

КОВОРКИНГ КАК ЯВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

Кузнецова Евгения Ивановна

кандидат искусствоведения, доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: PМЕwgenija@yandex.ru

В статье рассмотрены гносеологические, социологические, исторические истоки и причины возникновения феномена коворкинга, обозначены этапы развития форм творческого взаимодействия среди профессионалов. Автор показывает, что новые формы сотрудничества в обществе возможны только при организации нового по смыслу пространства, спроектированного дизайнером. Рассматривая возможности дистанционного взаимодействия с работодателем, автор обращает внимание на то, что при организации такой структуры, как коворкинг-центр, основное внимание должно быть уделено формированию творческой среды, созидательной атмосферы, эргономике рабочих мест, интерьеров с целью создания условий для плодотворной деятельности свободных творческих работников, фрилансеров.

Ключевые слова: дизайн, интерьер, фрилансеры, творчество.

CO-WORKING AS A PHENOMENON OF MODERN DESIGN

Kuznetsova, Evgeniya I.

PhD, Assistant Professor of the Department for Advertising, PR and Design of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: PМЕwgenija@yandex.ru

The article considers epistemological, sociological, historical roots and reasons for co-working phenomenon and shows stages of developing the forms of creative cooperation among professionals. The author proves that new forms of cooperation in society are feasible only in case new space developed by designer is organized. While discussing opportunities of remote interaction with the employer the author underlines the fact that in such structure as co-working attention should be paid to creative environment, constructive atmosphere, ergonomics of work places and interiors in order to create conditions for fruitful activity of their creative workers and freelancers.

Keywords: designer, interior, freelancer, creativity.

Те изменения в информационном поле и в области информационных технологий, которые мы наблюдаем в последнее время, столь велики, что они влекут за собой и изменения во взгляде на саму суть труда, его функцию и организацию. Еще старшее поколение наших отцов понимало труд лишь в форме физического, тяжелого труда. Остальное трудом не считалось. Известна история, которую рассказывал выдающийся певец С. Я. Лемешев. На вопрос таксиста, чем он занимается, артист ответил: «Пою». Таксист возразил: «Это вечером, а утром что Вы делаете?»

Представление о том, что труд всегда есть тяжелая, физическая работа, связанная с преодолением препятствий, оставалось на протяжении всей человеческой истории. Корень слов прямо об этом говорит. И это укоренившееся, сложившееся веками понимание трудно поддается изменению. Истоки основания дизайнерской школы в России связаны тоже с этими представлениями о свойствах нелегкого труда рисовальщика и ремесленника.

Граф С. Г. Строганов, подавая министру народного просвещения А. Г. Голицину предложение основать Школу рисования в отношении к искусствам и ремеслам, с самого начала высказал мнение, что в нее надо принимать детей бедных родителей и крепостных, ибо само техническое рисование считалось занятием очень непривлекательным и низким. Дети высшего сословия не могли и не хотели заниматься трудоемким рисованием и проектированием.

Роль художника, скульптора была впервые осознана лишь в эпоху Возрождения. Средневековый ремесленник, хотя и создавал порой уникальные вещи, все же не осознавался как их автор, и такая ситуация сохранялась довольно долго именно из-за работы с ремесленным каноном, передающим технологии изготовления предмета из рук в руки. Эпоха Возрождения подняла роль художника и человека творческого труда на невиданную высоту, и он

впервые стал рассматриваться как самостоятельный и уважаемый профессионал, мыслитель, неповторимая индивидуальность. Леонардо да Винчи рассматривал науку и искусство как два совершенно равноправных способа познания природы. Явлениями Божественного уровня назовут и Рафаэля, и «Божественную комедию» Данте.

Новое время предложило свой метод обмена профессиональной информацией. Были основаны гильдии – предшественницы профсоюзов, значение которых было столь велико, что их члены заказывали групповые портреты знаменитым живописцам. Так возникли шедевры Рембрандта «Ночной дозор» – групповой портрет стрелков Амстердама, «Урок анатомии доктора Тюльпа» – групповой портрет амстердамских медиков. Доктор Тюльп (выдающийся врач с 1629 по 1653 г.) был главным патологоанатомом и профессором гильдии медиков Амстердама. У Франса Халса есть групповой портрет, где запечатлен банкет офицеров гильдии Св. Георгия. Ученик Рембрандта Гербранд ван ден Экхоут написал групповой портрет бондарей в 1657 г. Групповой портрет – это свидетельство довольно прочных связей между членами корпорации и их глубокой заинтересованности в обмене профессиональной информацией.

