

УДК 721

Тукмакова Миляуша Ильгисовна

архитектор-дизайнер

Лаборатория проектирования общественных пространств «K.Urban-Bayram Space»E-mail: miliushka@list.ru

Адрес организации: 420111, Россия, г. Казань, ул. Островского, д. 31

Фахрутдинова Инесса Алековна

кандидат архитектуры, доцент

E-mail: fahinessa@mail.ru**Казанский государственный архитектурно-строительный университет**

Адрес организации: 420043, Россия, г. Казань, ул. Зеленая д. 1

Архитектурные принципы формирования креативных пространств

Аннотация

Постановка задачи. В статье впервые рассмотрены принципы формирования «креативных пространств». Автором поставлена задача выявления основных архитектурно-градостроительных, архитектурно-планировочных и интерьерно-художественных принципов формирования «креативных пространств», основанных на проведенном автором анализе существующей литературы по формированию креативных территорий и натурному исследованию успешно функционирующих креативных площадок ведущих городов России (Москва, СПб., Казань).

Результаты. В результате исследования автором были выявлены основные принципы формирования креативных пространств. В работе представлены архитектурно-градостроительные, архитектурно-планировочные принципы и принципы художественного оформления.

Выводы. Значимость полученных результатов для архитектуры состоит в выявлении основных принципов формирования креативных площадок в городской среде. Материал может быть использован при проектировании данной типологии, а также для теоретического определения и понимания принципов формирования креативных пространств.

Ключевые слова: общественные пространства, креативные пространства, креативные индустрии, креативные кластеры, коворкинг, анти-кафе, образовательный хаб, лекторий, городская среда, арт-пространство, принципы формирования.

Введение

В последние годы в России возрос интерес к креативной экономике и развитию креативных индустрий – в регионах Российской Федерации, в том числе и в Республике Татарстан появилась потребность в создании все большего количества креативных площадок. Крупные из них в основном существуют при поддержке правительства, но все чаще стали появляться пространства, созданные на личные инвестиции бизнесменов. Это говорит о том, что интерес к созданию подобных площадок приобретает большие масштабы [1].

Креативные пространства – новообразовавшаяся группа пространств, относящаяся к типологии общественных пространств. На сегодняшний день она представлена в городской среде внушительным количеством успешно функционирующих площадок. Особенность креативных пространств в том, что эти площадки создаются для функционирования и развития на их базе креативных индустрий. Именно с этим феноменом связано образование креативных пространств в самостоятельную типологическую группу. Типологически креативные пространства еще не завершили процесс формирования и с каждым годом появляются проекты, достойные внимания и изучения с точки зрения архитектурно-планировочных решений, решений внутреннего пространства и функционального наполнения.

Затрагивая все сферы жизнедеятельности человека, креативные пространства стали появляться, как образовательные узлы, досуговые и деловые кластеры, группируясь в определенные модели, которые можно представить в трех основных модификациях: минимальной, максимальной и гибридной (рис. 1).

