

УДК [021.7:330.11]727.8

Библиотека как креативное пространство в условиях новой экономики

Иванова Ирина Викторовна,
библиотекарь Обуховской сельской библиотеки – филиала Притобольной центральной
библиотеки Притобольного района Курганской области

Научный руководитель – Лаврова Клёна Борисовна,
кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечно-информационной
деятельности Челябинского государственного института культуры, г. Челябинск

Аннотация. Современная библиотека все реже позиционируется как место хранения книг или информации и все сильнее проявляет себя как центр активной жизни социума, пространство обучения, творчества и своеобразная лаборатория для реализации творческих проектов и воплощения нестандартных идей. Все это позволяет рассматривать библиотеку как креативное пространство. Цель статьи – выделить основные характеристики креативного пространства и рассмотреть возможности воплощения данных признаков в пространстве современной библиотеки. В качестве основных материалов для исследования были использованы источники на русском и английском языках, опубликованные преимущественно в последнее десятилетие. Основными методами выступили структурный и сравнительный анализ текста. Были выделены и рассмотрены следующие признаки креативного пространства: автономия, взаимосвязь социальных и экономических целей, гибкое социальное взаимодействие, наличие специфического оборудования, репутационный престиж и наличие дополнительных услуг. Новые технологии и новые формы работы библиотеки позволяют читателю быть не только потребителем, пассивно «поглощающим» информацию, но и «деятелем», создателем, изобретателем. Это в немалой степени стимулирует креативность людей, давая новый импульс развитию общества в условиях новой (креативной) экономики.

Ключевые слова: креативное пространство, библиотечный дизайн, креативная экономика, инновации.

Abstract. The modern library is less and less positioned as a place for storing books or information and increasingly manifests itself as an active social life center, a space for learning, creativity and a kind of laboratory for the creative projects and the embodiment of non-standard ideas implementation. It allows us to consider the library as a creative space. The purpose of the article is to highlight the main characteristics of the creative space and to consider the possibilities of embodying these features in the space of a modern library. The main materials for the study were sources in Russian and English, published mainly in the last decade. The main methods were structural and comparative analysis of the text. The following features of the creative space were identified and considered such as autonomy, the social and economic goals relationship, flexible social interaction, the specific equipment availability, reputational prestige and the availability of additional services. New technologies and new forms of library work allow the reader to be not only a consumer, passively “absorbing” information, but also a “doer”, creator, inventor. This greatly stimulates people’s creativity, giving a new motivation to the development of society in a new (creative) economy.

Keywords: creative space, library design, creative economy, innovation.

Для цитирования: Иванова И. В., Лаврова К. Б. Библиотека как креативное пространство в условиях новой экономики // Современное общество: актуальные проблемы и перспективы развития в социокультурном пространстве: материалы X Международной научно-практической конференции (Чебоксары, 31 марта 2023 г.) / БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чувашии. Чебоксары : ЧГИКИ, 2023. С. 45–49. EDN: CJNDAY

Введение

Понятие «креативная экономика» в 2000 году использовал профессор Джон Хокинс для определения особых экономических и социальных отношений, складывающихся между самой экономикой и творческим подходом к ее совершенствованию (Артищева, 2020, с. 239). Основным отличием креативной экономики от традиционного экономического уклада является то, что главный инструмент в ней – это знания, ресурс – информация, а продукт – инновации (Новикова, 2019, с. 176). Креативная экономика сегодня присутствует в разных областях социально-экономической жизни (например, модернизация образования, науки, развитие различных направлений социальной сферы). Это нашло отражение в исследованиях российских (Д. Д. Артищевой, С. К. Новиковой, М. В. Савиной, А. А. Степанова, Л. И. Шептухиной) и зарубежных ученых (Дж. Хокинса, D. F. Campbell E. G. Carayannis, C. Dalle Nogare, I. N. Dubina, M. Murzyn-Kupisz). Изучению различных характеристик креативных пространств посвящены работы Д. Н. Суховской, Л. И. Шептухиной, R. V. Bouncken, D. Grazian A. J. Reuschl.

