

Секция 1.

Архитектура и городская среда: проблемы проектирования и развития городов

*Тимофеева Анастасия Олеговна*

ПОВЫШЕНИЕ КРЕАТИВНОСТИ  
ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК  
СРЕДСТВО ЕЕ ГУМАНИЗАЦИИ

*Timofeeva A.*

INCREASE CREATIVITY  
URBAN ENVIRONMENT  
AS A MEANS OF  
ITS HUMANIZATION

[jelefiw@mail.ru](mailto:jelefiw@mail.ru)

ФГБОУ ВПО «Уральская государственная архитектурно-художественная академия», Екатеринбург, Россия

23-24 апреля 2014 года  
Екатеринбург

*Статья посвящена креативному городу, открытым общественным пространствам и техникам, с помощью которых горожане могут изменить его вокруг себя. Повышение гуманизации и креативности городской среды, способствующей творческому развитию человека возможно благодаря созданию разнообразных гибких общественных пространств, богатых событиями, активизирующие городскую жизнь.*

*Article is devoted to the creative city, public open spaces and the techniques by which citizens can change it around. Enhancing creativity and humanization of the urban environment that encourages creative human development possible through the creation of a variety of flexible public spaces eventful, activating urban life.*

**Ключевые слова:** гуманизация, креативный город, креативный класс, дизайн, урбанизм, творчество.

**Keywords:** humanization, creative city, creative class, design, urbanism, creativity.

За последние десять лет произошел трансдисциплинарный всплеск интереса к городам. Рост населения в городах с 1900 года, когда в них проживало 10%, вырос к 2007 году до 50%. Мы переступили черту и теперь половина населения мира живет в городах. В момент истории, когда города переживают большие изменения, гуманистические принципы проектирования могут стать вдохновляющими в этом процессе.

В связи с экологическими факторами, малоподвижным образом жизни, не правильным питанием, обилием информации, социальной изоляции, постоянного стресса, люди в современном городе подвержены депрессии, которой страдает 350 миллионов человек – 5% населения планеты, склонны к суициду, наркомании, развитию так называемой деструктивной деятельности. Одной из причин, является отсутствие конструктивной трансгрессии, креативного творчества.

«Старая парадигма, – будто природа – бесконечный резервуар ресурсов, оказалось неверной. Выход состоит не в отказе от научно-технического развития, а в придании ему гуманистического измерения, что в свою очередь, ставит проблему нового типа научной рациональности, включающей в себя в явном виде гуманистические ориентиры и ценности» [4, с. 94].

Городское творчество определяется взаимодействием ряда факторов, в том числе культуры, экономики, городского планирования и архитектуры, социальных отношений, государственного управления и власти.

Творческой средой может стать место, где есть необходимые исходные условия в виде «жесткой» и «мягкой» инфраструктуры. «Жесткая» инфраструктура – это сеть зданий, места встреч людей, транспорт, здравоохранение. «Мягкая» инфраструктура – система со-

трудничающих социальных сетей, связей и взаимодействий между людьми, которая стимулирует поток идей между индивидуумами и организациями.

Повышение гуманизации и креативности городской среды, способствующей творческому развитию человека возможно благодаря созданию разнообразных гибких общественных пространств, богатых событиями, активизирующие городскую жизнь. Важной особенностью является то, что городская жизнь – это потенциально саморазвивающийся процесс» [2, с.65]. «Люди приходят туда, где есть люди», – так обычно говорят в Скандинавии. Тротуары, заполненные огромными толпами спешащих людей, совсем не признак живого города.

Одна из проблем дегуманизации общественных пространств – это отсутствие среды, способствующей творческому развитию личности в городе. Данная проблема решается за счет повышения креативности города. Креативность – творческие способности индивида, характеризующиеся готовностью к принятию и созданию принципиально новых идей. Согласно психологу Абрахаму Маслоу – это творческая направленность, врожденно свойственная всем, но теряемая большинством под воздействием сложившейся системы воспитания, образования и социальной практики.

В креативном городе комфортно работать, удобно отдыхать, и есть возможность раскрытие потенциала личности. При изменении своего поведения, меняется поведение твоего окружения. Результатом чего становится общественного движения, которые стремятся заменить суррогаты радости, такие как избыточный шопинг на истинные ценности – живое общение, саморазвитие, духовный рост. Это называется законом автосинхронизации – 5% людей с общим поведением и общими ценностями набирают критическую массу и начинают менять общество. Это явление также известно как «эффект сотой обезьяны».