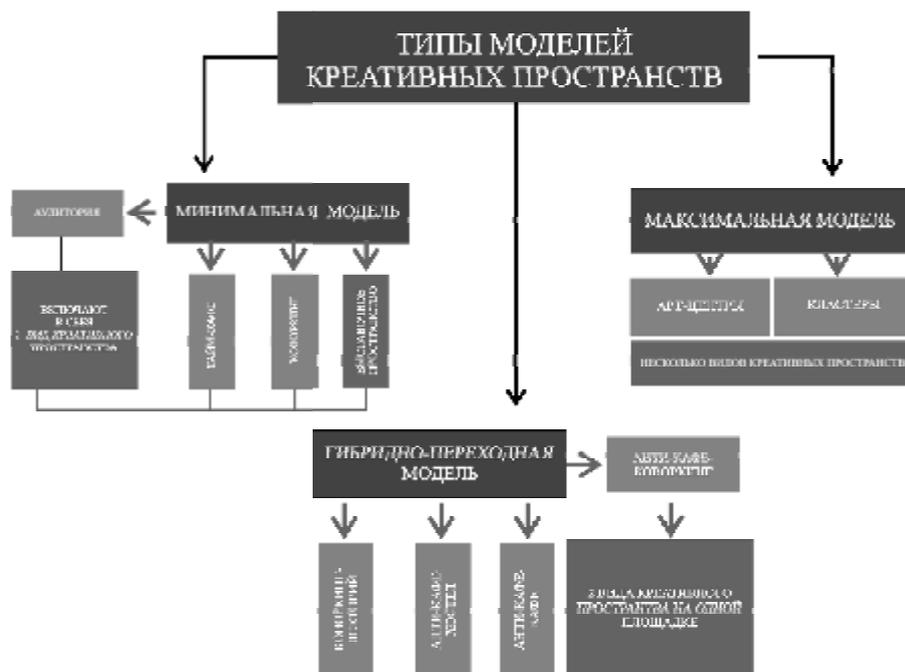


Рис. 1. Типы моделей креативных пространств (иллюстрация авторов)

Но, несмотря на широкий спектр существующих и создаваемых пространств, все креативные пространства придерживаются одних и тех же принципов, их можно выделить в основные блоки: архитектурно-планировочные, архитектурно-градостроительные, принципы художественного оформления, социальные принципы, экономические принципы.

В данной статье рассматриваются принципы, используемые при формировании архитектурно-градостроительного и архитектурно-планировочного решений креативных площадок.

Архитектурно-градостроительные принципы

Анализ успешно функционирующих креативных пространств позволяет выявить основные архитектурно градостроительные принципы:

– *локация, месторасположение креативных пространств в структуре города.* Большинство креативных площадок образуются в центральной части города и в районах, прилегающих к нему. Выбор площадки зависит от функциональных потребностей и спроса населения (рис. 2). Как правило, креативные пространства размещаются в структуре существующих общественных зданий, чаще на второй линии или внутри кварталов, и не примечательны снаружи, как, например, коммерческие заведения [2].

– *транспортно-пешеходная доступность* учитывается при создании креативного пространства так же, как и при проектировании любого другого общественного объекта. Уделяется внимание транспортной доступности и наличие автобусных остановок и других видов общественного транспорта (метро), но тем же временем их удаленность не регламентирована конкретными правилами.

– *симбиоз с объектами городской среды.* Креативные пространства, как новый тип общественных пространств формируются в общей структуре города, они используют уже существующие территории и застройку, тем самым внедряясь в городскую среду.

– *взаимодействие и расположение креативных пространств по отношению к городской застройке.* Авторы выделили 4 вида взаимодействия:

- 1) они интегрируются в существующий объект, занимая часть площади.
- 2) встраиваются и существуют автономно от общего функционального назначения объекта, его потоков и жизненных циклов.
- 3) занимают отдельностоящие здания, если имеют расширенный набор функций и помещений.

резидентов. В ходе исследования автором были выделены следующие архитектурно-планировочные принципы:

– *многофункциональность*. Отличительной особенностью креативных пространств является комплексный подход к организации – создание деловой среды, образовательной и досуговой, обеспечивающий эффективную деятельность и объединяющей пространственные, технологические, технические и эмоциональные параметры (рис. 3а).



Рис. 3. Архитектурно-планировочные принципы формирования креативных пространств (иллюстрация авторов)

– *свободная планировка в формате open space*. Свободная планировка является одной из основных принципов организации пространства, такой формат позволяет использовать пространство многофункционально. Рассматривая креативные пространства от минимальных площадей, можно заметить, что в основном ядре всегда имеется блок-помещение в формате open space, он поддерживает тенденции организаций деловых пространств, является зоной коммуникацией в клубно-развлекательном формате и присутствует в лекториях и образовательных хабах, как пространства для проведения лекций и выставок (рис. 3б).

