

ГОРОДСКИЕ ПРОЕКТЫ И РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ

УДК 332.145

Бурмич Артём Константинович,

студент магистратуры,

кафедра экономики и управления строительством и рынком недвижимости,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

Бараненко Дарья Геннадьевна,

студент магистратуры,

кафедра экономики и управления строительством и рынком недвижимости,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

КРЕАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК СПОСОБ РЕАБИЛИТАЦИИ ЗАБРОШЕННЫХ ЗДАНИЙ

Аннотация:

В данном исследовании поднята популярная, но малоизученная роль креативных пространств в городской среде. Приведены теоретические основы термина «креативное пространство» и его синонимы. Проанализирован отечественный опыт создания и использования креативных пространств в России. Изучены факторы, влияющие на успешность создания креативных пространств путем ревитализации заброшенных зданий. Приведены рекомендации по созданию и развитию креативных пространств в заброшенных зданиях.

Ключевые слова:

Креативное пространство, ревитализация, креативный кластер, арт-пространство.

В последние десятилетия все больше внимания уделяется вопросам ревитализации заброшенных зданий. С одной стороны заброшенные здания – это пустующие объекты, омрачающие облик городов, унылые символы упадка и запустения, с другой – представляют собой потенциал для создания новых функциональных пространств, они могут стать катализатором позитивных изменений, если подойти к их использованию с умом. Одним из перспективных направлений ревитализации является создание в заброшенных зданиях креативных пространств.

Актуальность исследования обусловлена недостаточной изученностью теоретических основ и эмпирических данных, касающихся использования креативных пространств как способа реабилитации заброшенных зданий.

Цель исследования заключается в комплексном анализе феномена креативных пространств в контексте ревитализации заброшенных зданий.

Задачи исследования:

- определить теоретические основы феномена креативных пространств;
- проанализировать отечественный опыт создания креативных пространств в заброшенных зданиях;
- выявить факторы, влияющие на успешность ревитализации заброшенных зданий с помощью создания креативных пространств;
- разработать рекомендации по созданию и развитию креативных пространств в заброшенных зданиях.

Методы исследования:

- анализ научной литературы;
- сравнительный анализ;
- кейс-стади.

Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе феномена креативных пространств в контексте ревитализации заброшенных зданий, а также в разработке рекомендаций по созданию и развитию таких пространств.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов для разработки эффективных стратегий ревитализации заброшенных зданий с помощью создания креативных пространств.

Этапы исследования

Теоретические основы. Анализ источников по теме выявил, что термины «креативное пространство», «арт-пространство» и «креативный кластер» зачастую используются как синонимы. Тем не менее, некоторые исследователи отмечают разницу в масштабах, предлагая использовать термин «креативное пространство» для объектов, занимающих одно или несколько зданий, а «кластер» – для более крупных территорий, имеющих общегородское значение [1].

Креативные пространства относятся к категории «третьих мест» по классификации американского социолога Рэя Ольденбурга.

Согласно его теории, городское пространство делится на три типа:

1. «Первое место» – жилое пространство.
2. «Второе место» – рабочее/образовательное пространство.
3. «Третье место» – общественное пространство.

Несмотря на то, что «третьим местам» обычно отводится нефункциональная, развлекательная роль, Ольденбург подчеркивал их важность в следующих аспектах [2]:

- создание нейтральной, свободной среды, уравнивающей людей и предоставляющей возможности для отдыха и встреч;
- организация пространства для неформального общения и налаживания доверительных социальных контактов;
- создание психологического комфорта и особой атмосферы – «дом вдали от дома» («home away from home»).

Таким образом, креативные пространства, будучи «третьими местами», не только предоставляют возможности для творчества и самовыражения, но и играют важную роль в социальной жизни города.

Также кандидат философских наук Д. Н. Суховская в своих трудах отмечает, что следует выделять несколько основных целей функционирования креативных пространств в городской среде, когда речь заходит о необходимости их создания. Выделяется несколько таких целей [3]:

1. Обеспечение творческой молодежи (креативному классу) среды, богатой возможностями для обучения, самообучения, обмена навыками, экспериментирования и реализации собственного видения города, мира.
2. Направление накопленной энергии дискомфорта и творческого поиска, противоречия между искомым и существующим настоящим на реализацию сценариев будущего на нескольких отдельно взятых экспериментальных площадках.
3. Трансляция наиболее успешных решений конкретных задач (в сфере IT, живописи, управления ресурсами или градостроительства), апробированных в «креативных пространствах» в большую по масштабу среду района, города, республики.
4. Восполнение рабочих мест в традиционной промышленности: порядка 30 % трудоспособного населения в развитых городах мира занято в творческих профессиях.
5. Вывод депрессивных городских районов из депрессивного положения.
6. Повышение туристической привлекательности города.