В центре понятия «креативная экономика» лежат «творческие индустрии» или «креативные индустрии» (creative industries) (Шептухина, 2014, с. 174), которые находятся на стыке искусства, культуры, бизнеса и технологий. Они включают в себя цикл создания, производства и распределения товаров и услуг, использующих творчество и интеллектуальный капитал в качестве основного ресурса (Dubina I. N. и др., 2012, с. 4). А результаты «креативных индустрий» воплощают как культурную (символическую), так и экономическую (утилитарную) ценность (Dalle Nogare, Murzyn-Kupisz, 2021, с. 674). Библиотеки, несомненно, относятся к «креативной индустрии» и могут рассматриваться как «креативные пространства». Целью статьи является выделение основных характеристик креативных пространств и выявление возможности воплощения данных признаков в пространстве современной библиотеки.

Материал и методы исследования

В качестве основных материалов для исследования были использованы источники на русском и английском языках, опубликованные преимущественно в последнее десятилетие, посвященные различным аспектам изучения креативной экономики (креативные индустрии, креативные пространства, создание инноваций и т. д.), а также результаты наблюдений автора, полученные в процессе практической деятельности в библиотеке и изучения опыта коллег по организации пространства библиотек в современных условиях. В изученной литературе характеристики креативного пространства наиболее полно и наглядно рассмотрены на примере коворкинг-пространств, предлагающих офисные и социальные помещения для временного или длительного использования. Отметим, что коворкинг-пространства нередко предоставляются и самими библиотеками (в частности модельными).

Основными методами выступили структурный и сравнительный анализ текста. На основе выделенных признаков было смоделировано креативное пространство библиотеки.

Результаты исследования и их обсуждение

Креативные пространства – пространства, «рассчитанные на привлечение творческого сообщества и реализацию на своих территориях всевозможных арт-замыслов в условиях глобализации современного общества» (Суховская, 2013, с. 650). Креативные пространства – это публично доступные места, где люди могут свободно самовыражаться, обмениваться идеями, демонстрировать другим результаты своего творчества и коммуницировать с другими не в роли потребителя товаров или сотрудника, а в роли создателя, разработчика, творца уникального продукта своей личности (Суховская, 2013, с. 650).

Библиотека в качестве креативного пространства (особенно в селе или небольшом городе) нередко становится центром жизни местного сообщества. И зачастую она является единственным местом, предоставляющим возможности для творческой самореализации с учетом индивидуальных способностей и увлечений человека (Суховская, 2013, с. 650). Выделим некоторые признаки креативного пространства и рассмотрим, как именно пространство библиотеки поддерживает (или не поддерживает) проявление креативности.

Итак, первая выделенная характеристика – предоставление автономии. Автономия включает в себя свободный доступ и использование пространства, инфраструктуры и всевозможного оборудования в саморегулируемое рабочее время. В отличие от регламентированной деятельности внутри иерархии, являющейся признаком всех дисциплинарных пространств, пользователи креативного пространства библиотеки пользуются автономией работы и общения. То есть они самостоятельно решают воспользоваться возможностью – а не необходимостью – взаимодействовать с другими людьми на комфортных для себя условиях (с кем, как часто, как долго, насколько открыто и т. д.), получать и предоставлять обратную связь, активизировать личные или деловые отношения. Автономия побуждает людей к творчеству и экспериментированию (Bouncken, Reuschl, 2018, с. 320). Автономия – это максимальная доступность библиотеки (график работы 24/7, наличие свободного пространства, достаточного количества комфортных рабочих мест с различной степенью приватности) и отсутствие ярко выраженного контроля со стороны сотрудников библиотеки.

