

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

## **Визуальные коммуникации креативных кластеров Москвы**

**Научный руководитель – Глинтерник Элеонора Михайловна**

*Мудревская Анастасия Александровна*

*Студент (магистр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра медиадизайна и информационных технологий, Санкт-Петербург, Россия  
*E-mail: asya030300@gmail.com*

За последние пять лет число креативных пространств возросло в несколько раз. Где? В стране, в Москве? Примером территориального объединения креативных пространств являются креативные кластеры. Наиболее популярные из них следующие: дизайн-завод «Флакон», «Хлебозавод No9», центр дизайна «ARTPLAY», ЦСИ «Винзавод», ЦТИ «Фабрика» - расположенные в Москве и «Севкабель Порт», «Новая Голландия», «Бертгольд Центр», арт-пространство «Флигель» - расположенные в Санкт-Петербурге. Креативные кластеры начали стратегию по расширению своих границ за пределы двух столиц - например, проект «Flacon Space» (от основателей «Флакона») занимается созданием креативных кластеров и пространств по всей территории России. Визуализация бренда креативного кластера - один из важнейших аспектов в формировании и продвижении креативного кластера, без неё невозможно воплотить в жизнь смысловую и визуальную айдентику бренда, передающую историческое и концептуальное значение креативного пространства.

Новизна работы заключается в рассмотрении визуализации бренда в рамках исторического контекста: до и после ревитализации. Большинство работ в области креативных кластеров направлены на изучение процесса ревитализации как фактора урбанистического преобразования города. Некоторые работы рассматривают визуальные коммуникации креативных кластеров в отрыве от истории, делая акцент на продвижении с помощью визуальных коммуникаций.

Актуальность темы продиктована большим экономическим, урбанистическим, визуальным и смысловым влиянием креативных кластеров на городскую среду и на жизнь общества в целом. Один креативный кластер уже получили статус технопарка, что значительно расширило его возможности и прировняло к таким территориям как «ВДНХ». Большинство креативных кластеров связаны с процессом ревитализации. Это понятие дословно означает «возвращение жизни». Процесс создания первых подобных пространств начался за рубежом в 1980-е годы, однако уже в начале двухтысячных российские бизнесмены и креаторы стали перенимать опыт западных коллег. Наследие СССР оставило российским городам большое количество заводов, фабрик, складских помещений, которые в настоящее время являются преимущественно заброшенными территориями, представляющими собой пустующие квадратные метры с атмосферой прошлого столетия. Креативные кластеры создаются именно в таких местах. В процессе ревитализации важно не только вернуть здание к жизни (отремонтировать, создать план помещений, очистить от остатков прошлой жизни), но и сохранить историческое смысловое визуальное наполнение.

### **Источники и литература**

- 1) Антонова А. А. Арт-кластеры как пространство для развития культурного потенциала города // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2015 [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-klastery-kak-prostranstvo-dlya-razvitiya-kulturnogo-potentsiala-goroda>
- 2) Балюта П. А. Дизайн в культурном пространстве // ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет» / Автореф. Дисс. - Омск, 2016 58 [Электронный ресурс] – URL: [https://omgpu.ru/sites/default/files/filefield\\_paths/avtoreferat\\_balyuta\\_pa.pdf](https://omgpu.ru/sites/default/files/filefield_paths/avtoreferat_balyuta_pa.pdf)
- 3) Вахрушева А. Ю., Новосёлова М. А.. Принципы приспособления исторических территорий под креативные кластеры // Наука, образование и экспериментальное проектирование. 2021 [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-prisposobleniya-istoricheskikh-territoriy-pod-kreativnye-klastery>
- 4) Григорян К. Г. Анализ креативных индустрий как нового сектора мировой экономики. E-Scio // 2019 [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-kreativnyh-industriy-kak-novogo-sektora-mirovoy-ekonomiki>
- 5) Дизайн-завод «Флакон» («FLACON X»), центр городских компетенций АСИ и агентство стратегических инициатив. Сносить нельзя ревитализировать - практическое руководство по созданию креативного кластера. [Электронный ресурс] – URL: [http://100gorodov.ru/attachments/1/32/cf719d-998c-4619-bdfa-b28a94083d33/Практическое\\_руководство\\_по\\_созданию.pdf](http://100gorodov.ru/attachments/1/32/cf719d-998c-4619-bdfa-b28a94083d33/Практическое_руководство_по_созданию.pdf)
- 6) Коргожа Н. С. Креативные индустрии как фактор развития городской культурной среды // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018 [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-kak-faktor-razvitiya-gorodskoy-kulturnoy-sredy>
- 7) Хакимова Е. Р. Креативный кластер как элемент креативного потенциала территории // Актуальные вопросы экономических наук. 2013 [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-klaster-kak-element-kreativnogo-potentsiala-territorii>