопрофильность комплекса. Возможность одновременно решить несколько задач и отдохнуть всей семьей, в том числе в разных форматах.

2. Повестка – вне политики. Привлечение аудитории, которая не хочет хайпа и бурь. А хочет красоты, новых впечатлений и положительных эмоций.

3. Тренд на «глокальность» – локальное становится глобальным, глобальное локальным.

4. Профессиональная работа со всеми компонентами и направлениями деятельности комплекса.

5. Важная туристическая точка на карте города.

6. Тренд на «душевность», теплота отношения к гостям.

Для Галереи Синара Арт – это

актуализация коллекции и введение ее в публичное профессиональное поле. Через развитие по международным стандартам, привлечение внешних столичных и зарубежных кураторов и презентацию коллекции (в том числе и молодого уральского искусства) в столичных авторитетных музеях и галереях. Развивать направление арт-консалтинга: подбор и приобретение предметов современного искусства для интерьера, бизнес-пространства.

Для комплекса в целом:

1) стать интеллектуальным центром города и региона, собирать на

площадке и представлять лучшее: в искусстве, кино, музыке, театре, танце. Развивать партнерские отношения – взаимовыгодные диалоги и проекты бизнеса и культуры, власти и культуры.

2) работать по привлечению средств для развития – фандрайзинг на творческую деятельность (спонсоры, гранты, программы для партнеров и зрителей, эндаумент).

3) предлагать на рынок новую концепцию корпоративных мероприятий в контексте современной культуры. Сделать современное искусство, современный театр инструментами ивент-индустрии.

4) стать точкой притяжения для гостей города, одной из визитных карточек Екатеринбурга.

Таким образом, кейс «Синара Центра» показывает возможность и эффективность существования мощного городского арт-кластера. При условии постоянного развития и совершенствования уже имеющегося функционала и создания нового. При условии эффективной заинтересованной команды. При стабильной ситуации в стране и мире.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

- [1] Баренцева Т. Реконструкция промышленных объектов – модный тренд в градостроительстве. – URL: <http://magazinerealty.ru/rekonstruktsiya-promyshlennyh-obektov-modnyj-trend-v-gradostroitelstve> (дата обращения: 22.04.2022).
- [2] Бусалова, А. Д. Креативный кластер или творческая бизнес-экосистема? / А. Д. Бусалова // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – № 11. – С. 4215-4224.
- [3] Интервью с Людмилой Старостовой, руководителем отдела развития музея Б. Н. Ельцина. – URL: <https://uralbiennale.bm.digital/article/1109697248003645975/eltsin-tsentr-ekaterinburg> (дата обращения: 22.04.2022).
- [4] Креативные технопарки в постиндустриальной трансформации экономики Китая / С. А. Титов, А. О. Кокорина, П. А. Быков [и др.] // Пространственная экономика. – 2019. – Т. 15. – № 3. – С. 125-146.
- [5] Куренной В. Креативный класс: как творческие индустрии могут помочь росту экономики. – URL: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/29/11/2017/5a1e66a09a79478521dc8da1> (дата обращения: 22.04.2022).
- [6] Практическое руководство по созданию креативного кластера. Руководители проекта: Татьяна Журавлева, Илья Токарев, Ян Ярмошук. – URL: https://100gorodov.ru/attachments/1/32/cf719d-998c-4619-bdfa-b28a94083d33/Практическое_руководство_по_созданию.pdf (дата обращения: 22.04.2022).
- [7] Сторожко О. Нужны ли регионам креативные кластеры. И удастся ли модернизировать заброшенные промзоны не только в Москве и Петербурге (о госпрограмме создания арт-кластеров в городах России). – URL: <https://www.vedomosti.ru/realty/articles/2021/07/05/877008-kreativnie-klasteri> (дата обращения: 22.04.2022).
- [8] Флорида Р. Глава из книги «Креативный класс. Люди, которые создают будущее». – URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-around/Creative_class.htm (дата обращения: 22.04.2022).
- [9] Creative HubKit. Made by hubs for emerging hubs. – URL: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Creative_HubKit.pdf (дата обращения: 22.04.2022).

