

Гоман Юлия Валентиновна
Санкт-Петербургский горный университет,
Санкт-Петербург, Российская Федерация
juliagoman@mail.ru

Креативные пространства для цифрового общества

Аннотация. Цель исследования – определить критерии оценки комфортного креативного пространства для современного города, которые удовлетворят интересы и потребности цифрового общества. Задачи исследования: рассмотреть особенности креативных пространств города; выявить характеристики, на которые обращает внимание молодежь 18–20 лет в оценке креативных пространств. Объект исследования – креативные пространства современного города. Предмет исследования – интересы и предпочтения посетителей креативных пространств. Методы исследования: анализ литературы и веб-сайтов, анкетирование студентов университета.

Ключевые слова: креативное пространство; цифровизация; технология; современный город; цифровое общество

Goman Iuliia Valentinovna
St. Petersburg Mining University,
St. Petersburg, Russian Federation
juliagoman@mail.ru

Creative spaces for digitized society

Abstract. The aim of research is to find out the criteria of assessing the comfortable creative space for a modern city, which will satisfy the needs and interests of digitized society. The objectives are the following: to study the specificities of creative spaces in the city; to find out the preferences of young people aged 18–20 in estimation of creative spaces. The object of research is creative spaces of the modern city. The subject of research is interests and preferences of the young representatives of digitized society. Methods of research include: literature and websites' analysis, questionnaires for university students.

Keywords: creative space; digitization; technology; modern city; digitized society

Цифровое общество в «умном» городе

Жители современного города живут в цифровом формате. Город предоставляет нам последние технологии и стимулирует их использование в работе и проведении досуга. Цифровое общество живет в «умном» городе. Понятие «умный» город предполагает развитие отношений и связей между городом и технологиями, которые характеризуются цифровой повсеместностью [Albino, 2015; Söderström, 2014; Townsend, 2013].

Сегодня Интернет стал частью нашей идентичности. Цифровизации подвергаются разные сферы жизни: образование, политические права, отношения в

сообществах; каждый имеет возможность развивать индивидуальную сеть деловых контактов, а также подбирать для себя обучающий и досуговый контент. Цифровая инфраструктура определяет наше будущее. Технологическое развитие является неотъемлемой частью жизни «умного» города. В городском планировании и архитектуре отражаются современные концепты восприятия города. То, как жители видят город, отражает его возможное развитие в будущем. Город будущего складывается из совокупности представлений жителей, отвечает их потребностям. Таким образом, «умный» город – это идеал в воображении его жителей, которые пользуются современными технологиями и создают новые формы коллективного существования [Pison, 2015].

Почему речь идет о креативных пространствах? Какую роль креативность играет в цифровом обществе и в «умном» городе?

Во-первых, в умном городе можно найти много возможностей для самореализации; это центр предпринимательских инициатив [Deakin, 2013]. Роль города – стимулировать изменения, предоставлять возможности представителям разных слоев населения. Показателем экономического развития и открытости новым идеям является индекс креативности города [Florida, 2005]. Во-вторых, важно не только эффективно работать, но и уметь эффективно организовать свой досуг.

Для развития вариантов досуга в умном городе мы предлагаем использовать информацию, полученную от молодых жителей города – студентов. Это будущие собственники жилья в разных районах города, чьи интересы в развитии инфраструктуры необходимо учитывать уже сегодня. Результатом исследования станет разработка проекта креативного пространства для «умного» города.

Для реализации цели было проведено анкетирование и составлен обзор критериев креативного пространства, которое хотели бы посетить участники исследования – студенты одного из университетов Санкт-Петербурга, более 80 % из них – приезжие из разных городов России.

Анкетированных просили указать город проживания, возраст; далее они должны были предложить 10 характеристик креативного пространства, которое они хотели бы посетить. В исследовании принимали участие 16 человек; в ходе сбора информации было получено 160 ответов. Полученные ответы были разделены на 4 тематических блоков: расположение, оплата и правила посещения креативных пространств; цель создания креативного пространства; особенности проведения досуга в креативном пространстве; вопросы финансирования креативных пространств (см. Табл.).

В Таблице представлены темы, разбитые на блоки, с указанием частоты упоминания указанной темы в процентном соотношении к общему количеству участников.