Город может стать платформой, где каждый житель как потенциальный участник пространства, сможет влиять на принятия решений. Люди с общим интересам создают сообщества, которые позволяют развивать местные традиции, культуру, уникальные особенности мест, что может стать ключевым фактором развития территории. Это послужит противоядием схемы градостроительства, контролируемой централизованной иерархической системой власти.

Большие современные города опасны и мало приспособлены для жизни, все заполнили автомобили. Одна надежда на художников. Городские власти сколь угодно могут облагораживать скверы, класть новую тротуарную плитку, но без своеволия творческой искры настоящее публичное пространство не создать [1]. Особенный вес приобретают инициативы благоустройства городской среды средствами искусства: Граффити, «партизанские» арт-проекты, практики «сделай-сам», события, посвященные осмыслению и демонстрации «городских» арт-проектов в креативных пространствах.

Фил Вуд предлагает ряд стимулов городского творчества обеспечивших предпосылки для перехода города к развитию своих творческих возможностей:

- осознание кризиса;
- организационные возможности и управление;
- внешние влияния;
- пространства для творческого эксперимента – создание в городе отдельного квартала или дискуссионного форума, где поощряется новаторское мышление;
- оценка достижений – более сознательная стратегия, предполагающая оценку города в сравнении с его аналогами и развитие инноваций через конкуренцию и обучение;
- амбиции и целеустремлённость – авантюризм и предпринимательский дух индивидуума или группы, или соревнование между несколькими такими лидерами;
- соучастие и сбор идей – создание в городе атмосферы, поощряющей дебаты и сетевое сотрудничество;
- события, концепции и организации-катализаторы – такие как издание хартии, обнародование манифеста; «фирменные» девизы, события и соревнования или новые концепции.

Творчество эффективно воздействует на сознание общества и на государственные структуры, а так же является одной из возможностей привлечь людей в города и сделать место более привлекательным.

К теории Филадельфии Вуда «Круговорот городского творчества» применимы принципы:

- повышение способности города генерировать новые идеи;
- воплощение идей в действительность;
- создание сетей и распространение идей;
- обеспечение «платформ» генерации творческих способностей (физическая и виртуальная инфраструктура);
- создание аудиторий и рынков.

Публично пространства станут местом, где люди могут свободно самовыражаться, обмениваться идеями, демонстрировать другим результаты своего творчества и коммуницировать не в роли потребителя товаров, а в роли создателя, разработчика, творца уникального продукта своей личности.

Художники пользуются правым полушарием мозга и поэтому видят то, что не замечают другие. Например, городские кварталы стареют, тускнеют, перестают быть модными, а художники придают им новое дыхание, и таким образом помогают стать элитными [1]. Так творчество порождает новое творчество, создавая всё больше кругов, втягивая всё больше людей и ресурсов, которые прежде были закрыты и недоступны городу. Таким образом, мы можем представить творчество как самоподдерживающийся ресурс.

Творческое развитие города может происходить посредством:

- Городского дизайна – служит средством снятия социального напряжения и повышения комфорта городской жизни, обеспечивает долговременное комфортное пребывание и улучшает пути перемещения по городу;
- Граффити – изобразительное искусство, отличительной особенностью которого является ярко выраженный урбанистический стиль;
- Стрит-арта – средство коммуникации художников с городом и горожанами. Играя с контекстом, художник наделяет улицы новыми смыслами и взаимодействует с другими людьми, вовлекая их в процесс создания городского пространства, превращает пассивных наблюдателей в соавторов, примеряет горожан с гомогенными поверхностями;
- Паблик-арта – способствует созданию креативных городов, создавая образ, характер, экспериментальные игровые инъекции в городе. Известная цитата Петера Вайбеля гласит, что при помощи паблик-арта мы вряд ли сможем сделать людей умнее, но можем сделать умнее окружающую их среду;
- Интерактивного дизайна – применение технологий позволяет превратить произведения искусства в коммуникативные каналы и привлечь горожан к участию в формировании окружающих их территорий;
- Вестибулярного ощущения – чувство равновесия и положения в пространстве. Согласно теории разбитых окон Джеймса Уилсона и Джорджа Келлинга, если кто-то разбил стекло в доме, и никто не вставил новое, то вскоре ни одного целого окна в этом доме не останется, а потом начнется мародёрство;
- Партиципаторного проектирования – роль жителей в создании города, работает на ранней стадии проектирования. С конца 60-х Англия, США – обсуждение. Россия – создание и 2д в 3д, из рисунка. Германия – инженерный подход. Франция – философия, режиссура пространство;
- Джентрификации — процесс преобразования промышленных территорий в культурные среды за счет позитивного имиджа. Один из альтернативных вариантов существования больших пустующих пространств. Такой формат не требует постоянных крупных инвестиций, пространство – выставочный зал;
- Арт-активизма — изменение городской среды путем локальных интервенций, фестивалей, воркшопов, арт-партизанинга, городских игр, обменом книгами, одеждой, едой;
- Плейсмейкинга – многосторонний подход к планированию, дизайну, менеджменту общественных пространств. Это одновременно и процесс и практическая философия по организации среды. Подход снизу вверх позволит предотвратить множество ошибок и поможет сформировать видение исходя из нужд пользователей общественных мест, устраивать регулярные акции и мероприятия - мастер-классы, конференции, тренинги.