В XIX в. в эпоху промышленных революций, когда профессия дизайнера только начинала осмысливаться и складываться в противовес ручному ремесленному изготовлению предмета, вместе с промышленным производством начинает складываться новая организация труда и новый дизайн промышленных интерьеров. Очень не скоро под давлением требований повышения производительности труда возникает и потребность в улучшении самих условий производства, удобства рабочего места, его освещенности, цвета рабочих поверхностей и т. д. Промышленный труд, конечно же, никак не ассоциировался в то время с творческим подходом и свободой творческого поиска. Работодатель, уловив

связь улучшения дизайна рабочего места и повышения производительности труда, мог идти на известные расходы в совершенствовании дизайна промышленного помещения.

В области творчества, и прежде всего изобразительных искусств, художники в XIX в. начали объединяться для того, чтобы преодолеть косность среды и продвинуть восприятие новых тенденций в творчестве. Так возникали и Товарищество передвижников, и «Голубая роза», и «Бубновый валет». Одному художнику преодолеть непонимание публики было невероятно сложно, и лишь создав определенное объединение, можно было декларировать свои новые идеи и выдерживать натиск традиционной культуры.

Новые выразительные средства в искусстве художников предполагали и новые формы сотрудничества, что, несомненно, придавало истории развития искусства поступательное движение. Коммуникативные возможности любого объединения были несравнимо больше, нежели у отдельного художника. Они в сотни раз увеличивались, если у объединения возникали финансовые возможности, как в случае с Мамонтовским кружком. Атмосфера этого дома в Абрамцеве, творческая натура самого Саввы Мамонтова, постоянное общение высокоодаренных людей, их разное мировидение, их свобода и их неповторимость создали уникальное явление в русском искусстве, которое до сих пор представляется неким эталоном сотворчества и сотрудничества. Разумеется, это не был райский уголок – были и обиды, конфликты, но были и понимание, и помощь, и счастье совместного творчества. Заказы Саввы Мамонтова поддерживали художников материально, вселяли в них уверенность и бодрость.

Профсоюзы как корпорации профессионалов были созданы в эпоху промышленных революций с целью отстаивания своих прав перед работодателями. Еще во времена социализма они сохраняли это свое назначение. Без разрешения проф-

союза нельзя было уволить ни одного работника. Трудовая солидарность была противопоставлена своеволию и произволу работодателя. В этом союзе социальная функция была доминирующей, и она не предполагала удовлетворение потребности в обмене знаниями и информацией профессионального толка. Эту потребность частично утоляли так называемые союзы творческих работников: Союз композиторов, Союз архитекторов и т. д. Здесь работали секции по разным направлениям творчества, которые стимулировали обмен знаниями и информацией, организовывали связь между центром и периферией, служили опять же целям информативного и креативного развития.

С уходом с исторической сцены первичной формы социалистической организации труда в трудовом законодательстве опять осуществился приоритет права работодателя и потребовалась корректура взаимоотношений работника и работодателя. В эпоху перестройки эти взаимоотношения были коренным образом пересмотрены, особенно в возникших частных предприятиях. Прежнюю защищенность и определенные требования к условиям труда нужно было вновь завоевывать.

XXI век с его цифровыми технологиями предложил новые формы трудовых отношений между сотрудниками. С развитием компьютерных технологий стало возможно дистанционное выполнение работы. Для такого способа сотрудничества не нужно больше ездить в офис и демонстрировать свою продуктивность в работе. Появились так называемые фрилансеры. В этом способе сотрудничества много плюсов, но есть и минусы, поскольку домашняя обстановка часто действует расслабляюще. Домашняя рутина не способствует генерированию идей и продуктивной работе. Привычная обстановка влияет на восприятие труда как чего-то монотонного, она провоцирует частые перерывы и остановки. Нужна очень большая самодисциплина, чтобы установить дома свой график работы и его непрекословное исполнение.

Другое дело, когда собираются люди с ноутбуками и в клубной обстановке в свободной творческой атмосфере решают свои задачи. Атмосфера здесь играет, возможно, главную роль, поскольку свободное циркулирование мнений рождает самые яркие решения творческой задачи.

Принцип «мозгового штурма» давно знаком в рекламном бизнесе, где особую роль играет креативная идея. Здесь самое главное – не критиковать и не осмеивать друг друга, а выбирать все самое ценное в предложениях своих коллег. Этот принцип есть слегка измененный способ изобретения идей, известный еще со времен Античности. Древние греки чудесным образом открыли законы размножения идей и смыслов методом свободных ассоциаций.