– *гибкость* – принцип формирования креативных пространств, дополняющий принцип свободного планирования. Подразумевает возможность трансформации пространств в зависимости от вида деятельности. Практика показывает, что свободная планировка и возможность ее трансформации востребована на сегодняшний день, так как современная культурная программа и функциональная насыщенность требует периодические изменения в пространстве, с помощью мобильных систем и визуальных элементов интерьера (рис. 3в).

– *сочетание частных и открытых зон* является одним из важнейших принципов при проектировании. Креативные пространства представляют собой пространство для коммуникаций различного типа – не только для коллективных и масштабных коммуникаций, но и для беседы для узкого круга людей, в том числе личных разговоров по телефону (в связи с развитием технологий и мобильностью этот тип коммуникаций становится все более актуальным и востребованным). Частные и открытые зоны в креативных пространствах формируются с помощью планировочных приемов. Часть помещения проектируется открытой в формате open space, а частные зоны могут быть выделены как легким видом перегородок, так и с помощью визуальных приемов. Как правило, в различных видах креативных пространств, частная зона выделяется и имеет статус частности в разнообразных формах, зависящих от функционального назначения

креативного пространства. К примеру, приватная зона может быть представлена в виде переговорной для деловых встреч (стеклянное ограждение в общей комнате или отдельная комната) или приватная зона представляет собой зону отдыха, в которой можно провести неформальную беседу (рис. 3г).

– *сложность планировочной структуры.* Данный принцип в первую очередь позволяет отличить креативные пространства от классических общественных пространств. Креативные пространства, как правило, формируются не по принципу четких схем группирования помещений по линейной или ячеистой структуре. Креативные пространства проектируются всегда с долей сложности для возможности восприятия данного пространства с различных видовых точек, позволяющих выразить свою индивидуальность и креативную составляющую пространства (рис. 3д).

– *связность функциональных зон.* Функциональные зоны, распределенные в открытом пространстве креативной площадки, располагаются по группам, но в тоже время с визуальной связью для формирования положительного отношения друг к другу (рис. 3е).

Социальные принципы

– *принцип сотрудничества, синергии (соседские отношения)* первый социальный принцип при формировании в креативных пространствах атмосферы сотрудничества и добрососедства - именно современное соседское сообщество может сделать жизнь комфортнее, экономнее и веселее.

– *низкая степень регламентации к поведению* креативные пространства считаются площадками свободного самовыражения, именно поэтому не существует «жестких» правил поведения, главное правило – это уважение друг к другу – это определяет все остальные действия резидентов, так как в основе всех социальных принципов находится «доброе соседство». Создание пространств многообразия, сочетающего в себе различные приватные и открытые зоны, помогают резиденту самостоятельно определять свое поведение и выбрать нужное для конкретного случая (тихие зоны, мягкие зоны).

– *создание коммуникаций между разными социальными группами.* Креативные пространства перенимают одну из самых главных функций публичных пространств – это взаимодействие людей между собой и выстраивание коммуникаций, в то время как классические публичные пространства, по мнению некоторых исследователей, утрачивают эту функцию. Креативные пространства – площадка и место встречи людей нового поколения креативной формации, жаждущих новых знаний и практики, стремящихся получить больше информации и обменяться опытом именно на территории креативных пространств, так как именно там сконцентрированы одни из самых активных и идущих в ногу со временем специалистов. Здесь люди самых разных профессий и компетенций проводят лекции, выставки, семинары и воркшопы и готовы к общению с аудиторией. Коммуникация происходит как через общение, так и через визуальное восприятие экспозиций выставки или приобретение книг. Креативные пространства, как правило, работают целый город, открыты для каждого горожанина независимо от того, чем он занимается и какой имеет статус – каждый найдет тему для души и компанию для обмена мнениями и получения новой информации [5].

