

Э.Р. НИЗАМИЕВА<sup>1</sup><sup>1</sup>ФГБОУ ВО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет», г. Казань, Россия

## РОЛЬ КРЕАТИВНЫХ ПРОСТРАНСТВ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

***Аннотация.** Современное рабочее место и пространство, в котором оно находится, динамично меняется и модифицируется последние годы. Технологический прогресс, в моменте которого мы живем и работаем, предоставляет людям одновременно массу возможностей, но также делает вызовы, на которые приходится отвечать. Многие настолько видоизменили свои рабочие места, что еще 20 лет назад, офисным работникам было бы сложно вообразить. Фрилансеры и специалисты креативных профессий сегодня могут работать почти везде: в парке, в кафе, в метро, дома, и в любом другом месте, где придет идея и выдаться возможность. Креативный класс, кроме всего прочего, начал очень цениться и многие мировые бренды ведут «охоту» за ценными кадрами, создающими новые продукты. Для креативного профессионала – важна динамика и вариативность, адаптивность пространства под различные задачи. Так, появились коворкинги и креативные пространства, где свободные профессионалы могли снимать себе в аренду стол и стул на день или на месяц и не быть «привязанным» к одному месту на долго, ни финансово, ни юридически. Многие компании и офисы начали внедрять в дизайн интерьера своих пространств креативные приемы, делать пространство «гибким» и неформальным, создавать зоны для общения и смены обстановки, отдыха и места для проведения «мозговых-штурмов». Данная тенденции каждым годом набирает все больший интерес и создаются новые места, отвечающие вызовам современности. В исследовании рассмотрены виды креативных пространств, способы модификации традиционных деловых пространств (офисов) с целью создания в них творческой атмосферы. На примере реализованного проекта, наглядно показаны принципы и подходы в проектировании пространств для креативных специалистов.*

**Ключевые слова:** креативный класс 1, креативная площадка 2, креативная среда 3, офис 4, коворкинг 5.

E.R. NIZAMIEVA<sup>1</sup><sup>1</sup>Kazan State University of Architecture and Engineering, Kazan, Russia

## ROLE OF CREATIVE SPACES AND FEATURES OF THEIR DESIGN

***Abstract.** The modern workplace and the space in which it is located has been dynamically changing and modifying in recent years. Technological progress, in which we live and work, provides people with a lot of opportunities at the same time, but also creates challenges that must answered to them. Many have changed their workplaces so much that 20 years ago, office workers would have been hard to imagine. Freelancers and creative professionals today can work almost anywhere: in a park, in a cafe, in the subway, at home, and anywhere else where an idea comes up and an opportunity arises. The creative class, among other things, began to be highly valued, and many global brands are "hunting" for valuable personnel creating new products. For a creative professional, dynamics and variability, adaptability of space for various tasks are important. So, coworking spaces and creative spaces appeared, where free professionals could rent a table and chair for a day or a month and not be "tied" to one place for a long time, either financially or legally. Many companies and offices began to introduce creative techniques into the interior design of their spaces, make the space "flexible" and informal, create areas for communication and change of scenery, recreation, and places for brainstorming. This trend is gaining more and more interest every year and new places are being created that meet the challenges of our time. The study examines the types of creative spaces, ways of modifying traditional business spaces (offices) to create a creative atmosphere in them. On the example of the implemented project, the principles, and approaches in the design of spaces for creative specialists are clearly shown.*

*Keywords: creative class 1, creative platform 2, creative environment 3, office 4, coworking space 5.*

### **Введение**

В наше время очень ценится креативный подход к любому делу, который позволяет решать возникающие задачи нестандартным путем, что в ряде случаев бывает наиболее эффективно.

Коммерческие компании стремятся привлекать креативных людей, способных находить новые подходы и оригинальные решения. Для организации деятельности таких специалистов на предприятиях создаются креативные площадки разного формата.

Творческие личности могут работать индивидуально, но тем не менее нуждаются в общении и творческом взаимодействии с другими людьми. Для этого организуются городские общественные пространства – чаще всего так называемые коворкинги, которые в последнее время стали более свободными, многофункциональными и трансформируемыми под различные задачи.

