

ОПЫТ КРЕАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА: ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ «КРЕАТИВНЫЙ ГОРОД», «АРТ-ЦЕНТР», «ДЖЕНТРИФИКАЦИЯ»

Радченко Д.А.

ФГБОУ ВО ТГУ имени Г.Р.Державина

магистрант кафедры дополнительного образования, института педагогики

Мурзина О.Б.

ФГБОУ ВО ТГУ имени Г.Р. Державина

доцент кафедры дополнительного образования, кандидат педагогических наук, доцент

Аннотация. В статье рассматриваются инновационные технологии развития современных городских пространств на основе концепций «креативного города», «арт-центра» и «джентрификации». Объектом исследования является процесс трансформации городских территорий, а предметом выступают инновационные технологии их развития. В работе исследуются ключевые аспекты функционирования креативных пространств, включая их типологию, механизмы создания и влияние на социально-экономическое развитие городов. Особое внимание уделяется анализу способов преобразования депрессивных городских территорий.

Ключевые слова. Креативное пространство, креативный класс, креативный город, арт-центр, джентрификация.

В нашем исследовании для начала определим *креативное пространство* как сферу коллективного, т.е. креативный класс. Основная сфера деятельности *креативного класса* – публичное пространство, т.е. непрерывная автопрезентация. Инновационной технологией в этом случае можно признать социальные сети как социокультурная практика: YouTube, Instagram, Facebook. Новая технология учитывает уникальный единичный опыт, так как это всегда проявление творчества. С данной технологией фиксация пережитого опыта ещё и поставленная на коммерческий поток в виде фото и видеорепортажи от первого лица. Умение практиковать социальные сети определяет новые правила социума, которыми становится инфоповод. Инфоповод создается за счёт фиксации жизни в креативном городе [1].

Разберемся подробнее в этой технологии. История «креативного города», как организации городского пространства, берёт своё начало от фордисконной индустриальной системы: «Город Форда предполагает явное разделение друг от друга трех зон

жизнедеятельности: место работы, место личной жизни и сна, публичное место. Причем пространство личной жизни находится достаточно далеко от работы и публичных пространств. Так появился „Пригород“ и необходимость долго добираться как на работу, так и в театр» [2]. В XXI веке глобальная политика **«креативного города»** понизилась до арт-пространств локального характера. Здесь можно выделить четыре позиции локализации творческих мест. Итак, к *первому типу* позиции можно отнести закрытые локации, например, сквоты, коворкинги; *в уличном пространстве* – арт-территории: арт-кварталы, дизайнерские ритейл-стрит. *Вторым пунктом* можно назвать локации интерактивного характера, существующие *в рамках образовательного института*, например, выставки, семинары, мастер-классы. *Третья зона* творчества связана с *организацией разнообразного досуга*, например, кинопоказы, чаепития, настольные игры, лекции. *Четвёртая позиция* локационно связана с *креативно-коммерческими структурами*. Здесь художественные институты организуют, например, квесты, флешмобы, тематические вечера (центр культуры, образования и отдыха «Ткачи»; пространство для творчески мыслящих профессионалов «Тайга»; креативное пространство помощи и поддержки семей «Легко-легко»; пространство галереи кафе и места досуга «Gallery Mi & Ro»). *Отдельным особняком стоит театральная деятельность* (лофт «Театральная гостиная VINCI», творческое пространство на территории бывшего завода «К7»). Данные арт-пространства интересны потенциальным посетителям формами семейного досуга, бизнес-центра, клуба и гостиной, и создают диалог-событие для социальных сетей. В этом случае «личность погружается в иное культурное пространство. В то же время эта среда трансформируется под влиянием конкретного человека». При этом «степень погружения будет зависеть от таланта авторов-организаторов и от самого человека» [2]. Таким образом, данная инновационная технология креативного пространства позволяет самореализовываться конкретным личностям и решать культурные проблемы на уровне общества, что является хорошей возможностью для самоорганизации людей.

Существует ещё такая инновационная технология – **«арт-центр»**. В нашем исследовании мы частично уже упоминали о ней. Её суть в перестройке промышленной «заброшенки» в творческое пространство, например, арт-кафе или галерею. Мохова Н.Ю. в своей статье отмечает: «После периода запустения промышленные зоны проходят этап переосмысления, переориентировки на сервис, досуг и медиа. В период активной застройки городского центра, в связи с высокой плотностью зданий и высокой стоимостью земли, площадки бывших промышленных центров города все чаще становятся резервным фондом. Площади и пространства индустриальной среды принимают на себя функцию культурного узла, концентрируя на себе внимание в совершенно новом качестве» [3]. Цель

инновационной технологии «арт-центра» в сохранении уникальности исторического лица города и одновременно в создании современного имиджа города с перспективой взгляда, устремлённого в будущее.