Следующая характеристика – это обеспечение взаимосвязи социальных и экономических целей. Посетители библиотеки могут свободно преследовать как деловые (работа), так и некоммерческие (социокультурные) цели, нередко сочетая их. То есть, помимо создания условий для работы, креативное пространство должно предоставлять возможности для досуга, отдыха, развлечения, саморазвития и т. д. Возможность такого сочетания работы и культурного досуга также стимулирует креативность (Bouncken, Reuschl, 2018, с. 320). В данном отношении библиотеки как нельзя лучше способны обеспечить эту взаимосвязь. С одной стороны, это зонирование помещений, разнообразие в оформлении и оборудовании отдельных зон, наличие пространства для работы и для отдыха (игровая зона, кафетерий, зимний сад, зоны для психологической разгрузки и т. п.). С другой стороны – наличие необходимых для «производства» идей и инноваций разнообразных информационных ресурсов (от сказок и «развлекательной» литературы до серьезных научных трудов), которые библиотека собирает, хранит и предоставляет своим читателям.

Креативные пространства воплощают идею совместной экономики в двух измерениях, обеспечивающих доступ к общим физическим активам (помещения, оборудование, кафетерий и т. д.) и обмен нематериальными активами (информация, знания и т. д.) (Bouncken, Reuschl, 2018, с. 321). Автономия и наличие взаимосвязи экономических и социальных целей порождают еще один признак креативного пространства – гибкое социальное взаимодействие между пользователями (пространства) в социальных,

образовательных, культурных и деловых интересах. Социальное взаимодействие может иметь различные формы и интенсивность, принося вдохновение и увеличивая обмен информацией и знаниями между посетителями библиотеки не только во время физического соприсутствия в пространстве, но и после него. Дизайн креативных пространств поощряет к общительности и сотрудничеству, выделяя общие зоны, где участники работают или отдыхают бок о бок друг с другом (общие столы, длинные стойки кафетерия с барными стульями, диваны с журнальными столиками). В то же время нужны и небольшие закрытые площадки, где несколько человек могут организовывать встречи с клиентами, конференц-звонки или встречи в нерабочее время, предназначенные для отдыха и укрепления групповой солидарности (Grazian, 2019, с. 1006).

Важная характеристика креативных пространств – наличие специфического оборудования. Специфическое оборудование привлекает пользователей из определенных профессиональных кругов и отраслей. Представителей творческой индустрии может заинтересовать специальное мультимедийное оборудование или программное обеспечение. Работники отраслей, связанных с технологиями, могут нуждаться, например, в 3D-принтерах или лабораториях, а пользователям из индустрии моды могут потребоваться швейные машины (Wouncken, Reuschl, 2018, с. 328). Здесь вопрос только в том, насколько конкретная библиотека готова следовать за подобными запросами своей аудитории и какие из них она в состоянии удовлетворить. Например, библиотека может предложить шумоподавляющие телефонные будки, модульные и рабочие столы, всевозможное интеллектуализированное оборудование для чтения, VR-шлемы, лингафонное, видео- и звукозаписывающее оборудование, предметы мебели с изменяемыми параметрами, различную офисную технику от цифровых сканеров до 3D-принтеров. Использование видео с эффектом дополненной реальности, технических новинок также усиливает восприятие библиотеки как креативного пространства. Оснащение библиотек современной техникой позволяет сотрудникам компаний с небольшим доходом, работникам бюджетных учреждений, самозанятым лицам и простым читателям получить доступ к новым технологиям и оборудованию, которое они не могут позволить себе приобрести самостоятельно.

Еще одна не менее значимая характеристика креативных пространств – репутационный престиж. Символический статус, придаваемый как декору, так и географическому расположению места работы, исследовал социолог Ч. Райт Миллс. Он отмечает, что «клерк, получающий 38 долларов в неделю в хромированном помещении из красного дерева в Радио-сити, часто предъявляет более высокие требования к престижу, чем 50-долларовый клерк в неделю в маленькой обшарпанной конторе на Седьмой авеню» (цит. по: Grazian, 2019, с. 997). Креативные пространства – это места с современным дизайном, который пользователи присваивают для повышения своего культурного капитала, профессионального статуса и репутации. Это дает возможность достойно выглядеть в глазах партнеров и произвести впечатление на клиентов или гостей. Посещать современную и красивую библиотеку – престижно.