Целью данного исследования является отобразить важность создания креативных площадок и их роль в экономиках городов и стран. Привлечь внимание профильных специалистов, показать, как растет запрос общества к дизайнерам и архитекторам на создание и оформление креативных пространств, так как именно через дизайн интерьера создается творческая атмосфера. Определить какими методами и проектными решениями реализуется среда, дизайн интерьера помещений для креативных специалистов.

### **Материалы и методы типологизации креативных площадок**

В данном исследовании мы рассмотрим основные критерии и требования, предъявляемые к дизайну подобных площадок, предложим некоторые пути их решения.

В работе «Креативный класс» Ричарда Флориды [1] большое внимание уделено созданию правильных, благоприятных условий для творческих людей для того, чтобы они могли концентрироваться максимально на своем проекте (работе), не отвлекаясь на внешние факторы, на создание благоприятных условий для жизни. В книге «Креативный город» Чарльз Лэндри [2], написанной в начале XXI века, описывается важность роли креативного класса в развитие города и как современные города должны трансформироваться, чтобы не потерять актуальность для своих жителей и быть удобными, отзывчивыми современным требованиям.

В работе М.А. Каменских [3] даны основные мировые классификации креативных индустрий, а также подходы к определению понятия «креативные индустрии». Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России доступно изложены в работе Белокрылова О.С. и Дубской Е.С. [4].

В этой статье проведен анализ наиболее популярных форматов рабочих пространств за последние десять лет. Даны определения основных форматов, их особенности и методы применения.

### **Результаты**

В исследование были рассмотрены существующие креативные пространства [5-12]. Можно выделить следующие виды таких пространств в зависимости от их того, кто является организатором работы:

- Коворкинги и multifunctional площадки открытого типа. Помещения, в которых человек может работать индивидуально, когда ему удобно.
- Кластеры или резиденции креативных индустрий. Самостоятельные пространства с похожим набором функций как в офисе, но отличие в том, что они предоставляют услугу всем, фрилансерам и начинающим компаниям. Могут содержать

в себе такие функции как мини-офисы/ кабинеты/ инкубаторы для вновь созданных команд/ стартапов, коворкинг, лекторий, выставку и пр.

- Офисы. Люди работают в одной компании (учреждении, организации). Теперь рассмотрим каждый из видов креативных пространств подробнее.

### **Коворкинги**

В этих пространствах предоставляется возможность для работы фрилансерам, индивидуальным специалистам [13]. Здесь же они могут знакомиться и общаться с другими людьми, обмениваться информацией, получать новые знания, идеи, возможности. Существование таких площадок благоприятно сказывается на деятельности креативного класса.

### **Кластеры или резиденции креативных индустрий**

Это большие пространства, которые подобны офисам, но предназначены они для общего пользования на коммерческой основе.

Данные площадки содержат все такие функции, как:

- Мини-офисы/ кабинеты/ инкубаторы для вновь созданных команд/ стартапов.
- Коворкинг.
- Зоны для лекций, презентаций. Так как это нерегулярные функции, данное пространство может с лёгкостью трансформироваться в дополнительные зоны коворкинга или выставочные зоны.
- Выставочные пространства. Здесь команды могут презентовать свои идеи и проекты на протяжении какого-то времени. Роль таких пространств могут выполнять выставочные стенды или какие-либо транзитные зоны.
- Малые переговорные. В них проводятся конфиденциальные переговоры, осуществляются телефонные звонки и т. п.
- Большая переговорная для совещаний и конфиденциальных презентаций.

Главным требованием к ним является возможность их обновляемости, так как начинающие компании со временем крепнут и переходят в собственные офисы, а на данные площадки приходят другие новички со своими потребностями по организации пространства.

### **Офисы**

Офис в классическом понимании представляли собой пространство, предназначенное под посадочные, рабочие места, в очень унифицированном, однообразном виде и минимум дополнительных пространств с различным функционалом, идущих в дополнении к рабочим местам. Дополнительные помещения были стандартными: комнаты для дам и джентльменов, возможно помещение для приема пищи, переговорные комнаты [14].

Традиционные офисы мало способствуют созданию творческой атмосферы и продуцированию креативных идей. Поэтому у крупных передовых компаний сегодня возникает новые требования к офисам.

Сейчас офисные пространства часто трансформируются в более просторные, неформальные с гибким подходом к функциональному насыщению и использованию, чтобы компании имели возможность изменять их в зависимости от своих потребностей.