Классический риторический канон отмечает на пути от мысли к речи пять этапов: инвенцию (изобретение), диспозицию (расположение), элокуцию (словесное оформление мысли), запоминание (меморию) и произнесение. Самый важный этап в составлении риторического канона – инвенция, т. е. изобретение содержания речи, составление понятийной решетки. Мысли быстротечны, прихотливы, неуловимы, и их надо уметь направить в определенном направлении. Эта сеть или решетка понятий составляется при помощи «общих мест» в голове, которые были отмечены мудрыми греками. Общие места – это смысловые модели, при помощи которых размножаются идеи. Греками были предложены следующие смысловые модели: вид и род, определение, целое и части, свойства, сопоставление, причина и следствие и др. Создав вот такие определенные «ловушки» для неуловимой мысли, греки тем самым в некотором роде формализовали непредсказуемый ход творческой мысли и дали ей возможность реализоваться в речи.

Греками были открыты общие законы человеческого мышления, и это до сих пор актуально. Ими была открыта и использована закономерность мышления как социального феномена.

Открытие древних греков было поддержано и древними римлянами, которые представляли себе термы не просто как малые архитектурные формы, а как некие клубы, предназначенные для дискуссий и обсуждений. Приятная, свободная обстановка этих своеобразных клубов располагала к важным и умным беседам среди посетителей.

Современными учеными был подтвержден социальный характер мышления на новом уровне. Английский приматолог Р. Данбар предложил оригинальную гипотезу происхождения языка. Он заметил прямую связь между относительной величиной коры мозга и размером групп, а также между их размерами и количеством времени, которое представитель группы приматов расходует на груминг. Груминг помимо чисто гигиенической функции выполняет еще и важную социально-психологическую роль. Он способствует снятию напряжения между особями, установлению дружественных отношений между ними, поддерживает сплоченность среди групп и сохраняет их целостность [1. – С. 165]. Но груминг требовал дополнения каким-то еще средством, обеспечивающим социальную стабильность сообщества. Таким средством, по мнению Р. Данбара, и стал язык. Отсюда можно предположить, что изначально требования развития языка и мышления предполагали наличие атмосферы, располагающей к общению и пониманию.

Забавно наблюдать, как своеобразный «груминг» сегодня способствует развитию новых форм трудовых отношений и форм творческого труда. Теперь довольно часто можно увидеть в кафе людей с ноутбуками, которые в приятной атмосфере занимаются чем-то важным. В некоторых кафе, где особенно приятная атмосфера, всегда кто-то работает. Это коворкинг, т. е. сотрудничество. На такую форму сотрудничества все более переходят Европа и Америка.

Коворкинг – это новое обустройство рабочих помещений. Он становится новой

отраслью в бизнесе, где осуществляются творческие задачи. Принцип коворкинга – работа в офисном помещении, но не обязательно в помещении работодателя. За определенную плату вы арендуете рабочее место с Интернетом и компьютером в кафе, где есть большое офисное пространство. Место может быть за вами закреплено на какое-то время, а можно каждый раз садиться за новое место. В таком случае нужно будет принести свой ноутбук.

От обычных офисов это пространство отличается тем, что в помещении, где осуществляется коворкинг, могут проходить информационные семинары, могут предоставляться юридические консультации, оказываться налоговые услуги. Можно, конечно, арендовать и отдельный кабинет, но тогда атмосфера коворкинга будет нарушена, ведь весь смысл такого сотрудничества и заключен в живой и непосредственной атмосфере, где возможно размножение идей. Дополнительные возможности общения становятся в таком случае главным достоинством. Семинары и воркшопы дополняют этот проект. Например, здесь может быть мастерская с какими-то инструментами: дрелями, молотками, пилами, отвертками и т. д. Это на тот случай, если клиент захочет осуществить свой проект по дизайну или прикладному искусству. Семинары стоят недорого или символических денег. Здесь можно устроить ребенка в комнату, где за ним присмотрят, или же можно будет воспользоваться машиной для поездки во время паузы.

Самое главное в коворкинг-центре – это непредсказуемость рабочей атмосферы. Вы никогда не знаете, кто будет сидеть завтра за соседним столом, кто он по профессии, из какой компании. Для обмена информацией это имеет очень большое значение.

