

Creative Environment in the Context of Coworking Center Design

Prykhod`ko Kseniia Oleksandrivna

*graduate student, teacher of the department
hotel and restaurant and tourist business,
Kiev National University of Culture and Arts*

Abstract

The article is devoted to identifying the features of the creative environment in the context of the specifics of the space of the coworking center and to determine the basic design principles and means of its creation.

The concept of "creative space" in the context of the specifics of the design of the coworking center has been clarified and supplemented. In this study, the concept of creative environment is considered by us as a subject-spatial environment, in the process of development and creation of which the designer takes into account not only the specifics of the philosophy of self-realization, but also tools to meet this need in anthropocentric approach.

The study found that modern coworking centers, thanks to unique design approaches, are positioned as a favorable creative environment for the work of the creative class in the context of the implementation of new creative ideas.

It is proved that functionality, artistic image, providing the necessary conditions for efficiency, ease of use, safety and aesthetic pleasure from being in the space of the coworking center and interaction with objects is achieved only through a systematic approach to design, which takes into account functional and technological and social -cultural factors.

It is determined that the creation of a creative environment of a coworking center by a designer is the result of complex design - joint technical, aesthetic and artistic activities, the main property of which is anthropocentrism, ie human orientation. Accordingly, in the design process, the designer proceeds solely from human needs (in this case during work) to avoid unwanted adaptation of visitors to the coworking center to the environment created by him.

Key words: coworking center, creative environment, design, designing, anthropocentrism, functionality, efficiency.

Актуальність дослідження. Основні тенденції перших десятиліть ХХІ ст. ознаменували новий етап у розвитку дизайну коворкінг-центру – нині він повинен ефективно вирішувати робочі, соціокультурні, психологічні, художньо-естетичні та інші завдання, оскільки як ніколи раніше орієнтований на людину та її потреби. Позитивне і креативне середовище є одним із головних переваг сучасних коворкінг-центрів, оскільки саме творча і відкрита атмосфера на робочому місці сприяє необхідному балансу між роботою і особистим життям, посилює працездатність.

Це актуалізує наукову розробку проблематики, що охоплює багатоаспектність взаємодії людини з робочим предметно-просторовим середовищем в цілому та питання створення креативного середовища в коворкінг-центрі зокрема.

Аналіз публікацій. На сучасному етапі розвитку суспільства проблематика проектування робочого простору привертає неабияку увагу дослідників. Проте для

вітчизняних науковців питання особливостей дизайну коворкінг-центру наразі належить до малодосліджених аспектів сучасного дизайну. Серед небагатьох публікацій з означеної теми назвемо наукову статтю О. Шмельової, О. Сафронова, Т. Булгакова та М. Синицької «Особливості дизайну просторів сучасних коворкінгів залежно від їх функціонального призначення» [4], в якій дослідники визначають основні складові коворкінг-простору, здійснюють їх класифікацію за типологічними ознаками та встановлюють зв'язок між ними та формуванням дизайнерських рішень.

Окремі аспекти проблематики дизайну інтер'єру коворкінг-центру висвітлено у науковій розвідці Ю. Радченко та О. Шмельової «Особливості формування дизайну інтер'єру коворкінг-центрів на базі ВНЗ» [2], О. Олешко та Ю. Петровської «Використання елементів фітодизайну при формуванні інтер'єрів центрів коворкінгу» (2018 р.) [1] та ін.

Мета статті – виявити особливості креативного середовища у контексті специфіки простору коворкінг-центру та визначити основні дизайнерські принципи та засоби його створення.

Виклад основного матеріалу. Закордонні дослідники констатують, що традиційні офіси втратили свої звичні характеристики робочого простору, оскільки основною тенденцією другого десятиліття ХХІ ст. стало створення «креативних робочих місць» (особливо це актуально для компаній, які позиціюють себе креативними та новаторськими) [7, р. 64]. Відповідно корпорації все більше інвестують в розробку креативних робочих місць, щоб зробити своїх співробітників більш конкурентоспроможними.

Дедалі більше організацій впроваджують нетрадиційну політику на робочому місці та стратегії проєктування креативного робочого середовища [6, р. 414]. За даними К. Дейла та Г. Бурела, на початку 2010-х рр. у світі нараховувалося понад 2 000 робочих місць для спільної роботи, а за два роки їх кількість збільшилася на 250 відсотків [5, р. 34]. Фрілансери та невеликі стартапи переважно використовують коворкінги, як багатофункціональні приміщення з неформальною робочою обстановкою.

Робочий процес вимагає виявлення спеціальних умов, тобто креативного середовища як унікального соціокультурного та робочого простору, що організоване

особливим чином з метою стимулювання творчого саморозвитку кожного включеного в неї індивіда.

