

Концепция креативного пространства на примере ГЭС-2

Научный руководитель – Гурнак Александра Владиславовна

Лисина Полина Витальевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: lispolina02@gmail.com

Общество активно развивается, появляются новые источники информации, способы ее передачи, смещаются культурные приоритеты, образуются новые формы коммуникации и взаимодействия людей друг с другом. На этой почве возникает запрос на реорганизацию пространства под новые стандарты интеракции и социального существования.

Создание креативных пространств стало одним из эффективных современных способов иначе организовать рабочую среду, усовершенствовать досуговые формы времяпрепровождения и вместить факторы удовлетворения группы потребностей в одно место.

Условия, созданные внутри арт-пространств, и сама концепция наличия подобного места способствуют формированию коммуникативной среды, в рамках которой возможно выстраивание различных форм сотрудничества, обмена опытом, создания новых творческих проектов, такое продуктивное взаимодействие приводит к появлению инновационных разработок, становится фактором экономического роста и формирования нового «креативного» класса.

В обществе, которое некоторые современные социологи именуют «цивилизацией досуга», где рост свободного от работы времени приводит к смещению фокуса внимания на досуговые аспекты существования социума, где досуг преобразуется в самодавлеющую ценность, создание и функционирование арт-кластеров становится привлекательным для поддержки и инвестирования как со стороны частных предпринимателей, так и со стороны государства, поскольку креативные пространства позволяют за счет грамотной социальной и архитектурной организации, создающей благоприятные условия для налаживания коммуникативных связей, сделать внеуродовое время фактором извлечения практической пользы для отдельной личности и общества в целом.

Таким образом, **актуальность** темы обусловлена социальными и экономическими аспектами. Внимание предпринимателей и потребителей привлекла среда, объединившая рабочие и досуговые формы коммуникативного взаимодействия. Первые разглядели в приведенном концепте возможность выгодных инвестиций, факторы экономического развития, а вторая категория граждан – потребители - отметила для себя перспективы выхода досуга на новый уровень. Рост популярности концепции повлек за собой количественный рост всевозможной информации об объекте общественного интереса. Данный факт выявил необходимость суммировать и систематизировать накопленный опыт в рамках приведенной тематики.

Несмотря на относительную новизну феномена креативных пространств, к числу которых относится объект рассмотрения данной работы: "Дом культуры ГЭС-2", рассуждения о пространстве как таковом, социуме, существующем в нем, а также связи пространства с искусством можно встретить у различных мыслителей в различные эпохи. Немецкий философ-экзистенциалист и феноменолог - Мартин Хайдеггер в работе «Исток художественного творения» в качестве основной задачи архитектора при разработке публичных

пространств определяет создание «вакуума», в котором «публика» могла бы себя «конструировать». Шире тезис, приведенный Хайдеггером, раскрывается немецким и советским философом-искусствоведом Борисом Гройсом в статье «Публичные пространства: от пустоты к парадоксу».

Описанием концепций креативных пространств и коммуникативной среды, образующейся под их влиянием, активно занимаются современные исследователи. Например, Американский социолог-экономист Ричард Флорида в своих работах о «креативном классе» уделяет внимание роли арт-центров в формировании «новой» аудитории. На сегодняшний день существуют классификации, описание видов и функций креативных-кластеров, исследуются тонкости взаимовлияния специфики данного пространства на социальные группы, формулируются принципы организации пространств с точки зрения социальных и архитектурных аспектов. Немаловажным фактором, который необходимо учитывать в процессе изучения темы, является характеристика современного общества и его ценностных установок. В этом плане концепция «цивилизация досуга», введенная французским социологом Ж. Дюмазедье, вносит представления об образе жизни и культурных ориентациях членов социума, рассматриваемых в качестве объектов воздействия формирующейся внутри креативных-пространств коммуникативной среды.

В рамках данной работы нас будут интересовать характеристики креативных пространств, исторические факторы формирования данного феномена, а также социальная функция, которую выполняют объекты, относящиеся к этой категории.

В качестве **объекта** исследования мы выделяем концепцию креативного пространства.

Предметом исследования является концепция "Дома Культуры ГЭС-2" в качестве примера креативного пространства.

Цель работы: теоретическое и практическое рассмотрение концепции креативного пространства на примере "ГЭС-2".

Для реализации цели были поставлены следующие **задачи**:

- Изучить теоретические аспекты, связанные с феноменом креативных пространств
- Проследить исторический путь становления и развития креативных пространств
- Определить видовые и функциональные особенности креативных пространств
- Обозначить основные принципы организации креативных пространств
- Рассмотреть концептуальные особенности функционирования креативных пространств на примере "ГЭС-2"

Источники и литература

- 1) Абрамов. Д. Креативное пространство: что, как и зачем. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.slideshare.net/dmitryabramov9/ss-34706403/> (дата обращения 15.09.2023)
- 2) Дом культуры ГЭС-2 [Электронный ресурс] URL: <https://v-a-c.org/ges2> (дата обращения 16.09.2023)
- 3) Oldenburg, Ray // The Great Good Place, New York: Mar-lowе & Company- 1989.
- 4) Хайдеггер М. - Исток художественного творения. Сборник. Пер. с нем. Михайлова А. В. - М.: Академический проект, 2008. - 528 с.
- 5) Гройс Б.В. Публичное пространство: от пустоты к парадоксу. М.: Strelka Press, 2012 г.

- 6) Тукмакова Миляуша Ильгисовна, Фахрутдинова Инесса Алековна Архитектурные принципы формирования креативных пространств // Известия КазГАСУ. 2018_№4
- 7) Стеклова И. А., Рагужина О.И. Креативные пространства как надежда провинции // Теория и практика общественного развития. Пенза, 2013. № 12.
- 8) Суховская Д.Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны коворкинга, арт-территории // Молодой ученый. Краснодар: 2013. № 10. С. 650-652