

Бутабекова Аида Сарсембаевна

aelita_8@mail.ru

преподаватель кафедры «Дизайн и инженерная графика» Архитектурно-строительного факультета ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Тема появления и развития «коворкинг-центров» в г. Нур-Султан, как разновидности городских общественных пространств, объединяющих людей для общения и творческого взаимодействия, является на данный момент весьма актуальной, так как кардинально изменилось отношение к социальной активности горожан. Нур-Султан можно рассматривать с одной стороны, как досуговый центр, для которого характерно активное межличностное общение и коммуникация между горожанами, а с другой стороны, как творческую столицу, в которой постоянно создается что-то новое, а также происходит изменение взглядов и функционирования, привычных вещей.

В последнее время в г. Нур-Султан проводятся различного рода конференции, семинары, тренинги, для которых требуется специализированное помещение с максимально комфортными условиями, соответствующими запланированному формату мероприятия. На наш взгляд «коворкинг-центр» является идеальным решением данной проблемы.

В своей работе я ставлю цель провести анализ истории появления и развития «коворкинг-центров» и внести свои предложения по улучшению оформления коворкинг-пространств.

Для начала следует определить, что значит понятие коворкинг (от англ. *coworking space*). Коворкинги характеризует гибкая организация рабочего пространства и стремление к формированию *Co-working*, («совместная работа») в широком смысле – подход к организации труда людей с разной занятостью в общем пространстве; в узком – подобное пространство, коллективный офис сообществ резидентов и внутренней культуры [1].

В контексте урбанистики коворкинги рассматриваются как разновидность «третьих мест» – городских общественных пространств, объединяющих людей для общения и творческого взаимодействия. Концепция «Третьих Мест» впервые была представлена в 1989 году, в книге Рея Ольденбурга «*The Great Good Place*». Основной идеей этой работы, которая прослеживалась на протяжении всей книги, было то, что у каждого человека есть три своих места: первое место – это дом и те люди, с которыми он живет; второе место – это офис, работа, то место, где люди проводят большую часть своего времени; третье место – это такое место, которое может сплотить, создать атмосферу взаимодействия, общения и творчества, это место, где люди встречаются, знакомятся, обмениваются своими идеями, узнают что-то новое. Заведения, вписывающиеся в концепцию третьих мест должны обладать соответствующей обстановкой и атмосферой как для человеческого общения, так и для отдыха, учёбы или работы. Это комфортные для человека пространства вне дома и работы. В своей книге Рэй Ольденбург утверждает, что Третьи Места имеют важное значение для гражданского общества, демократии, городской активности, а также создания определенного «чувства места» (*sense of place*) [2].

Идея коворкинга возникла с развитием фриланса, одним из главных недостатков которого является изоляция работающего человека и отсутствие коллектива. Именно эту проблему коворкинг и призван решать: дизайнер может сидеть в одной комнате с программистом и биржевым брокером, при этом возникает деловая атмосфера, способствующая повышению производительности и качества работы. А ещё, поскольку коворкинг часто бывает платным, у его сотрудников возникает дополнительная мотивация вкалывать, не просиживая впустую потраченные на аренду рабочего места деньги.

Первый в истории коворкинг открылся 9 августа 2005 года в доме феминистского сообщества *Spiral Muse* в Сан-Франциско. Уставший от недостатка общения в офисе и

непродуктивности труда дома программист Брэд Ньюберг учредил коворкинг как некоммерческое партнёрство и предложил потенциальным участникам рабочие места, бесплатный Wi-Fi, перерывы на медитацию, общие ланчи и совместные поездки на велосипедах в обмен на небольшие ежемесячные взносы. Спустя год Брэд закрыл первый коворкинг и вместе с партнёрами основал новый – Nat Factory.

К 2007 году понятие «коворкинг» закрепилось в английском языке, а в 2009 году вышла первая книга, посвященная коворкингам – «I'm Outta Here: how co-working is making the office obsolete» авторства Дрю Джонс. В 2010 году коворкинг-движение отметило пятилетие открытия коворкинга в Spiral Muse, проведя первый Coworking Day. В 2011 году прошла первая конференция, собравшая создателей коворкингов со всего мира – Global Coworking Unconference Conference.

По сведениям посвященного коворкингам издания Deskmag к концу 2014 года около 300 тысяч человек работало в 6000 коворкингов по всему миру. Первое место по числу пространств занимают Соединённые Штаты, за ними следуют Германия, Испания, Великобритания и Япония [3].

Предпосылками появления коворкинга как подхода к организации труда стали как экономические факторы, так и развитие крупных городов. Коворкинги рассматривают как продукт экономики знаний – увеличения роли креативного класса и технической интеллигенции одновременно с тенденцией к аутсорсингу в характерных для них профессиональных областях.

В крупных городах джентрификация привела к росту стоимости недвижимости, сделав индивидуальную аренду экономически нецелесообразной для начинающих предпринимателей и фрилансеров. В отличие от обслуживаемых офисов коворкинги стали устойчивой формой самоорганизации, основанной на взаимопомощи и обмене опытом между людьми с разным опытом и профессиональными навыками.