Поняття «креативне середовище» має складне і зазвичай суперечливе трактування. Дослідники наголошують, що за доби Просвітництва під терміном «середовище» розумілися суспільні, матеріальні та духовні умови існування, формування та діяльності людини.

За А. Маслоу одним із найвищих рівнів потреб людини є «потреба в самоактуалізації: реалізація своїх цілей, прагнення максимального розкриття своїх здібностей і задатків, розвиток власної особистості». Такий підхід абсолютно точно відображає ідею креативного середовища.

Поняття «креативність» розуміється нами як рівень творчої обдарованості, здатності до творчості, що складає відносно стійку характеристику особистості і поєднує такі цінні людські якості як: творення, цілеспрямованість, розвиток, винахідливість, здатність думати, аналізувати, генерувати нові ідеї та рішення (за К. Роджерсом) [3].

Середовище розглядається нами як природне місце нештучного характеру для безперешкодної комунікації та творення без будь-яких корпоративних обмежень, що відображає потребу людини у вільному та комфортному місці творчості.

На сучасному етапі термін «креативне середовище» характеризується принципово новим форматом для творчості та співробітництва в XXI ст., що заснований на потребах людини в самореалізації.

У контексті дизайну коворкінг-простору поняття креативного середовища розглядається нами як предметно-просторове середовище, в процесі розробки та створення якого дизайнером враховано не лише специфіку філософії самореалізації, а й інструментарій для задоволення цієї потреби, що базується на унікальному поєднанні технічних, естетичних та художніх аспектів на основі антропоцентричного підходу.

Відповідно до власного призначення середовище коворкінг-простору наділене специфічними функціональними та інформаційними якостями, що визначає його емоційний зміст та дизайнерське вираження окремих процесів діяльності. Зазвичай людина, відчуваючи відмінності в емоційному впливі дизайнерського середовища не осмислює його джерел.

Креативне середовище коворкінг-центру є предметно-просторовим середовищем, планування якого передбачає розробку системи функціонування об'єктів трьох типів, що означають галузь соціальної організації діяльності, галузь техніки та предметно-просторове середовище людської життєдіяльності. Специфіка полягає в тому, що у процесі проєктування будь-якого об'єкту здійснюється зв'язок між різними способами організації предметного світу в межах цілісної моделі дизайну коворкінг-центру.

Цілісність підходу дозволяє вирішити таку важливу проблему як забезпечення зв'язку утилітарного (технічна досконалість, технічна доцільність, економічний ефект, ергономічність) та естетичного (естетична виразність, художня образність, знакова асоціативність) аспектів креативного середовища коворкінг-центрів. Цілісне структурування дизайну коворкінг-центру в діалектичній єдності утилітарного та естетичного здійснюється відповідно до ціннісних ідеалів матеріально-художньої культури сучасного суспільства.

Таким чином проєктування креативного середовища коворкінг-центру передбачає вирішення не лише традиційного для дизайну завдання формування предметного оточення, але й соціальні проблеми, а також фундаментальні питання організації життєдіяльності та життєустрою.

Особливості коворкінг-центру визначають підходи до його художньо-проєктного моделювання, зокрема проєктування разом з його морфологією та функціями сіх пов'язаних з ним дій, процедур та процесів.

Дизайн середовища коворкінг-центру розглядається нами як комплексний дизайн простору та інтер'єру, що оточує користувачів даного робочого приміщення і розрахований на виконання естетичної, ергономічної та стилістичної функції – задоволення потреб людини в красі, комфортних умовах для високої якості професійної діяльності та індивідуальних потреб.

Засобами роботи дизайнера в процесі створення творчого простору коворкінг-центру є креативне використання кольору, освітлення, малюнку та фактури в оформленні.

Основні принципи створення дизайну креативного середовища коворкінг-центру передбачають:

- створення дизайнером позитивного середовища, що створює піднесений настрій;
- кожний об'єкт середовища коворкінг-центру, включно з будівлею, інтер'єром, елементами декору, видом з вікна та ін., повинен генерувати у людини радість, викликати позитивні емоції та почуття;
- середовище повинно бути гнучким і легко адаптуватися для потреб конкретної людини;
- створення багатоваріантного середовища, що легко видозмінюється відповідно моді та технічному прогресу;
- універсальність середовища: у середовищі коворкінг-центру до 50% простору приміщення повинно залишатися вільним; має бути використано мінімальну кількість капітальних перегородок для перепланування простору, натомість кількість розеток повинна бути максимальною для зміни обстановки при необхідності;
- максимальне спрощення будь-яких комунікацій (транспортних, пішохідних, інженерно-технічних, інформаційних);
- ліквідування конфлікту між природним і техногенним середовищем;
- максимальна гуманізація механічних процесів праці.

