



ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ Прикладные аспекты культурологии

УДК 378.147:711.4

Д. Н. Суховская
D. N. Sukhovskaya

КРЕАТИВНОЕ ГОРОДСКОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ НОВОГО ТИПА

CREATIVE URBAN SPACE AS A FACTOR IN THE FORMATION OF A NEW TYPE OF EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Аннотация. В статье рассматривается образовательный потенциал креативного городского пространства, когда на смену традиционным моделям образования приходят подходы, основанные на саморазвитии и креативности. Городская среда продуцирует новые форматы обучения, интегрированные в социальный и культурный контекст.

Благодаря наличию интеллектуального капитала современные города превращаются в площадки для непрерывного образования и социализации. Креативные кластеры и общественные пространства выступают в качестве носителей аутентичной городской культуры и источников новых образовательных практик.

Abstract. The article examines the educational potential of creative urban spaces, when traditional educational models are replaced by new approaches based on self-development and creativity. The urban environment produces new learning formats integrated into the social and cultural context.



The presence of intellectual capital allows modern cities to become platforms for continuous education and socialization. Creative clusters and public spaces act as carriers of authentic urban culture and sources of new educational practices.

Ключевые слова: креативное городское пространство, образовательная среда, общественное пространство, непрерывное образование, интеллектуальный капитал, урбанистика.

Keywords: creative urban space, educational environment, public space, continuous education, intellectual capital, urbanism.

Система образования претерпевает глубокую трансформацию. На место традиционным подходам приходят методы, предполагающие постоянное обновление знаний, непрерывное обучение, зачастую в режиме онлайн. Неслучайно столь распространённым в наше время стало понятие креативности, означающее умение нестандартно мыслить и действовать, нарушая привычные шаблоны [4, с. 100]. Кардинально меняется роль педагога – из непререкаемого авторитета он становится организатором учебного процесса, помогающим находить и осваивать новые знания [2, с. 324].

Многократно расширилось понятие образовательной среды – теперь это не только школа, колледж или университет, но и семья, друзья, коллеги, весь тот социум, в котором живёт и трудится человек. Образовательная среда вышла далеко за пределы собственно образовательного учреждения, наполнившись новым содержанием. Теперь уже в пору говорить об «образовательном пространстве», охватывающем если не все, то многие направления социальной активности [1, с. 356].

Составной частью такого пространства становится город, рассматриваемый в качестве социокультурного феномена. Закономерно, что не только в специальной литературе, но и в повседневном обиходе прочно укоренилось пришедшее из урбанистики, – и популяризированное блогерами-урбанистами, – выражение «город для людей». Городская среда всё чаще начинает восприниматься как гармоничное дополнение образовательной среды, как её естественное и необходимое продолжение [5, с. 18].



В чём же причина такой перемены? Современное образование нацелено, в том числе, на формирование интеллектуального капитала, а город как-раз выступает основным местом его концентрации. Напомним, что под интеллектуальным капиталом понимаются различного рода нематериальные активы, позволяющие умножать имеющиеся знания и расширять горизонты экономического и технологического развития [6]. Обеспечивая в условиях информационного общества высокую конкурентоспособность, именно интеллектуальный капитал, – а не физический, как прежде, – выступает важным фактором производства общественных благ. Неслучайно мы сейчас наблюдаем в мире усиленную конкуренцию за создание наиболее благоприятных условий для привлечения интеллектуального капитала, причём в этот процесс равно вовлечены и крупнейшие корпорации, и органы государственной власти, на уровне как целой страны, так и отдельных регионов.

Одним из действенных способов наращивания интеллектуального капитала является создание в городах общественных и креативных пространств. Их функционирование нередко закрепляется на законодательном уровне, как, например, в «Градостроительном кодексе города Москвы», где общественное пространство определяется как совокупность зданий и сооружений, предназначенных «для посещения неограниченным кругом лиц» [7]. В отличие от общественного, определение креативного пространства уже более конкретизировано – «это специально организованные площадки, стимулирующие творческую деятельность, обмен идеями и сотрудничество между людьми разных профессий и интересов». Формат креативного пространства может быть очень разным – это и коворкинги, и студии, и галереи, и сценические площадки, и т. д., при этом все они, как правило, находятся в пределах одного культурного центра или креативного кластера [8].