В связи с тем, что работники проводят в офисах много времени, в оформлении и обустройство офисных пространств внедряется концепция размытия границ между офисом и домом.

Многие компании уделяют большое внимание обустройству кухонь, зон приема пищи и отдыха. Здесь можно провести короткие разговоры во время кофе-брейка или обеденного перерыва, завести новые знакомства.

В ряде компаний создаются условия для поддержания здоровых привычек с комнатами для медитации, молельные комнаты, комнаты для гимнастики или занятий спортом, специальными душевыми, комната для командных игр.

Для совместного решения рабочих вопросов также организуются различные помещения, такие как:

- Зоны для лекций, презентаций.
- Выставочные пространства.
- Малые переговорные.
- Большая переговорные и залы для презентаций.

Таким образом, современный офис – это не только помещение, в котором располагаются рабочие места сотрудников. Дополнительные функции офиса вкупе занимают больше места, нежели площади рабочих мест. Можно сказать, что основной функционал офиса уже не рабочие места, а места коммуникации и вдохновения.

Так офисы компании Google оснащены различными кафе и местами приема пищи, спортзалами, залами для йоги и медитации. Внутри офиса создается целая экосистема.

Конечно, речь тут идет о крупной компании с коллективом в несколько тысяч человек, но это можно считать эталоном современного офиса, к которому стоит стремиться.

### **Обсуждение**

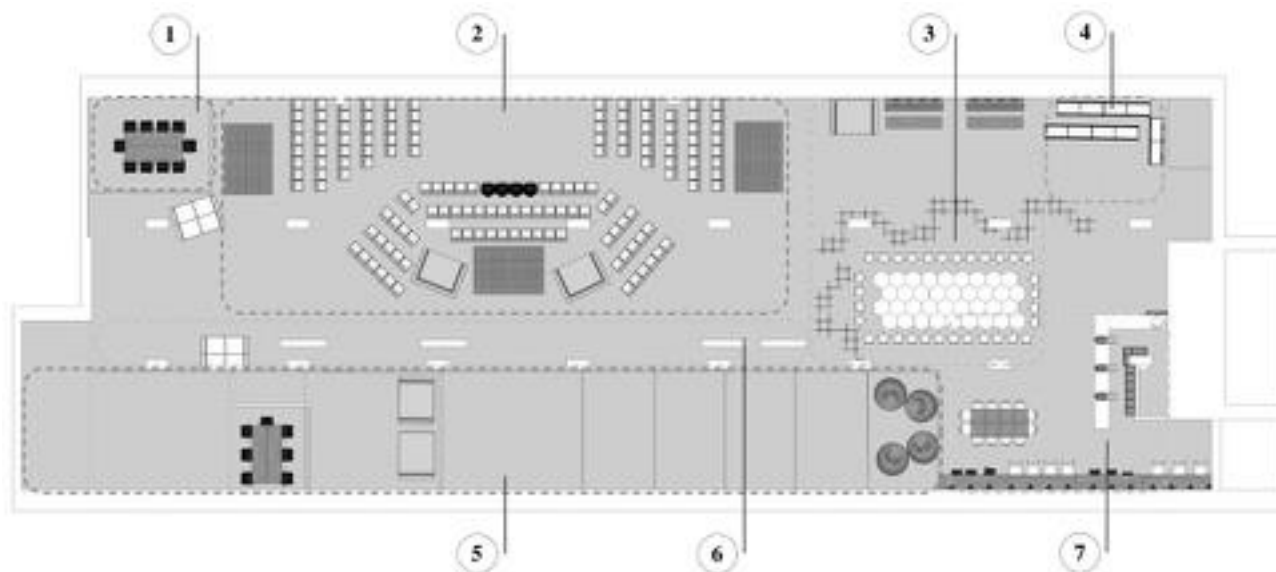
В данной статье даны определения основным видам рабочих пространств и рассмотрели, как рабочее место трансформировалось за последние десять лет. Как геополитические и экономические изменения по всему миру изменили вектор востребованности в креативных, творческих специалистах, какую роль они начали играть в экономиках городов. Важную роль в развитии креативных индустрий играют сами города, рабочие пространства в них и, несомненно, применяемые технологии.