М. Майлз та А. Хуберман, аналізуючи дизайн робочого простору, пропонують типологізувати його за наступними тематичними категоріями: дім, символіка та пам'ять, спорт та ігри, минулі та майбутні технології, природа [8].

У даному дослідженні вважаємо за доцільне провести аналіз особливостей креативного середовища дизайну коворкінг-просторі із застосуванням наведеної вище типології.

У випадку використання дизайнером теми «дім» інтер'єр коворкінг-центру розроблено з метою створення атмосфери гостинності та затишку. Типовим є використання старовинних меблів, саморобних ковдр, крісел-гойдалок, різноманітних кошиків з різнокольоровими вовняними нитками, теплих кольорів і світильників. Оскільки серцем будинку, зазвичай, є кухня, у багатьох креативних дизайнах коворкінг-центрів великий кухонний стіл служить місцем для зустрічей, кави або спільного обіду. Кухонний стіл створює відчуття домашнього затишку, тепла і взаємної довіри.

Застосування даного типу дизайну ґрунтується на політиці багатьох компаній, що передбачає мирне та довірливе середовище для креативної роботи.

Дизайн багатьох сучасних коворкінг-просторів розроблено з урахуванням впливу на символічну пам'ять людини. креативні робочі простори спроектовані як особливі види нетипових будівель, наприклад, юрти, іглу та шале; використовуються різні декоративні елементи (наприклад, червоні телефонні будки; кімнати для переговорів у стилістиці швейцарської канатної дороги та шале). Інтер'єр побудовано на національній символіці, наприклад меблі, спроектовані у вигляді величезних голландських порцелянових чашок для кави з тюльпанами, які створюють яскравий зв'язок між робочим місцем і національністю. Це зміцнює зв'язок між офісним приміщенням і самобутньою культурою. Національна культура та символіка створює в просторі коворкінг-центру унікальну ауру інтегруючи в нього інші, більш приховані значення – таким чином розпалюючи уяву.

Теми спорту та ігор також дуже популярні серед багатьох дизайнерів коворкінг-просторів. Привабливість та ідеалізація безтурботного дитинства чи бунтарства підліткових років репрезентовано в дизайні креативного середовища що нагадує дитячі кімнати чи будинки братства. Баскетбольні майданчики в просторі коворкінгу, різноманітні настільні ігри, скейт-рампи та комп'ютерні ігри, створюють атмосферу, що перетинає межі роботи та ігор, але водночас надає енергію і підвищує працездатність. Такий тип дизайну повинен створювати асоціації з грайливістю та молодістю, з метою надихнути людину на фізичну та розумову активність. Регулярні фізичні вправи вважаються все більш важливими в роботі, відтак у багатьох випадках у коворкінг-центрах є власний тренажерний зал, бігові доріжки. Креативність у цьому випадку стимулюється активізацією фізичного рівня.

Уявне майбутнє, з одного боку, і ностальгічне загравання з минулими технологіями, з іншого також представлено у креативних просторах деяких коворкінг-центрів. Технологія повинна розпалити уяву, відповідно у цьому контексті застосовуються в тому числі й загальновідомі фантастичні або літературні образи (наприклад, розроблений у стилі стімпанку підводний човен «Наутілус», в якому поєднано індустріальну та романтичну теми, дизайнерами використано модифіковані іржаві сталеві балки та механічні деталі, старі дерев'яні екрани у поєднанні з

вікторіанськими меблями з червоною оксамитовою оббивкою. Водночас багато інтер'єрів коворкінг-центрів демонструють тяжіння до тематики найновішого технологічного обладнання (наприклад, космічні станції та ін.), пристосованого до старомодного оточення.

Побудова просторових елементів з метою імітування навколишнього середовища вже давно є трендом дизайну коворкінг-центру. У багатьох спроектованих відповідно до даного тематичного типу креативних робочих просторів найпопулярнішою тенденцією є створення атмосфери спокою та гармонії дзен, що досягається за рахунок використання дерева, органічних матеріалів, зелених стін і пейзажних шпалер. Деякі коворкінг-центри вражають наявністю розмаїття великих дерев або навіть власного зимового саду всередині приміщення, що призначене для посилення релаксації та психологічного відновлення, що є ще однією важливою умовою креативності.

Простір для соціалізації на природі, в імітованому міському середовищі чи в просторі, що імітує торгові центри та кафе також є популярною тенденцією. Дизайнери використовують великі плюшеві дивани та невеликі столики з кількома стільцями, запрошуючи людей зустрітися один з одним і потенційно робити разом щось креативне.