Невозможно сравнить коворкинг-центры просто с предоставлением услуг, как в гостинице. Это нечто другое по атмосфере и по самой своей сути. Меняется само ощущение работы. Офис – больше не место унылого пребывания сотрудника. Это

университетский кампус, библиотека, клуб, где обсуждаются и размножаются самые интересные идеи. Работа перестает быть принуждением, она становится в радость, и общение открывает дополнительные резервы в профессиональном мышлении.

Новизна становится производительной составляющей этого непрерывно пульсирующего процесса. Поскольку это совсем новое явление в социальной жизни, то и мебель, как правило, здесь заказывают по индивидуальному проекту, она почти всегда эксклюзивна. В типичном коворкинг-центре Берлина говорят на 30–40 языках. Здесь можно обсудить свои проблемы со специалистом в твоей области, можно прерваться, когда это требуется. Здесь можно найти небольшой фитнес-центр или провести видеоконференцию.

Конечно, такой принцип работы подходит только для определенного типа личности, но в больших городах востребованность в коворкинг-центрах только возрастает. Да и общение по делу коренным образом отличается от просто досугового общения. Оно намного продуктивнее, нежели общение в условиях постоянного преодоления скуки.

О кризисе развлечения верно писал замечательный австрийский писатель Роберт Музиль в статье «Закат театра». Чистое развлечение ведет к постоянной потребности разнообразия, и этот процесс приводит, как это ни парадоксально, к всепоглощающей скуке. «При этом совершеннейшая ненаполненность (содержанием) так же важна для успеха, как и наполненность поверхностной вариативностью или другими словами – способность сообщать предмету новую сторону ни в коем случае не важнее, чем способность не сообщать ему новой стороны» [5. – С. 329].

Коворкинг-центры как способ сотрудничества и как центры с особым дизайном рождены самой действительностью. Наличие цифровых технологий позволило выполнять работу дистанционно от работодателя и офиса. Целые компании могут

снимать для своих сотрудников коворкинг-центры, опять же ориентируясь на повышение производительности труда, а не на что другое. Но подобная система труда может обслуживать не все направления трудовой деятельности. Скажем, в банковской деятельности такую организацию труда представить себе трудно.

Спутницей создания коворкинг-центров является краткосрочность контактов. Сотрудники молодой компании не могут рассчитывать на долгосрочные соглашения, поэтому их будет устраивать именно система коворкинг-центров.

Самая крупная группа пользователей коворкинг-центров – это между 25 и 40 годами. Такой рынок управления трудовыми ресурсами развивается невероятно быстро. Самый быстрорастущий рынок таких услуг наблюдается в Германии, это второй по объему рынок после Америки. Места в коворкинг-центрах увеличиваются ежегодно в два раза, невероятными темпами увеличивается и рынок услуг фрилансеров. Только при наличии цифровых технологий возникла возможность работать самостоятельно. Компании все чаще работают не с постоянными сотрудниками, а с подрядчиками, выполняющими краткосрочные конкретные проекты.

Успехи коворкинг-центров в Германии не случайны. Там 10% всех наемных работников выполняют свои обязанности дома, а не в офисе. В отдельных областях число фрилансеров может подниматься до 30 и даже 50%. Эта быстрорастущая отрасль услуг имеет очень хорошие показатели стабильности. Они редко разоряются, хотя при их создании могут возникнуть довольно ощутимые проблемы.

Это не офис, куда волей-неволей должен приезжать сотрудник. Он поедет туда, где ему приятно работать, а также в том случае, если этот центр находится не далее чем в 20 минутах езды от дома. Нужно найти соответствующее количество так называемых комьюнити, т. е. клиентов, которые могут совмещаться по характеру своей работы.

В коворкинг-центр едут тогда, когда сами готовы заплатить. Коворкинг-центры удовлетворяют требование работать не в офисе, но и не дома. Не менее важно и наличие парковочных мест вокруг центра, наличие кафе или ресторана. Компания, если она заинтересована в хорошем сотруднике, может ему сказать: «Вам не надо будет ездить далеко на работу, мы снимем Вам места в ближайшем коворкинг-центре». Самые постоянные клиенты коворкинг-центров – это кинокомпании, которых сейчас очень много. Эти центры помимо рабочих мест могут предоставить клиенту и фитнес-услуги, и конференц-залы, и видеосвязь с другими городами для проведения видеоконференций.