Изначально внимание к креативным индустриям было продиктовано таким объективным процессом, как переход к постиндустриальному развитию, появлению новых сфер, в первую очередь информационного сектора. Подобные тенденции провоцируют расширение видов деятельности, в первую очередь в сфере услуг, изменения в требованиях к работникам, в представлениях о рабочем месте и границах рабочего дня. Так как современная экономика по существу является экономикой знаний, на первый план выходят способности и умения наемной рабочей силы: интеллект, творчество и т.д. С удорожанием информации более остро встает вопрос о защите интеллектуальной собственности.

В 1950–1960-х гг. в Европе и США начинается процесс деиндустриализации. Многие отрасли промышленности активно перемещаются в страны с более дешевой рабочей силой. Вместе с этим начали освобождаться производственные помещения, которые в дальнейшем не использовались [15]. Также многие работники оставались незанятыми. Все это породило так называемые экономические ниши, которые могли использоваться для производства новых товаров и услуг. За рубежом в 1960-е гг. начинается поиск новых приоритетов развития. Таковыми стали творческие индустрии. Благодаря способности увидеть новые ценности в традиционно затратных отраслях появился новый импульс в развитии. Творческий сектор, считавшийся второстепенным в экономическом развитии, стал рассматриваться как мощный производительный ресурс. Опустевшие помещения фабрик и заводов становятся центрами развития креативных индустрий, современного искусства, музеями, галереями [12]. Надо учесть, что это повлияло в свою очередь на структуру занятости, формы занятости и организации труда, а также источники доходов [3].

Рассмотрим наглядно применение основных принципов формирования креативной

среды на примере реализации проекта Резиденции креативных индустрий "ШТАБ», который разместился в помещении бывшей фабрики одежды в городе Казань (см. рисунок 1).



Резиденция креативных индустрий «ШТАБ», г. Казань, автор проекта: Низамиева Э.Р.

**Рисунок 1 – План Резиденции креативных индустрий «ШТАБ», г. Казань, автор: архитектор Низамиева Э.Р.**

Экспликация:

1. Переговорная, зал для конфиденциальных презентаций, совещаний, проведения мастер классов и пр.;
2. Лекционный трансформируемый зал, оборудован акустической и презентационной системами (колонки, микрофоны, звуковые панели, проектор и пр.), с легкостью может трансформироваться из малого зала на 20 человек в общий зал на 100 и более слушателей;
3. Трансформируемая зона коворкинга с индивидуальными посадочными местами, которая также при необходимости может выполнять различные функции;
4. Мобильные стеллажи для внутренней библиотеки или небольшого книжного магазина;
5. Мини-офисы/ инкубаторы для размещения молодых команд стартапов;
6. Мобильные стенды, образующие функцию выставочного пространства;
7. Кофейня, являющая частью коворкинга, здесь же копи-центр.

Данный проект реализован в 2015 году, площадка активно развивается и расширяет круг своих пользователей. На площадке проводятся лекции, семинары и мастер-классы, презентации и конференции, параллельно с этим в мини-боксах работают и творят молодые команды, воплощая в жизнь свои амбициозные задумки, а те, кто еще не сформировал свою команду, располагаются в коворкинге. Также на площадке часто проводят городские маркеты и мероприятия различного формата, вплоть до показа мод (см. фото 1, 2, 3).



*Фото 1 - Вид на зону кофейни и мини-офисы/инкубаторы. Автор проекта: архитектор Низамиева Э.Р.  
(автор фотографии: usolt)*



*Фото 2 - Лекционный зал. Автор проекта: архитектор Низамиева Э.Р.  
(автор фотографии: РКИ «ШТАБ»)*



*Фото 3 - Мобильные стенды для организации выставки. Автор проекта: архитектор Низамиева Э.Р. (автор фотографии: РКИ «ШТАБ»)*

### **Выводы**

Для создания отзывчивого, интерактивного пространства для работы, коммуникации и развития необходимо учесть множество факторов и особенностей, как самой проектной территории, так и тех, кто будет в нем работать. Но, в то же время, можно выявить ключевые особенности создания креативных пространств, которые позволят специалистам сформировать индивидуальную концепцию для любого проекта:

Одно пространство должно выполнять как можно больше функций. Важную роль играет возможность трансформации пространства под различные задачи, поэтому лучше использовать для создания их интерьеров лёгкие конструкции, которые позволяют при необходимости менять пространство.