Необязательный, но желательный признак креативных пространств – наличие дополнительных услуг. Это могут быть презентации экспертов в различных областях, социальные и культурно-досуговые мероприятия, мастер-классы и тренинги (например, веб-дизайн), клубы и кружки по интересам, подбор партнеров и бизнес-инкубация, а также предоставление площадки для реализации своего проекта на территории библиотеки. При этом библиотекари могут выступать как источники экспертных знаний.

Выводы

Библиотеки сегодня – это комфортные и функциональные пространства, где можно не только взять книги, но и посетить мероприятия, встретиться с известными писателями,

актерами, публичными людьми, интересно и с пользой провести время. Присутствие в пространстве библиотеки выделенных характеристик (автономия, взаимосвязь социальных и экономических целей, гибкое социальное взаимодействие, наличие специфического оборудования, репутационный престиж) ярко характеризует ее как креативное пространство. Новые технологии и новые формы работы библиотеки позволяют читателю быть не только потребителем, пассивно «поглощающим» информацию, но и «деятелем», созидателем, изобретателем. Библиотеки выступают местами демонстрации, распространения или производства творческого контента, а также источниками вдохновения для такого контента. Это в немалой степени стимулирует креативность людей, давая новый импульс развитию общества в условиях новой (креативной) экономики. Поэтому библиотеки могут стать важными движущими силами технологических, экономических и социальных инноваций, внося свой вклад в повышение инновационности своего сообщества, способствуя развитию креативной среды конкретной территории.

Литература

Артищева Д. Д. Креативная экономика: сущность и способ ее измерения // Молодой ученый. 2020. № 14 (304). С. 239–241.

Новикова С. К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт // Новые технологии. 2019. Вып. 2 (48). С. 175–184. URL: <https://doi.org/10.24411/2072-0920-2019-10217> (дата обращения: 27.03.2023).

Суховская Д. Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны коворкинга, арт-территории // Молодой ученый. 2013. № 10 (57). С. 650–652.

Шептухина Л. И. Творческие индустрии и городское развитие в XXI веке // Экономика, управление, финансы: материалы III Международной научной конференции (г. Пермь, февраль 2014 г.) ; под. ред. Г. А. Кайновой. Пермь : Меркурий, 2014. С. 174–176.

Bouncken R. B., Reuschl A. J. Coworking-spaces: how a phenomenon of the sharing economy builds a novel trend for the workplace and for entrepreneurship (Коворкинг-пространства: как феномен экономики совместного использования создает новую тенденцию для организации рабочего места и предпринимательства) // Review of Managerial Science. 2018. Vol 12. P. 317–334. URL: <https://rdcu.be/cY8pl> (дата обращения: 27.03.2023).

Dalle Nogare C., Murzyn-Kupisz M. Do museums foster innovation through engagement with the cultural and creative industries? (Способствуют ли музеи инновациям посредством взаимодействия с культурными и творческими индустриями?) // Journal of Cultural Economics. 2021. Vol 45. P. 671–704. URL: <https://rdcu.be/cY8sO> (дата обращения: 27.03.2023).

Dubina I. N., Carayannis E. G., Campbell D. F. creativity economy and a crisis of the economy? Coevolution of knowledge, innovation, and creativity, and of the knowledge economy and knowledge society (Экономика творчества и экономический кризис? Коэволюция знаний, инноваций и творчества, а также экономики знаний и общества знаний) // Journal of the Knowledge Economy. 2012. Vol 3. P. 1–24. URL: <https://rdcu.be/cY8tM> (дата обращения: 27.03.2023).

Grazian D. Thank God it's Monday: Manhattan coworking spaces in the new economy (Слава богу, сегодня понедельник: коворкинги на Манхэттене в условиях новой экономики) // Theory and Society. 2019. Vol 49. P. 991–1019. URL: <https://rdcu.be/cY8p8> (дата обращения: 27.03.2023).