Общественные и креативные пространства зачастую создаются на месте закрытых заводов и фабрик, заброшенных промышленных зон, наглядно демонстрируя смену индустриальной экономики постиндустриальным укладом



— так называемой «экономикой знаний» или «креативной экономикой». С их появлением заметно оживляется городской ландшафт, качественно меняется среда обитания [3, с. 291].

Особенно выигрышно смотрятся подобные пространства в историческом центре или в непосредственной близости от него. В качестве успешных примеров регенерации городской среды можно назвать: в Москве — Дом культуры «ГЭС-2», Культурный центр «ЗИЛ», Арт-кластер «Красный Октябрь», Центр дизайна и архитектуры «Art Play»; в Санкт-Петербурге — Культурный центр «Новая Голландия», Лофт-проект «Этажи», Культурно-деловое пространство «Севкабель Порт» (этот перечень можно продолжать ещё очень долго, и не только в столицах). Будучи местом проведения разнообразных культурно-просветительских мероприятий, городские пространства обладают значительным образовательным потенциалом.

Впрочем, поначалу подобные центры выполняли скорее досуговую функцию, что выражалось в косметическом ремонте обветшавших построек и в их «потребительском» наполнении (магазины, кафе, мастерские). Однако со временем функционал общественных пространств постепенно расширялся, приобретая всё более «культурный», просветительский характер. Например, открытый в 2023 году в Санкт-Петербурге Культурный центр «Левашовский хлебозавод» включает в себя не только помещения для выставок, лекций и спектаклей, но и посвящённый Ленинградской блокаде Мемориальный музей. Сам факт наличия подобных мест говорит о высоком культурном и интеллектуальном уровне городского сообщества, которое выступает в роли своеобразного «заказчика», влияющего на содержательную составляющую общественных и креативных городских пространств.



Список источников и литературы

- 1. Ериков Н.О.** Реализация идеи «кreatивного города» как новая тенденция в развитии городского пространства // Modern Science. – 2022. – № 1-2. – С. 356-362.
- 2. Клейман А.А., Бабанчикова О.А.** Креативные индустрии: теория, мировой и отечественный опыт создания и функционирования городских креативных пространств // Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры. Материалы I Международной научно-практической конференции, Россия, г. Орёл, 25-26 апреля 2019 г. / Отв. редактор Е.Ф. Дудина. – Орёл: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, 2019. – С. 324-331.
- 3. Корнилова А.А., Копина Ю.Ф.** Формирование креативного пространства городской среды // Евразийское научное объединение. – 2019. – № 12-4 (58). – С. 291-294.
- 4. Лебедева Елена.** Образовательный потенциал городского публичного пространства // Корпоративные стратегические коммуникации: новые тренды в профессиональной деятельности. Материалы II Международной научно-практической конференции, Республика Беларусь, г. Минск, Белорусский государственный университет, 22-23 февраля 2018 г. / Отв. редактор И.В. Сидорская. – Минск: БГУ, 2018. – С. 100-102.
- 5. Суховская Д.Н.** Образовательное пространство города: социализация, инкультурация и формирование креативного общества // THEORIA. Журнал исследований в образовании. – 2025, 26 марта. – Том VI, № 1. – С. 32-44. DOI: 10.5281/zenodo.14786612.
- 6. Стюарт А. Томас.** Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. Перевод с английского. – М.: «Поколение», 2007.
- 7.** Закон города Москвы от 25 июня 2008 г., № 28 «Градостроительный кодекс города Москвы» (редакция от 1 января 2025 г.). Источник: сайт журнала «Юрист компании» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.law.ru/npd/doc/docid/3692117/modid/80> (дата обращения: 12.05.25).
- 8.** Что такое креативные пространства и для чего они? Источник: сайт общественной организации «Работающая молодёжь Юга» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rmu-russia.ru/blog/2025/03/15/chto-takoe-kreativnye-prostranstva-i-dlja-chego-oni/> (дата обращения: 12.05.25).

© Суховская Д.Н., 2025