– *принцип игры.* Повторяя принцип существования третьего места, креативные пространства также базируются на принципах игры. Игровая концепция современной цивилизации, как возможность некоторой свободы действий и многообразия времяпрепровождений, выражается как в содержательных программах креативных программ, формах общения между резидентами, так и в художественном выражении оформления пространства.

– *неформальное общение* (третье место по Ольденбургу). Неформальное общение во многом располагает и раскрепощает человека для создания коммуникации, а коммуникация между людьми это главное, что поддерживает существование сообществ и потребность в публичных пространствах.

Объединить участников для достижения цели возможно в случае, если существует некое пространство для их взаимодействия. Ч. Лэндри говорит о городских центрах, в которых формируется городская общность и складывается самосознание горожан.

Городской центр способен устранить пространственную изоляцию социальных классов, помогая людям разных сословий, этнических групп и образов жизни взаимодействовать друг с другом. Подобные центры содействуют формированию творческих идей, позволяя одновременно отдохнуть и ощутить воздействие иной среды. Социолог приводит и примеры того, что может послужить такими центрами. Это могут быть кафе, клубы, бары, места проведения конференций и лекций – любые места, где горожанам предоставляется возможность оказаться в общественном пространстве. Также здесь упоминается и киберпространство, существование которого стало реальным благодаря Интернету. Город также должен обладать качеством и доступностью различных объектов и услуг, в особенности быть готовым предоставить исследовательские возможности, информационные ресурсы и объекты культуры [6].

– *возможность обмена опытом между резидентами.* Когда креативные люди собираются вместе, то обмен идеями между ними осуществляется намного легче, вследствие чего их индивидуальные и совокупные способности возрастают, а конечный результат значительно превосходит сумму его слагаемых. Подобная кластеризация делает более продуктивными людей, а вместе с тем и место их работы, соответственно коллективная креативность и экономическое богатство растут.

– *возможность создания междисциплинарного продукта и идей.* Прежде всего, креативные пространства позволяют встречаться на своей территории представителям разных профессий и способствуют объединению их творческих инициатив, потенциалов, идей. Данную функцию можно назвать коммуникативной, креативные пространства способствуют сближению единомышленников и обмену идеями, хотя, на первый взгляд, их формы бизнеса различаются.

– *непрерывная коммуникация между резидентами* креативных пространств. Е. Филимонова, один из создателей проекта «Ткачи», считает одним из достоинств креативных пространств то, что у арендаторов этажей в здании отсутствует единая концепция. Именно сочетание различных сфер деятельности делает пространство многогранным и интересным. Тем не менее, на территории таких объектов не представлен чистый бизнес, не имеющий креативной и event составляющей: страхование, банки, любое производство и т.п.

– *наличие культурной программы.* Креативные пространства тесно соприкасаются с культурной сферой, зачастую являются новыми центрами искусства – на территории креативных пространств часто проводятся выставки художников, музыкальные выступления, театральные постановки, показы кинофильмов и литературные чтения. Включение этих процессов в функционирование креативных пространств подтверждает мнение А. Славянской о том, что современная культура в наше время становится бизнесом – прибыльным, малодоходным или дотационным. Поэтому культура также требует организации и управления, которые осуществляются креативными пространствами [7].

Принципы художественного оформления

– *местная самобытность* – это традиции и колорит местности. Наличие своих культурных традиций может обусловить их проявлению в общественных пространствах города. Местный промысел, сложившийся тип застройки или сложившиеся традиции могут послужить отправной точкой для креативной индустрии, позволяя создавать уникальные продукты, в том числе интерьеры для демонстрации региональных особенностей.

– *предметно-информационное наполнение.* Наличие информационных стендов в интерьере и визуальная концепция интерьера служит приемом культурного обогащения резидентов и наращивания креативности через дополнительную информацию и новые тренды.