Таблица. Критерии оценки креативного пространства

Блок 1. Расположение, оплата и правила посещения креативных пространств		%
1. Стоимость билета возможность получить скидку; стоимость посещения выставок		54
2. Возможность платить бонусами «спасибо»		6
3. Количество входов в пространство		6
4. Возможность подняться на крышу		6
5. Наличие парковки/ велопарковки		12
6. Возможность приносить еду с собой		6
7. Ограничения по возрасту для посещения		6
8. Штраф за порчу имущества		6
9. Удобство расположения пространства, в центре города или на окраине		36
10. Максимальное количество посетителей		6
11. Стиль одежды для посещения креативного пространства		6
12. Возможность посещения пространства с питомцами		6
13. Наличие бесплатных развлечений в креативном пространстве		6
14. Возможность купить сувениры в креативном пространстве		12
15. Наличие сайта в Интернете		12
16. Рекомендованный возраст посетителей, соответствие семейному отдыху		30
17. Количество посетителей креативного пространства ежедневно/еженедельно/ в пиковое время дня		36
18. Правила посещения и длительность пребывания в креативном пространстве		12
Блок 2. Цель создания креативного пространства		
1. История появления, идея создания креативного пространства		36
2. Информация о владельце/основателе пространства		12
3. Рекомендации по посещению креативного пространства: с друзьями или одному		18
4. Отличие креативного пространства		30
5. Наличие интересного интерьера в креативном пространстве		12
6. Возможность попробовать особенную еду в креативном пространстве		12
7. Эмоции, которые вызывает креативное пространство		12
8. Возможность составить впечатление о пространстве по одному посещению		12
9. Наличие положительных отзывов о пространстве, популярность данного места для отдыха		12
10. Соответствие пространства интересам жителей определенного района или любым гостям		6
11. Наличие и количество филиалов		12
12. Наличие похожих пространств в других странах или городах		24
13. Учет отзывов гостей в развитии пространства		6
14. Предпочтительный сезон для посещения креативного пространства		6
Блок 3. Особенности проведения досуга в креативном пространстве		
1. Направленность креативного пространства: музыкальная или визуальная		6
2. Причины выбора данного креативного пространства		18
3. Анонс событий в креативном пространстве		12
4. Соответствие пространства для активного или пассивного отдыха		6
5. Преимущество данного креативного пространства по сравнению с другими		6
Блок 4. Финансовые вопросы		
1. Стоимость проекта реализации креативного пространства		6
2. Кто финансирует проект, получает ли проект поддержку от государства или другого спонсора?		24
3. Возможность арендовать в пространстве место для работы		12
4. Способы продвижения креативных пространств		12
5. Проблемы креативного пространства, необходимость помощи		12
6. Возможность организовать выставки и другие события в креативном пространстве		6

В первом блоке, «Расположение, оплата и правила посещения креативных пространств», мы выделили 18 основных тем. Популярными темами первого блока стали следующие: стоимость билета и наличие скидок (54 %); количество посетителей (36 %); удобство расположения (36 %); рекомендованный возраст посетителей и возможность посетить пространство с семьей (30 %).

Во втором блоке, «Цель создания креативного пространства», было выделено 14 основных тем. Часто встречающимися темами стали следующие: история появления пространства (36 %), чем нравится данное креативное пространство (30 %); есть ли подобные креативные пространства в других городах и странах (24 %).

В третьем блоке, «Особенности проведения досуга в креативном пространстве», было выделено 5 основных тем. Наиболее популярным стали следующие темы: почему посетители предпочтут это место (18 %), какие события буду проходить в креативном пространстве в ближайшее время (12 %).

В четвертом блоке, «Финансовые вопросы», было выделено 6 тем. Наиболее часто упоминаемыми темами стали следующие: кто финансирует проект, получает ли он поддержку государства (24 %); можно ли арендовать место для работы (12 %); как продвигать пространство (12 %); какие проблемы существуют у креативного пространства (12 %).

Таким образом, характеристика креативного пространства предусматривает детальное рассмотрение его условий; понимание идеи и истории создания, а также готовность к возможным деловым контактам с владельцем креативного пространства.

Библиографический список

Albino, V., Berardi, U. and Dangelico R. (2015). Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives // *Journal of Urban Technology*. 2015. February. 22(1). P. 3–21.

Deakin, M. Smart Cities: Governing, Modelling and Analysing the Transition. Routledge, 2013. 1688 p.

Florida, R. Cities and the Creative Class // *City&Community*. 2003. March.2: 1. P. 3- 19.

Picon, A. Smart Cities: A Spatialised Intelligence. Hoboken. Wiley, 2015.168 p.

Söderström, O., Paasche, T., Klauser, F. Smart cities as corporate storytelling // *City* 18.3. 2014. P. 307–20.

Townsend, A. Smart cities: big data, civic hackers, and the quest for a new utopia. New York, London: Norton & Company, 2013. 400 p.