SINARA CENTER: SOCIALLY ORIENTED BUSINESS AS A SUBJECT OF REVITALIZATION OF CULTURAL HERITAGE OBJECTS THROUGH THE CREATION OF A CREATIVE ART CENTER

AUTHOR'S INFORMATION

Elena N. Terebenina
Sinara Center Ltd. (build 15/4,
Verkh-Isetsy Blvd., Ekaterinburg,
620028, Russia)
@ enterebenina@yandex.ru

KEYWORDS

Art cluster, creative urban class,
revitalization of cultural heritage
sites, socially oriented business.

FOR CITATION

Terebenina E.N. (2022). Sinara Center: socially oriented business as a subject of revitalization of cultural heritage objects through the creation of a creative art center. *Managing culture*. No. 1. Pp. 35–42.

The significance of the project implemented by a socially oriented business to revitalize the OKN is described - the restoration of the ruined hospital of the Verkh-Isetsy plant of 1824, its inclusion in an active economic and cultural circulation, the creation of new jobs for the creative urban class, work on local identity by demonstrating a collection of works of art of Ural authors, etc.

ABSTRACT

The trend of the time is the renovation of historical objects and the introduction of a new spirit and new functionality into the "old walls". One of the forms of "rearrangement" of abandoned objects is the creation of creative spaces or art clusters in them. This process corresponds to the growth of the creative class in large metropolitan areas and the importance of this social group for the development of the urban economy. For the successful functioning of the art space, a serious financial base is needed. This is the support of authorities at various levels or socially-oriented businesses.

On the example of the cultural and exhibition complex "Sinara Center" with an area of 6 thousand square meters. The author shows what makes it possible to introduce a financially stable, high-tech art cluster into the urban space: a focus on multifunctionality (the Sinara Art gallery with more than 1,500 thousand objects, a concert and banquet hall for 400 people, a restaurant and a wine bar, an enclosed courtyard, etc.), relevant residents (the center for creative initiatives "Striped Cat", a framing workshop etc.), active event design, a focus on hospitality, attracting tourists, etc.

Based on analytics and the results of an intelligence survey, the author highlights the problems of the functioning of art clusters in a modern metropolis: the lack of a "cultural" audience, the ambivalent impact of competition in Yekaterinburg, the definitely negative impact of the epidemiological situation caused by COVID-19, the need to quickly and effectively "reach profitability".

REFERENCES:

- [1] Barentseva T. Reconstruction of industrial facilities - a fashionable trend in urban planning. URL: <http://magazinerealty.ru/rekonstruktsiya-promyshlennykh-obektov-modnyj-trend-v-gradostroitelstve> (accessed 22.04.2022).
- [2] Busalova, A.D. (2021). Creative cluster or creative business ecosystem? *Creative economy*, vol. 15, no. 11, pp. 4215–4224.
- [3] Interview with Lyudmila Starostova, Head of the Development Department of the Boris Yeltsin Museum. URL: <https://uralbiennale.bm.digital/article/1109697248003645975/eltsin-tsentr-ekaterinburg> (accessed 22.04.2022).
- [4] Titov S.A., Kokorina A.O., Bykov P.A., et al. (2019). Creative technology parks in the post-industrial transformation of the Chinese economy, *Spatial Economics*, vol. 15, no. 3, pp. 125–146.
- [5] Kurennoy V. Creative class: how creative industries can help economic growth. URL: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/29/11/2017/5a1e66a09a79478521dc8da1> (accessed 22.04.2022).
- [6] A practical guide to creating a creative cluster. Project leaders: Tatyana Zhuravleva, Ilya Tokarev, Yan Yarmoshchuk. URL: https://100gorodov.ru/attachments/1/32/cf719d-998c-4619-bdfa-b28a94083d33/Практическое_руководство_по_созданию.pdf (accessed 22.04.2022).
- [7] Storozhko O. Do regions need creative clusters? And will it be possible to modernize abandoned industrial zones not only in Moscow and St. Petersburg (on the state program for the creation of art clusters in Russian cities)? URL: <https://www.vedomosti.ru/realty/articles/2021/07/05/877008-kreativnye-klasteri> (accessed 22.04.2022).
- [8] Florida R. Chapter from the book "The Creative Class. People who create the future". URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-around/Creative_class.htm (accessed 22.04.2022).
- [9] Creative HubKit. Made by hubs for emerging hubs. URL: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Creative_HubKit.pdf (accessed 22.04.2022).