По словам Тоби Хаям, основателя Creative Space Management, «в креативном пространстве должны быть все необходимые для комфортной работы условия, такие как кафе и удобные стулья, это понятно, но самое важное — культура, вернее, дух сотрудничества, его тоже можно спроектировать» [4], по мнению автора, поддержание и развитие творческой активности возможно при условии проектирования «духа сотрудничества», который в полной мере позволят создать современные многоструктурные креативные городские пространства, такие как лофты, зоны коворкинга и арт-территории, арт-кварталы, дизайнерские ритейл-стрит, центры современного искусства.

Углубляясь в теоретические основы креативного пространства, мы вывели функции, типы и факторы успеха креативных пространств (см. таблицу).

Таблица – Функции, типы, факторы успеха и преимущества креативных пространств заброшенных зданий

Функции	<i>Поддержка творческой деятельности:</i> предоставляют людям ресурсы, инструменты и пространство для реализации своих творческих идей. <i>Развитие креативной экономики:</i> стимулируют создание новых рабочих мест, привлечение инвестиций и развитие креативных индустрий. <i>Социальная интеграция:</i> создают условия для взаимодействия людей из разных социальных групп, способствуя социальной интеграции. <i>Повышение качества городской среды:</i> преобразуют заброшенные здания в привлекательные и функциональные места, улучшая облик города. <i>Воспитание креативного мышления:</i> способствуют развитию творческих навыков и нестандартного мышления у людей
---------	--

Типы	<i>По функциональному назначению:</i> арт-центры, коворкинг-зоны, мастерские, пространства для проведения мероприятий, образовательные центры, музеи, библиотеки и т. д. <i>По целевой аудитории:</i> для детей, молодежи, взрослых, людей с ограниченными возможностями, представителей творческих профессий и т. д. <i>По масштабу:</i> от небольших помещений до крупных комплексов.
Факторы	<i>Уникальная концепция:</i> пространство должно иметь свою «изюминку», отличающую его от других. <i>Продуманное планирование:</i> пространство должно быть функциональным, удобным и безопасным. <i>Создание сообщества:</i> важно формировать вокруг пространства активное сообщество людей, разделяющих его ценности. <i>Эффективное управление:</i> пространство должно управляться профессиональной командой
Преимущества	<i>Низкая арендная плата:</i> это позволяет сделать пространство более доступным для творческих людей и начинающих предпринимателей. <i>Большая площадь:</i> заброшенные здания часто предлагают достаточно много места для различных мероприятий. <i>Уникальная атмосфера:</i> заброшенные здания могут создать неповторимую атмосферу, вдохновляющую на творчество

Таким образом, использование заброшенных зданий для создания креативных пространств является перспективным и актуальным направлением развития городов.

Отечественный опыт создания креативных пространств. Одним из наиболее ярких примеров реализации креативного пространства на территории заброшенного здания может считаться проект центра дизайна «ARTPLAY», запущенный в 2003 г. В 2008-м ARTPLAY переехал на территорию бывшей промзоны в районе Курского вокзала Москвы, и теперь представляет собой комплекс из десятка строений в стиле лофт. Центр дизайна Artplay – первое креативное пространство Москвы, собравшее в своих зданиях более 65 000 м² выставочных площадей. Центр дизайна Artplay сочетает в себе инновационные идеи, индустриальную эстетику и культурную динамику. В состав кластера входят:

- архитектурные и дизайнерские бюро;
- шоурумы;
- офисы;
- университет креативных индустрий;
- Открытый музей;
- выставочные пространства;
- студии;
- заведения общепита и др.

На территории кластера работают около 450 арендаторов, преимущественно специализирующихся в сфере архитектуры и дизайна. Проводятся мультимедийные выставки, городские фестивали и практикумы.