– *наличие зон с различной эмоциональной окраской (активные и нейтральные).* В зависимости от видов деятельности, происходящие на базе креативного пространства, интерьеры решаются таким образом, чтобы положительно влиять на процессы и виды деятельности, происходящих в пространствах. С помощью колористики, предметного наполнения и решения планировочной структуры выделяются активные и тихие зоны, деловые и для неформального общения и т.д. [8].

– открытость через визуальные связи. Креативное пространство, организуясь по принципу *open space*, позволяет делать помещение воздушным, связывая между собой происходящие в нем процессы и в совокупности определяя креативное пространство именно креативным, что позволяет его отличить от классических видов публичных пространств.

– *многогранность художественных трактовок*. Сложность организации пространства, использование визуальных приемов и предметов интерьера, разделяющих пространство, небанальное функциональное зонирование и планировочная структура и использование новых художественных течений, позволяют видеть множество образов в интерьерных решениях, увлекая взгляд резидента на поиск новых и новых форм и образов, что помогает ему развивать фантазию и собственную креативность [9].

– *стилистическое многообразие*. Художественное решение от ретро до модных направлений, применяемых в креативных пространствах, поддерживают принцип стилистического многообразия. Для оформления интерьера креативных пространств в зависимости от назначения помещения применяется различные стили. Но их все объединяет креативный (новаторский) уровень задумки интерьера, призванный нести информацию через визуальный концепт помещения для того, что креативный класс почерпнул для себя что-то новое и был вдохновлен на творчество, т.е., по качеству стиливого оформления креативное пространство должно соответствовать креативному классу [10].

– *инновационность* – креативные пространства являются результатом развития креативных индустрий и тем самым подтверждают экономический и технический прогресс. Применение в креативных пространствах инновационных предметов интерьера, инженерных систем и приемов инновационности является важным принципом при создании креативного пространства, так как креативные пространства – это показатель становления новой информационной и технологической эпохи.

Заключение

Значимость полученных результатов данного исследования для архитектуры состоит в выявлении принципов формирования креативных пространств, распределение их в основные блоки и подробное описание каждого из принципов. Материалы данной публикации могут лечь в основу проектирования креативных пространств и быть использованы в учебном процессе студентов, обучающихся по направлению «Архитектура».

Список библиографических ссылок

1. Новиков С. В., Денисенко Е. В. Реорганизация учебных архитектурных пространств : сб. тез. 70 Международной научной конференции по проблемам архитектуры и строительства / КГАСУ. Казань, 2018. С. 192.
2. Матушевский Н. Как создать востребованное креативное пространство: рассказывает владелец дизайн-завода Flacon // Inc : ежедн. интернет-изд. 2017. URL: <https://incrussia.ru/understand/kak-sozdat-vostrebovannoe-kreativnoe-prostranstvo-rasskazyvaet-vladelets-dizayn-zavoda-flacon/> (дата обращения: 10.10.2018).
3. Афанасьев Г. Креативная территория. Принципы построения // eRazvitie.org : интернет-изд. 2014. URL: <http://erazvitie.org/article/creative-territory2> (дата обращения: 10.10.2018).
4. Кургалин С. Д., Шершень И. В. Формирование креативной образовательной среды в вузах // Вестник ВГУ. 2016. № 1. С. 73–78.
5. Зиятдинов Т. З., Егоров Е. С. Принципы формирования креативных пространств (на примере комплекса «Чистые пруды») // Образование и наука в современном мире. Инновации. 2017. № 1. С. 327–335.
6. Елисеева Е. В. Креативные пространства как новый параметр городской жизни // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. 2016. № 3. С. 230–234.
7. Овсова Д. А., Бирюкова А. Д. Креативные пространства в городской среде и их влияние на формирование имиджа города // Социальные науки. 2017. № 4 (19). С. 117–127.

