

Тузовский В.С.
магистр градостроительства
Новосибирский государственный университет
архитектуры дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова
Красный проспект, д. 38, г. Новосибирск, Россия, 630099
vtuzovskiy@nsuada.ru
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6579-8354>

УДК: 711.4

DOI: 10/37909/978-5-89170-281-3-2021-1034

МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЕ В СОСТАВЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Аннотация

Рассматривается место мастер-планирования в сфере креативных индустрий. Проблема заключается в отсутствии представлений о взаимосвязи мастер-планирования и креативных индустрий. Исследуются особенности данных сфер деятельности, проводится сопоставление. Делается вывод о возможности рассмотрения мастер-планирования по его результатам как отдельного вида деятельности в отрасли функционального креатива сферы креативных индустрий. А также отмечается включенность отдельных направлений креативных индустрий в технологию мастер-планирования.

Ключевые слова: мастер-планирование, креативные индустрии, креативная деятельность, развитие территорий.

Tuzovsky V.S.
Kryachkov Novosibirsk State University
of Architecture, Design and Arts
Krasnyi prospekt, 38, Novosibirsk, Russia, 630099
st20.v.tuzovskij@nsuada.ru
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6579-8354>

MASTER-PLANNING IN CREATIVE INDUSTRIES

Abstract

The place of master-planning in the sphere of creative industries is considered. The problem lies in the lack of understanding of the relationship between master-planning and creative industries. The features

of these spheres of activity are investigated, a comparison is made. The conclusion is made about the possibility of considering master-planning as a separate type of activity in the field of functional creativity in the sphere of creative industries. And also the inclusion of certain areas of creative industries in the technology of master-planning is noted.

Key words: master planning, creative industries, creative activity, territorial development.

Введение

В последние годы наблюдается тенденция изменения структуры экономики в мире в части развития непроизводственных сфер экономики, роста их доли в валовом продукте. Российская экономика вслед за мировыми тенденциями также претерпевает сильные изменения – динамично развивается сектор креативных индустрий, включающий отрасли, основанные на индивидуальном интеллекте, творчестве. Среди других тенденций наблюдаются изменения в сфере городского развития и выражаются в применении новых инструментов организации и обеспечения процесса развития территорий. Один из таких инструментов – мастер-план.

Существует неопределенность в представлениях о взаимосвязи этих явлений, какое место может иметь мастер-планирование как творческая деятельность в сфере креативных индустрий.

Специальных исследований по вопросу взаимосвязи мастер-планирования и креативных индустрий не проводилось. Однако по существующим представлениям можно выявить основания для обозначения этой взаимосвязи.

Результаты

Креативные индустрии как отдельная сфера экономики уже закрепились в документах ООН. В России под креативными индустриями понимают сферы креативной деятельности, связанные с производством, продвижением, распределением или реализацией креативного продукта. В креативных индустриях выделяют четыре отрасли: по работе с культурным наследием, исполнительских искусств, медиаиндустрии, функционального креатива [1]. Их значение и роль выходят за пределы чисто экономических отношений и оказывают влияние на общественные институты, структуру занятости и потребности населения, происходит трансформация городских процессов и пространств.

Мастер-план пока достаточно общее понятие, но уже можно го-

ворить о его особенностях и опыте применения как инструмента по развитию территорий. Операционально примем определение мастер-планирования как деятельности по развитию территорий, осуществляемой на основе комплексных исследований и участия различных групп интересов в виде концептуальных разработок [2]. Он может являться частной разработкой или инициирован властями. Возникший в России для расширения инструментария по управлению развитием территорий технологический подход мастер-планирования может включать комплексные научно-исследовательские разработки, применение технологий соучаствующего проектирования, концептуальное архитектурно-градостроительное проектирование и другие виды деятельности, связанные с развитием территорий [3]. Тем самым он тесно связан с градостроительной деятельностью, управлением городским развитием.

Опираясь на существующие представления о мастер-планировании, можно выделить его главные особенности как инструмента в управлении градостроительным развитием и интерпретировать их как элементы креативной деятельности. Признаками креативных видов деятельности являются новизна, социокультурная значимость, интеллектуальная основа. К мастер-планированию относятся коммуникативная, исследовательская и градостроительная компоненты. Первая выражается во взаимодействии с участниками городского развития, в том числе с применением медиатехнологий, вторая – в проведении комплексных исследований для разработки и обоснования пространственных решений, третья – в сущности объекта городской среды как пространственной выраженности факторов человеческой деятельности, включая хозяйственную и креативную. Соответственно первые две могут быть соотнесены с креативной деятельностью. Градостроительная компонента составляет специфику мастер-планирования.

Так, мастер-планирование в сфере креативных индустрий можно рассматривать с двух ракурсов. С одной стороны, по характеру и результатам деятельности – как отдельный вид креативной деятельности в отрасли функционального креатива благодаря выделению в нем научной, коммуникативной и проектной деятельности, т.е. деятельность, производящую конкретную услугу, продукт.

С другой стороны, по содержанию в отношении креативных индустрий мастер-планирование следует рассматривать как более обширную интегративную деятельность, затрагивающую вопросы управле-

ния, бюджетирования, нормирования и др., в том числе различные креативные отрасли, исходя из их характера или функции. Объекты культуры имеют пространственную сущность, соответственно являются одним из предметов градостроительной деятельности, так же как и креативные кластеры, на территории которых эти индустрии сосредоточены. Отрасли медиаиндустрии и функционального креатива являются вспомогательными для разработки мастер-плана. Внутри других отраслей затрагиваются секторы новых медиа и креативных услуг в части использования программного обеспечения, визуализации данных и проектных разработок в маркетинговых и информационных целях, проведения научных исследований, разработки архитектурно-градостроительных решений и т.д.

Выводы

Таким образом, предлагается по результатам деятельности рассматривать мастер-планирование как один из видов креативной деятельности в сфере креативных индустрий в секторе отраслей функционального креатива, при этом по технологическому содержанию мастер-планирование шире и креативные индустрии в различных своих проявлениях выступают уже как объект и средство реализации деятельности.

Список литературы

1. Креативные индустрии. Современные тренды развития регионов // Аналитический вестник. – 2020. – № 13 (756).
2. Малинова О.В. О реформировании территориального планирования в Российской Федерации в целях комплексного и устойчивого развития территории. Мастер-план //Academia. Архитектура и строительство. – 2020. – №1.
3. Тузовский В.С. Становление понятия «Мастер-план» в отечественной градостроительной теории и практике // Ноэма. – 2019. – № S3 (3).

References

1. Kreativnyye industrii. Sovremennyye trendy razvitiya regionov // Analiticheskii vestnik. – 2020. – № 13 (756). (In Russ.)
2. Malinova O.V. O reformirovanii territorial'nogo planirovaniya v

Rossiiskoi Federatsii v tselyakh kompleksnogo i ustoichivogo razvitiya territorii. Master-plan //Academia. Arkhitektura i stroitel'stvo. – 2020. № 1. (In Russ.)

3. Tuzovskii V.S. Stanovlenie ponyatiya «Master-plan» v otechestvennoi gradostroitel'noi teorii i praktike // Noema. – 2019. – № S3 (3) (In Russ.)