Не менее ярким представителем удачных проектов создания креативного пространства считается дизайн-завод «Флакон» – проект, реализованный на территории бывшего хрустально-стеклянного завода в Москве в 2009 г. Площадь пространства составляет порядка 25 000 кв. м. и включает в себя творческий кластер, объединяющий на своей территории дизайнерские студии, архитектурные бюро, ремесленные мастерские, магазины модной одежды и аксессуаров, образовательные и коворкинг-центры, кафе, бизнес-пространства и арт-объекты. Площадки Дизайн-завода сегодня пользуются большой популярностью для проведения городских событий: фестивалей, маркетов, выставок, спектаклей, а также масштабных видео- и фотосъёмок. Можно выделить несколько особенностей данной территории:

- открытое пространство: короткий проход к метро «Дмитровская», отсутствие заборов;
- комфортная и постоянно развивающаяся инфраструктура: парковка, каршеринг, городская велопарковка, отдельная пешеходная зона;
- зелёные зоны для отдыха;
- открытые спортивные площадки;
- создание уникального ритейл-пространства и рабочих условий для креативного сообщества;
- новый формат мероприятий для горожан с привлечением самобытных проектов из разных сфер культуры, бизнеса и искусства.

Факторы, влияющие на успешность ревитализации заброшенных зданий с помощью создания креативных пространств. А. В. Коровин пишет, что внедрение «креативных пространств» в ткань города способно менять его облик, способствовать развитию среднего разнообразия, давать шанс на творческое развитие и самореализацию людей, превращая ранее мало презентабельные районы в центры активности [4]. Исследователем выделяются следующие факторы успеха креативного кластера являются:

1. *Историко-культурные:* для успешной работы креативного кластера на основе заброшенных ранее промышленных территорий необходимо культивировать аутентичность объекта, сохранять его самобытность и общий антураж. Сохранение «духа места» положительно скажется на атмосфере креативного пространства,

подчёркивая индивидуальность территории, сформированной историческими и культурными событиями. Это подчёркивает наличие общего массового культурного контекста у горожан, обуславливающего его проявление в городском пространстве, а также дает креативной индустрии стимул создавать и демонстрировать новые уникальные продукты.

2. *Социальные*: демография, соотношение полов и возрастов в рамках отдельной территории. Необходимо понимать контингент территории и потенциальных пользователей объекта для определения дальнейшей его деятельности. Вместе с тем организация публичного пространства должна предусматривать баланс различных возрастных групп, обеспечивающих обмен 10 множеством мнений и взглядов. Взаимодействие с другими людьми, создание условий и пространств для этого – важный подход к организации креативной среды.

3. *Инфраструктура общественного обслуживания*: функциональная насыщенность территорий, наличие центрального объекта, который может послужить основанием для создания креативной среды. Невозможно создать креативное пространство без подосновы, иначе такое пространство не будет пользоваться спросом.

4. *Обустройство городских территорий*: наличие отличительных особенностей по сравнению с другими общественными пространствами, отсутствие типовых элементов, материалов, серийности. Креативное пространство – уникальное пространство, совмещающее в себе «дух места» и элементы современной культуры и искусства.

5. *Природно-климатические*: принципы формирования архитектурных сооружений и благоустройства открытого городского пространства, защита от осадков, сильного ветра и других явлений.

Рекомендации по созданию и развитию креативных пространств в заброшенных зданиях.

1. Оценка и планирование:

1.1. Необходимо проводить тщательную оценку:

- изучить историю здания, его текущее состояние, наличие опасных элементов, возможные ограничения и нормы;
- оценить потенциальные возможности используя его архитектурные особенности, местоположение и размер;
- провести анализ целевой аудитории и их потребностей, чтобы создать пространство, соответствующее их интересам.

1.2. Необходимо разработать четкий план:

- определить цели и задачи креативного пространства, учитывая его будущее использование (например, художественные студии, коворкинг, театральные площадки);
- составить пошаговый план реконструкции, учитывающий бюджет, этапы работы и необходимые разрешения;
- разработать бизнес-план, охватывающий стратегии финансирования, управления и маркетинга.

2. Сотрудничество и привлечение средств:

2.1. Необходимо сотрудничать с местным сообществом:

- вовлекать заинтересованных сторон, таких как художники, предприниматели, жители окрестностей, в процесс планирования и развития;
- сформировать консультативный совет или группу поддержки для получения обратной связи и помощи;
- рассмотреть возможность создания кооператива или некоммерческой организации для совместного владения и управления пространством.

2.2. Необходимо исследовать варианты финансирования:

- подавать заявку на гранты от правительства, фондов сообщества или частных фондов;
- проводить краудфандинговую кампанию для сбора средств от широкой аудитории;
- изучать возможности партнерства с местными бизнесами или инвесторами.

3. Дизайн и реконструкция:

3.1. Необходимо сохранять исторический характер:

- по возможности интегрировать оригинальные элементы архитектуры и дизайна в новое пространство;
- использовать переработанные материалы и устойчивые методы строительства для создания экологичного дизайна;
- привлекать местных художников и ремесленников для создания уникальных арт-объектов и инсталляций.