Розглянуті вище тематичні типи креативних робочих місць репрезентують дух творчості, який надає різноманітні відчуття за допомогою кольору, матеріалів, запахів, артефактів та меблів; сприяють необхідним креативним імпульсам для розробки нових ідей, нових продуктів, процесів та альтернативного мислення. Отже, характерними передумовами креативності, що властиві просторовим конструкціям коворкінг-центрів є: символи дому, спогадів, спорту, технологій та природи; відкритість та гнучкість, неформальність та грайливість; спокій та умиротворення; яскравість та веселість.

Висновки. Дослідження виявило, що сучасні коворкінг-центри, завдяки унікальним дизайнерським підходам, позиціонуються як сприятливе креативне середовище для роботи представників творчого класу в контексті реалізації нових творчих ідей.

Доведено, що функціональність, художній образ, забезпечення необхідних умов для підвищення працездатності, зручність використання, безпека та естетичне задоволення від перебування у просторі коворкінг-центру та взаємодії з предметами досягається виключно завдяки використанню системного підходу до проектування, що

передбачає урахування функціонально-технологічних та соціально-культурних факторів.

Визначено, що створення дизайнером креативного середовища коворкінг-центру є результатом комплексного проєктування – спільної технічної, естетичної та художньої діяльності, основною властивістю яких є антропоцентричність, тобто орієнтування на людину. Відповідно у процесі проєктування дизайнер виходить виключно з потреб людини (у цьому випадку під час роботи), щоб уникнути небажаного адаптування відвідувачів коворкінг-центру до створеного ним середовища.

References

1. Oleshko, O., Petrovska, Y. (2018). The use of elements of phytodesign in the formation of interiors of coworking centers. Architectural Bulletin of KNUBA, Issue 14–15, pp. 143–152.
2. Radchenko, Yu. S., Shmelyova, O. E. (2018). Features of interior design of coworking centers on the basis of universities. Scientific developments of youth at the present stage: abstracts of the XVII All-Ukrainian scientific conference of young scientists and students (April 26–27, 2018, Kyiv). Kyiv: KNUTD, Vol. 1: Modern materials and technologies for the production of consumer goods and special purpose, pp. 442–443.
3. Rogers, K. (1998). Towards the theory of creativity: a look at psychotherapy. Becoming a man. Moscow : Progress.
4. Shmelyova, O. E., Safronova, O. O., Bulgakova, T. V., Sinitskaya, M. O. (2019). Features of design of spaces of modern coworking depending on their functional purpose. Art and design, no. 4, pp. 119–121.
5. Dale, K., Burrell, G. (2010), “All together, altogether better’: the ideal of “community ”. In the spatial reorganization in the workplace”, in Van Marrewijk, A. and Yanow, D. 18 (Eds), Organizational Spaces. Rematerializing the Workaday World, Edward Elgar, Cheltenham, UK.
6. Lee, Y.S. (2016), Creative workplace characteristics and innovative start-up companies. Facilities, Vol. 34, no. 7/8, pp. 413–432. <https://doi.org/10.1108/F-06-2014-0054>.
7. Martens, Y. (2011), Creative workplace: instrumental and symbolic support for creativity. Facilities, Vol. 29, no. 1/2, pp. 63–79.
8. Miles, M., Huberman, A. (1994), Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.). Thousand Oaks, CA, Sage.

Translation of the references to the author’s language

Список використаних джерел

1. Олешко О., Петровська Ю. Використання елементів фітодизайну при формуванні інтер'єрів центрів коворкінгу. Архітектурний вісник КНУБА. 2018. Вип. 14–15. С. 143–152.
2. Радченко Ю. С., Шмельова О.Є. Особливості формування дизайну інтер'єру коворкінг-центрів на базі ВНЗ. Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVII Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (26–27 квітня 2018 р., Київ). Київ : КНУТД, 2018. Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. С. 442–443.
3. Роджерс К. К теории творчества: взгляд на психотерапию. Становление человека. Москва : Прогресс, 1998. 480 с.
4. Шмельова О. Є., Сафронова О.О., Булгакова Т. В., Синицька М.О. Особливості дизайну просторів сучасних коворкінгів залежно від їх функціонального призначення. Искусство и дизайн. 2019. № 4. С. 119–131.
5. Dale K., Burrell G. “All together, altogether better”: the ideal of “community”. In the spatial reorganization in the workplace”, in Van Marrewijk, A. and Yanow, D. 18 (Eds), Organizational Spaces. Rematerializing the Workaday World, Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2010.
6. Lee Y.S. Creative workplace characteristics and innovative start-up companies. Facilities. 2016. Vol. 34. No. 7/8. pp. 413–432. <https://doi.org/10.1108/F-06-2014-0054>.
7. Martens Y. Creative workplace: instrumental and symbolic support for creativity. Facilities. 2011. Vol. 29. No. 1/2. pp. 63–79.
8. Miles M., Huberman A. Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.). Thousand Oaks, CA, Sage, 1994.