Пространство должно быть открытым. При его зонировании, установке какие-либо перегородок и условных границ между зонами важна их лёгкость, прозрачность в буквальном смысле, тем самым передается философия открытости, свободы подобных пространств, открытость пользователей этих пространств к общению, к новым взаимодействиям.

Важен подход к воплощению стандартных офисных функций в новой интерпретации. Это могут быть нестандартные визуальные решения в интерьере, когда применены предметы интерьера изготовлены из нетипичных материалов, имеют нестандартный цвет или необычную форму, к примеру не прямоугольные рабочие столы, а в виде сот, которые при необходимости можно объединить в большой стол для переговоров.

Таким образом, при оформлении креативных пространств необходимо стремиться к созданию условий для комфорта и плодотворной работы креативных специалистов таким образом, чтобы они могли эффективно решать рабочие вопросы, общаться и взаимодействовать. Также очень важно сделать креативные пространства гибкими и способными к трансформации. При их оформлении приветствуются нестандартные подходы.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. 421 с.
2. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. 399 с.
3. Каменских А.М. Исследование понятия креативных индустрий и оценка их влияния на экономическое развитие России // Экономический анализ: теория и практика. 2014. №8 (359). С. 62–68.
4. Белокрылов О.С., Дубская Е.С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России // Экономическая теория. TERRA ECONOMICUS. 2013. Т.11. №4. Ч. 2. С. 5–11.
5. Новикова С.К. Креативная экономика как драйвер роста: Мировой и Российский опыт // Новые технологии. 2019. №2 (48). С. 175–184. DOI: 10.24411/2072-0920-2019-10217
6. Культурологический журнал // Cr-journal.ru: электронное интернет-изд. 2010. [Электронный ресурс]. URL: [http://cr-journal.ru/rus/journals/110.html&j\\_id=9](http://cr-journal.ru/rus/journals/110.html&j_id=9) (дата обращения: 25.04.2021).
7. Культура и креативность // Culturepartnership.eu: ежеднев. Интернет-изд. 2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/11-steps> (дата обращения: 25.04.2021).
8. Креативная экономика Москвы в цифрах НИУ ВШЭ // Measurecreativity.hse.ru: Электронный сайт исследования. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://measurecreativity.hse.ru/#about> (дата обращения: 25.04.2021).
9. Боровинская Д. Н. Креативное мышление: Основные направления исследования // Вестник ТГУ Философия. Социология. Политология. 2017. №40. С. 22–32. DOI: 10.17223/1998863X/40/2
10. Голубова В.М. Исследования природы креативного мышления и креативности личности // Фундаментальные исследования. 2015. №2. Ч. 5. С. 1067–1071.
11. Исследование влияния креативных индустрий на экономику // Asi.ru: интернет-сайт. 2012. [Электронный ресурс]. URL: <https://asi.ru/news/159535/> (дата обращения: 25.04.2021).
12. Зеленцова Е.В., Мельвилль Е.Х. Развитие творческих индустрий в России: проблемы и перспективы // Культурологический журнал. 2011. №4. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.cr-journal.ru/files/file/02\\_2012\\_13\\_15\\_13\\_1328606113.pdf](http://www.cr-journal.ru/files/file/02_2012_13_15_13_1328606113.pdf) (дата обращения: 25.04.2021).
13. Гимадеева Я.Н., Киносьян Н.С. Классификационные особенности коворкинг-пространств. Казанский опыт внедрения в структуру города // Известия КГАСУ. 2020. №2 (52). С. 168–176.
14. Клинова А.В., Матовников С.А. Архитектурно-дизайнерские решения офисов и центров занимающихся инновационными и компьютерными технологиями // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). 2020. №4 (73). С. 30–37.
15. Дианова-Клокова И.В., Метаньев Д.А. Индустриальные объекты – инновационное преобразование // Academia. Архитектура и строительство. 2020. №3. DOI: 10.22337/2077-9038-2020-3-55-65