3.2. Необходимо обеспечивать функциональность:

- создавать многофункциональные пространства, которые можно использовать для различных мероприятий;
- обеспечивать доступность для людей с ограниченными возможностями;
- включать необходимые удобства, такие как туалеты, кухни и рабочие зоны.

4. Программа и управление:

4.1. Необходимо разрабатывать разнообразную программу:

- предлагать мероприятия, интересные для вашей целевой аудитории, такие как выставки, концерты, мастер-классы и лекции;
- сотрудничать с местными организациями и художниками для расширения предложений программ;
- обеспечивать доступную аренду пространства для частных мероприятий и встреч.

4.2. Необходимо создать сообщество:

- поощрять общение и сотрудничество между пользователями креативного пространства;
- организовывать встречи, дискуссии и совместные проекты.

4.3. Необходимо обеспечивать устойчивое развитие:

- разрабатывать стратегии экономии ресурсов, такие как энергосбережение и переработка отходов;
- предлагать образовательные программы по экологической ответственности;
- стремиться к финансовой стабильности, чтобы гарантировать долгосрочную жизнеспособность пространства.

5. Маркетинг и продвижение:

5.1. Необходим привлекательный бренд:

- разработать логотип, веб-сайт и страницы в социальных сетях, отражающие уникальный характер пространства;

- рассказывать историю здания и его трансформации;
- подчеркивать ценность пространства для местного сообщества и творческой индустрии.

5.2. Необходимо проведение активной рекламной кампании:

- использовать различные каналы продвижения, включая социальные сети, местные СМИ, печатные издания и мероприятия;

- сотрудничать с другими творческими организациями для перекрестного продвижения;

- организовывать дни открытых дверей и экскурсии, чтобы познакомить общественность с пространством.

Следуя этим рекомендациям, любой инвестор, стейкхолдер, орган государственной власти, активист сможет создать процветающее креативное пространство в заброшенном здании, которое будет стимулировать творческую деятельность, способствовать развитию экономики и укреплять сообщество.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Арамилль: из прошлого – в будущее: Арамилльский городской округ. – Екатеринбург : Издательство КВАДРАТ, 2020. – 240 с. ISBN: 978-5-91357-072-7.
2. Видение Российского города будущего. Книга 1 // Национальный стандарт мастер-планов [Электронный ресурс]. – URL: <https://vz6.pf/files/?file=ad49ea162346d03c0eb14fc9c630d7ae.pdf> (дата обращения: 30.02.2024).
3. Терехова Т. Г. Феномен ревитализации промышленных территорий Москвы в креативные пространства / Т. Г. Терехова, Е. С. Терехова // Современные проблемы высшего образования. Творчество в дистанционном формате : Материалы VI международной научно-практической конференции, Москва, 15–25 апреля 2021 года / Под общей редакцией С.М. Низамутдиновой. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Учебный центр «Перспектива», 2021. – С. 595–601.
4. Сносить нельзя ревитализировать: практическое руководство по созданию креативного кластера / Рук. Т. Журавлева, И. Токарев, Я. Ярмошук. – Москва : ООО «Флакон Х», 2019. – 111 с.
5. Суховская Д.Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны коворкинга, арт-территории // Молодой ученый. – 2013. – № 10 (57). – С. 650–652.
6. Хаям Т. Сессия «Творческие пространства для творческих предпринимателей» [Электронный ресурс]. — URL: ww.creativeindustries.ru/rus/news/Creative-spaces
7. Коровин А. В. Факторы, определяющие креативность городского пространства // Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием. – Красноярск, 2013. – С. 84.

Burmich Artem K.,

master's degree student,

department of economics and management of construction and real estate market,

Institute of Economics and Management,

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

Baranenko Daria G.,

master's degree student,

department of economics and management of construction and real estate market,

Institute of Economics and Management,

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

CREATIVE SPACE AS A WAY TO REHABILITATE ABANDONED BUILDINGS

Abstract:

This study examines the under-researched topic of creative spaces in urban environments. The theoretical basis of the term "creative space" and its synonyms is presented. The domestic experience of creation and use of creative spaces in Russia is analysed. The factors influencing the success of creating creative spaces through the revitalisation of abandoned buildings are studied. Recommendations for the creation and development of creative spaces in abandoned buildings are given.

Keywords:

Creative space, revitalisation, creative cluster, art space.