Прообразом коворкингов во многом послужили хакерспейсы – пространства для общения людей со схожими интересами в научных и технических областях, первые из которых появились в Соединённых Штатах Америки и Германии в середине 90-х годов. Существовавшие, главным образом, на членские взносы, хакерспейсы предоставили участникам пространство для общения и необходимую инфраструктуру для хобби и увлечений. Общие с коворкингами черты имели и общественные центры для предпринимателей.

Самая важная часть слова coworking – это working (работа). Люди идут в коворкинги, прежде всего, чтобы эффективно работать. При этом коворкинговое пространство должно быть своего рода экосистемой, где резиденты расширяют связи и знакомства и, что самое важное, встречают потенциальных партнёров.

Прежде всего, конечно, коворкинг должен быть полезным, удобным и хорошо оборудованным для эффективного ведения дел. Он может быть суперсовременным и красивым, но абсолютно непригодным для работы – тогда резидентов, скорее всего, будет очень мало.

Не менее важна атмосфера. Другие люди, которые работают вокруг, и дух креативности вдохновляют. Именно этого многим из нас не хватает в закрытых офисах или дома. Работая в коворкинге, мы получаем вдохновение, критику, новые контакты и общение с людьми из своей сферы.

Коворкинг незаменим для соло-предпринимателей. Обычно такие люди работают из дома, но это не лучшее место. Исследование, которое проводилось в странах Бенилюкса, показало, что 42% людей, которые работают из дома, смотрят телевизор в рабочее время. В результате предприниматель неэффективен, он теряет контакты со своими партнёрами.

Основной задачей при разработке коворкинг центра, является формирование универсального пространства. Исходя из особенностей коворкинг-центров, специфики процесса и сложившегося пространства, характер интерьера нейтральный. Это базовый образ без привязки к какому-либо стилю, который может видоизменяться в процессе работы.

Посетители смогут дополнять интерьер полезными предметами, которые будут «радовать» глаз, формируя среду не только для работы, но и для приятного времяпровождения. Это симбиоз офисного пространства и домашней созидательной, уютной атмосферы. Оптимальный состав технических устройств и коммуникаций, которыми может воспользоваться любой посетитель. Люди, работающие в подобном формате разные и проектировать интерьер коворкинг-центра целиком в одном стиле было бы неверно. Однако, выполнить разные офисы в разных стилях, очень даже интересно. Данный прием используется при оформлении интерьеров переговорных комнат Multispace в Нур-Султан, которые выдержаны в определенной тематике: США, Арктика, Япония, Австралия, Франция и другое.



Рисунок 1 Коворкинг Multispace, Нур-Султан

В отличие от классического офиса со строгим интерьером и жестким дресс-кодом, предлагается тот же набор офисных услуг, но в более неформальной обстановке, поскольку целевая аудитория такого офиса это представители творческих профессий, работающие в свободном режиме. Один из офисов коворкинг-центра можно выполнить в современном национальном стиле, для придания идентификации коворкинг-центру, а также пропаганды культурного наследия Республики Казахстан. Таким образом, иностранные посетители параллельно могут ознакомиться с культурой нашей страны. При этом для создания современного казахского стиля будет применяться только стилизация – создание похожего интерьера, так как воссоздать все доподлинно практически невозможно, да и не целесообразно. Стилизация – обозначает творческую свободную интерпретацию элементов определенного стиля. Любая стилизация стремится к созданию современного видения «старого стиля». В теории современного дизайна академическое определение стилизации получило дальнейшее развитие. Сегодня в стилизации различают несколько приемов: копирование, имитацию и интерпретацию. Наиболее творческим является прием интерпретации [4].

Интерпретация – это творческое создание нового на базе известного. Сегодня стилистическая интерпретация четко дистанцируется от подражания и традиционализма.

Современный национальный дизайн предполагает органичное вовлечение этнических предметов в контекст современного интерьера. Предметы интерьера в таком дизайн-решении выполняют новые функции или объединяют в себе старые, проявляют гибкость и приспособляемость, решают некие проблемы и стремятся к совершенной эргономики. С исторических объектов сдувается пыль веков, они вовлекаются в среду обитания современного человека, получают новую жизнь, тем самым возрождают корни и прорастают новыми смыслами.

Для создания современного интерьера в казахском стиле в коворкинг-центре, мы воспользуемся наиболее простыми решениями – стилизация исходных элементов казахских орнаментов, применение основных цветов, таких как цвет земли, песка, дерева, травы, солнца и т.д.

Рассмотрев историю зарождения и развития коворкинг-центров, я пришла к выводу, что это довольно новое явление, которое нуждается в дальнейшем фокусированном исследовании. Коворкинг ранее рассматривался, как инновационная модель организации бизнеса, совместный офис, новый вид работы, новая система организации труда и т.д.

В данной работе коворкинг анализируется, как пространство, предназначенное для совместной работы независимых друг от друга участников.

В процессе анализа интерьера коворкинг-центра, я считаю, что необходимо один из офисов оформить в современном казахском стиле, используя при этом стилизованные элементы орнаментов, и основные цвета.

Список использованных источников

1. Коворкинг [Электронный ресурс] // Википедия – свободная энциклопедия / wikipedia.org. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
2. Oldenburg R. The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community. 1989
3. Коворкинг [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://coworking.kz/>
4. Стилеобразующие технологии при создании интерьера в казахском стиле. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.artmodern.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=75%3Aurta&catid=9%3Ainteresnoe&Itemid=17&lang=ru