**REFERENCES**

1. Florida R. Kreativnyj klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee [Creative class: people who change the future]. M: Publishing house "Classic-XXI", 2005. 421 p. (rus)
2. Landry C. Kreativnyj gorod [Creative city]. M: Publishing house "Classic-XXI", 2011. 399 p. (rus)
3. Kamenskikh A.M. Issledovanie ponyatiya kreativnyh industrij i ocenka ih vliyaniya na ekonomicheskoe razvitie Rossii [Research of the concept of creative industries and assessment of their impact on the economic development of Russia] Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika. 2014. No. 8 (359). Pp. 62–68.
4. Belokrylov O.S., Dubskaya E.S. Mirovoj opyt formirovaniya kreativnoj ekonomiki i vozmozhnosti ego ispol'zovaniya v Rossii [World experience in the formation of a creative economy and the possibility of its use in Russia] Ekonomicheskaya teoriya. TERRA ECONOMICUS. 2013. T.11. No. 4. Part 2. Pp. 5–11.
5. Novikova S.K. Kreativnaya ekonomika kak drajver rosta: Mirovoj i Rossijskij opyt [Creative economy as a driver of growth: World and Russian experience] Novye tekhnologii. 2019. No. 2 (48). Pp. 175-184. DOI: 10.24411 / 2072-0920-2019-10217
6. Cultural journal. Cr-journal.ru: electronic Internet ed. 2010. [Electronic resource]. URL: [http://cr-journal.ru/rus/journals/110.html&j\\_id=9](http://cr-journal.ru/rus/journals/110.html&j_id=9) (date of access: 25.04.2021).
7. Culture and creativity. Culturepartnership.eu: daily. Internet ed. 2015. [Electronic resource]. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/11-steps> (date accessed: 04/25/2021).
8. The creative economy of Moscow in figures from the Higher School of Economics. Measurecreativity.hse.ru: Electronic research site. 2020. [Electronic resource]. URL: <https://measurecreativity.hse.ru/#about> (date of access: 25.04.2021).
9. Borovinskaya D.N. Kreativnoe myshlenie: Osnovnye napravleniya issledovaniya [Creative thinking: The main directions of research] Vestnik TGU Filozofiya. Sociologiya. Politologiya. 2017. No. 40. Pp. 22–32. DOI: 10.17223 / 1998863X / 40/2



10. Golubova V.M. Issledovaniya prirody kreativnogo myshleniya i kreativnosti lichnosti [Research of the nature of creative thinking and creativity of the individual] Fundamental'nye issledovaniya. 2015. No. 2. Part 5. Pp. 1067–1071.
11. Research of the influence of creative industries on the economy. Asi.ru: Internet site. 2012. [Electronic resource]. URL: <https://asi.ru/news/159535/> (date of access: 25.04.2021).
12. Zelentsova E.V., Melville E.Kh. Development of creative industries in Russia: problems and prospects // Cultural journal. 2011. No. 4. [Electronic resource]. URL: [http://www.cr-journal.ru/files/file/02\\_2012\\_13\\_15\\_13\\_1328606113.pdf](http://www.cr-journal.ru/files/file/02_2012_13_15_13_1328606113.pdf). (date of access: 25.04.2021).
13. Gimadeeva Ya.N., Kinosyan N.S. Klassifikacionnye osobennosti kovorking-prostranstv. Kazanskij opyt vnedreniya v strukturu goroda [Classification features of coworking spaces. Kazan experience of implementation in the city structure] Izvestiya KGASU. 2020. No. 2 (52). Pp. 168-176.
14. Klinova A.V., Matovnikov S.A. Arhitekturno-dizajnerskie resheniya ofisov i centrov zanimayushchihsvya innovacionnymi i komp'yuternymi tekhnologiyami [Architectural and design solutions of offices and centers dealing with innovative and computer technologies] Evrazijskij Soyuz Uchenyh (ESU). 2020. No. 4 (73). Pp. 30–37.
15. Dianova-Klokovala I.V., Metanyev D.A. Industrial'nye ob"ekty – innovacionnoe preobrazovanie [Industrial objects - innovative transformation] Academia. Arhitektura i stroitel'stvo. 2020. No. 3. DOI: 10.22337 / 2077-9038-2020-3-55-65

### Информация об авторе:

**Низамиева Эльмира Равилевна**

ФГБОУ ВО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет», г. Казань, Россия, аспирант кафедры архитектурное проектирование.

E-mail: [nizamieva.elmira@gmail.com](mailto:nizamieva.elmira@gmail.com)

### Information about author:

**Nizamieva Elmira R.**

Kazan State University of Architecture and Engineering, Kazan, Russia, postgraduate student of the Department of Architectural Design.

E-mail: [nizamieva.elmira@gmail.com](mailto:nizamieva.elmira@gmail.com)