Суть состоит в том, что бы люди имели возможность взаимодействовать, говорить, учиться, играть. Преобразование города – в руках его жителей, улучшение городской среды посредством небольших и не затратных по времени действий, результатом которых может стать мощный, демократичный метод работы и запуск долгосрочных перемен в обществе.

Креативный город можем сделать наши города более жизнеспособными, управляя человеческим воображением и талантом. Художники, работающие по принципу: проект-галерея-вернисаж, не приходят к фидбэку (ответная реакция), ради которого репрезентируется авторский проект зрителю. Социальная же рефлексия осуществляется, когда искусство находится в открытом пространстве города. Взаимодействие автора со случайными прохожими – наиболее важная задача, для художника, работающего в пространстве городской среды.

В сложившейся ситуации экономического кризиса и интернета, позволяющим распространять тактики легко и быстро, выходом может стать тактический урбанизм. Он локально подвергает переосмыслению городскую среду, краткосрочно действует по улучшению и изменению районов и городов, является платформой для развития и представления экспериментального искусства, дизайна, технологий и активистских проектов. Марафоны городских действий, нацеленные на поиск существующих инициатив в городе и развитие городских комьюнити, постепенные интегративные действия по развитию, состоящие из работы, развлечения, обучения. «Своеобразие города положительно влияет на социальное благополучие, укрепляет гражданское достоинство, усиливает сплоченность местного сообщества и создаёт потребность заботиться о городской среде» [5].

Одновременно выясняется, что появляется множество новых новаторских городов. Они пытаются связать экономическую изобретательность с устойчивостью и усилением сообществ, в сочетании со строгими программами тестирования эффективности, ради городского развития. Ричард Флорида пришёл к определению Творческого Класса людей, отличающихся высокой мобильностью и в то же время глубокой преданностью местам, которые они любят. От их выбора места жительства и работы в огромной степени зависит взлёт и падение городов. Для них более важно жить в месте, обеспечивающем разнообразие и толерантность, берущем на себя коллективную ответственность за благосостояние сообщества. Они ищут места, которые позволят им раскрыть свой творческий потенциал. Ричард Флорида выявил группу людей, которую назвал творческим классом. Это ученые, инженеры, дизайнеры, художники, музыканты, творческая интеллигенция. Он убежден в том, что именно эта группа должна определять, каким может быть ваш город. И чем больше вы можете привлечь людей в эту группу, тем успешнее будет развитие города. [7]

#### Библиографический список

1. Вуд Ф. выступление на семинаре «Культурные индустрии. От ресурсов к политике» (г.Архангельск, 2003). Публикуется с разрешения автора. См. также: Вуд Ф. Круговорот городского творчества // 60 параллель: некоммерческое издание по проектной культуре – Сургут: Центр культурных инициатив Сургута, 2004. – Выпуск 1 (12). – С. 16–22 (прим. ред.).
2. Гейл Ян Горд для людей; Изд. На русском языке – Концерн «Крост», пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012 — 65 с.
3. Лэндри Ч. Креативный город. — М.: Издательский дом "Классика-XXI, 2011. — 360 с.
4. Степив В.С. Цивилизация и культура. — СПб.: СПбГУП, 2011.- 94 с.
5. Доклад Римского клуба «Пределы роста» <http://www.clubofrome.org/>
6. Прецкайло И.Я. Депрессия – современный взгляд <http://brest-region.gov.by/index.php/obshchestvo/zdravookhranenie/zdorovyj-obraz-zhizni/publikatsii/2016-depressiya-sovremennyj-vzglyad>
7. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005.