Поясним свою позицию в исследовании. Так как в силу экономических причин, связанных с историческими процессами, промышленная зона пришла в упадок, то помещения фабрик, заводов, складов стали пустовать и оказались существенным магнитом для асоциальных личностей. Созидательная функция этих мест в значительной мере деградировала, что спровоцировало социальную напряжённость. Популярной стала идея преобразования промышленных построек под офисные и торговые здания. Такое решение вопроса можно назвать распространённой практикой архитектурного департамента городов, и связано это с повышенным спросом на площади в популярных районах и на высокую стоимость земли. Был взят курс на сохранение, реставрацию и использование таких полезных площадей. Стала проводиться *политика по «оживлению» отреставрированных архитектурных зданий*. В прошлом промышленных районах стали появляться арт-кафе, галереи современного искусства, лекционные пространства, магазины, творческие мастерские, фотостудии.

С другой стороны, особенная атмосфера лофта, невысокая арендная стоимость, простая планировка зданий привлекают в профессиональном плане современных архитекторов, дизайнеров и художников. Отметим, что технологические особенности зданий подходят под самые смелые эксперименты творческого кластера. «Традиционные музейные пространства не предусматривают такую форму взаимодействия, поскольку сами здания сконструированы с целью хранения и демонстрации образцов высокого искусства. Современный арт-центр формируют намного менее формальную среду, *образуя площадку для общения, обучения, демонстрации искусства и взаимодействия с ним*» [3].

Появилось новое движение в среде креативного кластера после ревитализации – **«джентрификация»**. *Джентрификация – процесс преобразования пришедших в упадок городских кварталов, что способствует изменению образа жизни из-за привлечения состоятельных жителей в результате их благоустройства* [4]. Кое-что из этимологии термина: «Английское слово *gentry* означает «дворянство», так что дословно термин «джентрификация» можно перевести как «одворянивание» или повышение социального статуса.

Движущей силой джентрификации часто становятся горожане, принадлежащие к «креативному классу»: художники, кураторы, музыканты, журналисты и т.д. Иногда их называют «ранними джентрификаторами». Из-за изначально невысоких цен именно джентрификаторы начинают жить, арендовать мастерские и открывать малые

бизнесы (галереи, школы, парикмахерские и т.п.) в бедных кварталах. Постепенно в таких местах формируется особая атмосфера, привлекающая людей с высокими доходами и девелоперов. За ростом интереса следуют рост инвестиций и новое строительство» [4]. Кроме того, из плюсов можно назвать повышение привлекательности районов улучшение городской среды и условий проживания, и подчеркнём, снижение уровня преступности. К прочим особенностям движения относят повышение цен на жильё, возможное вытеснение местных жителей с низким доходом, утрату культурной и социальной идентичности района [5].

В таких районах складывается благоприятная атмосфера для создания бизнеса в области медиа, туризма и досуга. Подмечено, это повышает социальный имидж районов: открытие бутиков, ресторанов высокого класса, жилых помещений в стиле лофт. Также творческими экспертами-профессионалами коммерчески успешным признано размещение креативных студий, мастерских, арт-комплексов. Ученые свидетельствуют: *«Экономическая, социальная и культурная значимость подтверждают необходимость создания арт-кластеров, вовлечение пустующих районов в процесс джентрификации, рефункционализации и регенерации городской среды»* [3].

Таким образом, всё вышеперечисленное способствует благотворному влиянию на социум и экономическому развитию города. В обществе взгляд на культуру должен сформироваться как на ресурс общественного развития. Такой социальный подход будет содействовать развитию предпринимательства, как структурирующего звена в экономике XXI века, и сотрудничеству творческих объединений с бизнесом и социумом. Выбранный курс на инновационный креативный подход формирует достижения устойчивого развития территорий в виде решения острых социальных проблем и создания позитивного социального климата.

Список источников

1. Ашутова Т.В. Стратегический проект "Креативный город – территория развития" как модель взаимодействия опорного университета и региона / Т.В. Ашутова, З.Ю. Желнина // Высшее образование в России. – Мурманск, 2019. – № 3 – С. 116-126. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskiy-proekt-kreativnyy-gorod-territoriya-razvitiya-kak-model-vzaimodeystviya-opornogo-universiteta-i-regiona/viewer> (дата обращения: 30.03.2025).
2. Демшина А.Ю. Диалогическое построение арт-пространства как форма развития современной культуры / А.Ю. Демшина // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – СПб., 2017. – № 2 (31). С. 44-48. –

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialogicheskoe-postroenie-art-prostranstva-kak-forma-razvitiya-sovremennoy-kultury/viewer> (дата обращения: 28.03.2025).

3. Мохова Н.Ю. Значение формирования арт-центров в пост-индустриальной городской среде / Н.Ю. Мохова // В сборнике: Инновационные технологии в сфере сервиса и дизайна. – Самара, 2015. – С. 65-68. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23625272_97814767.pdf (дата обращения: 28.03.2025).

4. Патимова П.А. Джентрификация // Большая Российская энциклопедия: [сайт]. – 2024. – URL: <https://bigenc.ru/c/dzhentrifikatsiia2-1a41be> (дата обращения: 25.03.2025).

5. Джентрификация – новое слово в нашем словаре // TPI Company: [сайт]. – 2024. – URL: <https://tpicompany.ru/blog/gentrification> (дата обращения: 25.03.2025).