8. Virani T., Malem.W. Re-articulating the Creative Hub Concept as a Model for Business Support in the Local Creative Economy: The Case of Mare Street in Hackney // Creativeworks london working paper. 2015. № 12. P. 1–29.
9. Hans-Dieter Evers Knowledge Hubs and Knowledge Clusters: Designing a Knowledge Architecture for Development. Bonn, 2008. 21 p.
10. Matheson J., Easson G. Creative HubKit // British council : internet-edit. 2015. URL: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/blog/15/06/28/creative-hubkit-made-hubs-emerging-hubs/> (дата обращения: 12.10.2018).

Tukmakova Miliausha Ilgisovna

architect-designer

Laboratory for designing public spaces «K.Urban-bayram space»E-mail: miliushka@list.ru

The organization address: 420111, Russia, Kazan, Ostrovskogo st., 31

Fakhrutdinova Inessa Alekovna

candidate of architecture, associate professor

E-mail: fahinessa@mail.ru**Kazan State University of Architecture and Engineering**

The organization address: 420043, Russia, Kazan, Zelenaya st., 1

Architectural principles of the formation of creative spaces**Abstract**

Problem statement. Formulation of the problem. The article first discusses the principles of the formation of «creative spaces». The author has set the task of identifying the main architectural, town-planning, architectural-planning and interior-artistic principles of the formation of «creative spaces» based on the analysis of the existing literature conducted by the author on the formation of creative territories and a full-scale study of successfully functioning creative sites of leading cities of Russia (Moscow, St. Petersburg, Kazan).

Results. As a result of the study, the author identified the basic principles of the formation of creative spaces. The paper presents the architectural and town planning, architectural and planning principles and principles of artistic design.

Conclusions. The significance of the results obtained for the architecture consists in identifying the basic principles of the formation of creative sites in the urban environment. The material can be used in the design of this typology, as well as for the theoretical definition and understanding of the principles of the formation of creative spaces.

Keywords: public spaces, creative spaces, creative industries, creative clusters, coworking, anti-cafes, educational hub, lecture hall, urban environment, art-space.

References

1. Novikov S. V., Denisenko E. V. Reorganization of educational architectural spaces: Coll. tz. 70th International Scientific Conference on Architecture and Construction / KGASU. Kazan, 2018. P. 192.
2. Matushevsky N. How to create a sought-after creative space: says the owner of the design factory Flacon // Inc: daily : internet-ed. 2017. URL: https://incussia.ru/understand/kak-sozdat-vostrebovannoe-kreativnoe-prostranstvo_rasskazyvaet-vladelets-dizayn-zavoda-flacon/ (reference date: 10.10.2018).
3. Afanasyev G. Creative territory. Principles of construction // eRazvitie.org : internet-ed. 2014. URL: <http://erazvitie.org/article/creative-territory2> (reference date: 10.10.2018).
4. Kurgalin S. D., Shershen I. V. Formation of a creative educational environment in universities // Vestnik VSU. 2016. № 1. P. 73–78.

5. Ziyatdinov T. Z., Egorev E. S. Principles of formation of creative spaces (on the example of the «clean ponds» complex) // Education and science in the modern world. Innovation. 2017. № 1. P. 327–335.
6. Eliseeva E. V. Creative spaces as a new parameter of urban life // Bulletin of young scientists of St. Petersburg State University of Technology and Design. 2016. № 3. P. 230–234.
7. Ovsova D. A., Biryukova A. D. Creative spaces in the urban environment and their influence on the formation of the image of the city // Social Sciences. 2017. № 4 (19). P. 117–127.
8. Virani T., Malem. W. Re-articulating Business in Hackney // Creativeworks london working paper. 2015. № 12. P. 1–29.
9. Hans-Dieter Knowledge Hubs and Knowledge Clusters: Designing a Knowledge Architecture for Development. Bonn, 2008. 21 p.
10. Matheson J., Easson G. Creative HubKit // British council : internet-edit. 2015. URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/blog/15/06/28/creative-hubkit-made-hubs-emerging-hubs/> (reference date: 12.10.2018).