Рожденную самой жизнью идею создания коворкинг-центров можно обнаружить и в России. Подобие такого центра, только для отдельной отрасли кинопроизводства, оборудовали в киностудии «Базилевс», где создает свои фильмы режиссер Т. Бекмамбетов. В центре большого помещения находится место, оборудованное по последнему слову техники, но в восточном стиле – это нечто наподобие кафе. Здесь можно встретиться с сотрудниками своей отрасли, выпить чаю или кофе, при этом не отрываясь надолго от работы на компьютере. Здесь очень живая и творческая атмосфера, рождающая и генерирующая новые идеи. Прекрасным дополнением к этому месту, условно называемому кафе, является огромный балкон второго этажа. Там можно освежиться на ветерке, посидеть, выпить кофе, пообщаться с товарищами по профессии. Это, конечно, не снимаемые рабочие места для сотрудников, но место с атмосферой плодотворной деятельности.

В кафе, что находилось на месте прежней Филипповской булочной на Тверской улице, тоже было нечто наподобие коворкинг-центра. Очень много молодежи с компьютерами выполняли свою работу. Привлекало в это место наличие удобной мебели, которая очень деликатно отгораживала рабочие места. Боковыми перего-

родками между столиками владельцы кафе создавали ощущение интимности, и вместе с тем это не мешало общению. Посетители чувствовали себя и автономно работающими, и в обществе таких же работающих людей. Вкусная кулинария и кофе дополняли привлекательность этого места для фрилансеров.

Несомненно, что в самое ближайшее время и в России появятся такие же или

подобные коворкинг-центры. Увеличение отраслей экономики, связанных с творческим характером труда, проблемы с пробками на дорогах, заботы работодателей о сокращении затрат на оборудование рабочих мест – все это говорит о том, что коворкинг и его центры в скором будущем обоснуются и в России – сначала в Москве и Санкт-Петербурге, а затем и в городах-миллионниках.

Список литературы

1. Вишняцкий Л. Б. История одной случайности, или Происхождение человека. – Фрязино : Век 2, 2005.
2. Кузнецова Е. И. Теория дизайна: современные концепции // IX Румянцевские чтения : материалы научно-практической конференции «Экономика, государство и общество в XXI веке». – Ч. IV. – М., 2011. – С. 255–263.
3. Майерсон Д., Росс Ф. Бизнес-центры и офисы. Лучшие проекты мира. – М. : Издательский дом Жигульский, 2008.
4. Мешер Л. Основы дизайна интерьера. Дизайн объектов розничной торговли (англ.). – М. : AVA Publisthing, 2010.
5. Музиль Р. Закат театра // Малая проза : избранные произведения : в 2 т. – Т. 2. – М. : Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 1999.
6. Папанек В. Дизайн для реального мира. – М. : Издатель Дмитрий Аронов, 2015.
7. Самара Т., Севиль Л. Эволюция дизайна. От теории к практике. – М. : РИП-Холдинг, 2009.

References

1. Vishnyatskiy L. B. Istoriya odnoy sluchaynosti, ili Proiskhozhdenie cheloveka [History of one Chance or Origin of Man]. Fryazino, Vek 2, 2005. (In Russ.).
2. Kuznetsova E. I. Teoriya dizayna: sovremennye kontseptsii [Theory of Design: Modern Concepts]. IX Rummyantsevskie chteniya, materialy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Ekonomika, gosudarstvo i obshchestvo v XXI veke» [The 9th Rummyantsev's Readings, materials of the Conference 'Economics, State and Society in the 21st Century'], Part IV. Moscow, 2011, pp. 255–263. (In Russ.).
3. Mayerson D., Ross F. Biznes-tsentry i ofisy. Luchshie proekty mira [Business Centers and Offices. Best Projects of the World]. Moscow, Izdatel'skiy dom Zhigul'skiy, 2008. (In Russ.).
4. Meshher L. Osnovy dizayna inter'era. Dizayn ob#ektov roznichnoy trgovli [Principles of Interior Design. Design of Retail Outlets]. Moscow, AVA Publisthing, 2010. (In English).
5. Muzil' R. Zakat teatra [Theatre Decline]. Malaya proza, izbrannyye proizvedeniya [Fiction: selected works], in 2 vol., Vol. 2. Moscow, Kanon-Press-Ts, Kuchkovo pole, 1999. (In Russ.).
6. Papanek V. Dizayn dlya real'nogo mira [Design for the Real World]. Moscow, Izdatel' Dmitriy Aronov, 2015. (In Russ.).
7. Samara T., Sevil' L. Evolyutsiya dizayna. Ot teorii k praktike [Design Evolution. From Theory to Practice]. Moscow, RIP-Kholding, 2009. (In Russ.).