

## Public and co-working spaces: relationship and role within spatial development of Saint Petersburg

Fieraru V.

### Общественные и коворкинг-пространства: взаимосвязь и роль в пространственном развитии Санкт-Петербурга Фьерару В. А.

Фьерару Валерия Александровна / Fieraru Valeria – аспирант,  
специализированная кафедра Публичного акционерного общества «Газпром»,  
факультет экономики и финансов,  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
специалист,

Комитет по экономической политике и стратегическому планированию Санкт-Петербурга,  
г. Санкт-Петербург

**Аннотация:** в статье рассмотрен феномен коворкинг-пространств, их взаимосвязь с концепцией «третьего места», роль и значение в составе общественных пространств Санкт-Петербурга. Предложен ряд мероприятий по более эффективной организации коворкингов в современных экономических условиях развития Санкт-Петербурга.

**Abstract:** the article discusses the phenomenon of co-working spaces, its relationship with third space theory, its role and importance within public spaces of Saint Petersburg. In accordance with current economic conditions of Saint Petersburg is considered a range of measures for more effective usage of co-working spaces.

**Ключевые слова:** общественное пространство, концепция «третьего» места, коворкинг-пространство, креативный кластер.

**Keywords:** public space, third space theory, co-working space, creative cluster.

В полицентрической модели пространственного развития, принципы которой заложены в Стратегии социального и экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года, а также предусматриваются в качестве опорных точек при актуализации действующего Генплана и нормативов градостроительного проектирования, особую роль занимают общественные пространства (public spaces). Каждая территориальная единица города должна быть самодостаточным анклавом в части обеспеченности объектами социальной инфраструктуры, жилищного фонда, мест приложения труда, а также общественными пространствами, создающими идентификационную связь жителя со средой обитания и повышающими качество городской среды.

Одно из первых определений «общественного пространства» фигурирует в работе немецко-американского политолога Х. Арентс «Vita Activa, Или о деятельной жизни», где в качестве наилучшего примера публичного пространства приводится римский форум, то есть городская площадь – место сбора жителей полиса для решения важнейших общественных вопросов.

В отечественной теории под общественными пространствами в большинстве случаев понимаются благоустроенные территории открытого типа, такие как садово-парковые зоны, набережные, пешеходные улицы и площади. На практике в роли востребованных общественных пространств все чаще фигурируют торгово-развлекательные центры, комплексы и моллы, которые и являются на сегодняшний день основными точками притяжения общественной жизни.

Однако характеристикам общественных пространств, ввиду общедоступности и multifunctionality, в полной мере отвечают и творческие кластеры: «современные публичные пространства, открытые и комфортные, не нарушающие права индивида на выбор того, чем заняться; пронизанные информацией и генерирующие новые впечатления, стимулируя воображение и креативность» [1].

Понятие общественных пространств тесно связано с концепцией «третьего места», разработанной американским социологом Р. Олденбургом. Согласно модели «third place», у каждого есть три жизнеобразующих места: дом, работа и так называемое «третье», социализирующее, место - зона отдыха, досуга и самореализации.

Интересной особенностью является то, что на территории общественных пространств могут быть удовлетворены потребности, характеризующие представителей креативного класса и творческой элиты и находящиеся на вершине в пирамиде потребностей А. Маслоу (рис. 1).



Рис. 1. Пирамида потребностей Маслоу

Однако в российских городах «третьи места» все чаще ассоциируют с коворкинг-пространствами. Коворкинг-пространства представляют собой сублимированный вариант рабочего места на дому и в офисе: площадки свободного доступа на базе гибкой аренды, состоящие из полностью оборудованных типовых рабочих мест. На территории Санкт-Петербурга на сегодняшний день функционирует порядка 40 коворкинг-пространств общей площадью примерно 7,5 тыс. кв. м [2]. При этом большая часть коворкинг-пространств – обособленные площадки, создаваемые в виде отдельного типа офисной недвижимости. Среди крупнейших – «Зона действия», 404Hub, Welcome. Спрос на данный вид коммерческой недвижимости формируется преимущественно креативными предпринимателями, стартапами и фрилансерами.

Однако более эффективным способом развития общественных пространств является организация коворкингов в составе креативных кластеров.

Стратегией 2030 развитие креативных отраслей экономики выделяется в качестве приоритетного направления, способствующего обеспечению устойчивого экономического роста. В документе сформулированы следующие стратегические направления: «формирование творческой креативной среды для самореализации жителей»; «формирование общественных пространств, предоставляющих жителям возможности общения, отдыха, обучения, волонтерства и пр.» [3]. Для реализации потенциала города в части развития данного сектора экономики необходимо осуществление ряда мероприятий по созданию и поддержке благоприятного для развития творческого потенциала климата. Одним из таких мероприятий должна стать разработка концепции по формированию арт-кластеров.

В 2012 году Комитетом по инвестициям Санкт-Петербурга был разработан проект концепции создания творческого кластера на территории города, однако концепция не была утверждена и использована в территориальном развитии Санкт-Петербурга.

Активизация внедрения третьих мест в городскую среду особенно актуальна для Санкт-Петербурга не только ввиду содействия развитию креативных индустрий, но и вследствие планируемой легализации «теневой» самозанятости в РФ. Данная законодательная инициатива может открыть обширный сегмент потенциальных потребителей услуг коворкинг-пространств. Функционирование коворкинг-пространств в составе креативных кластеров в свою очередь будет не только способствовать развитию творческих отраслей, но и позволит самозанятым перейти в категорию предпринимателей. Взаимосвязь данных явлений может быть интенсифицирована путем введения льготных арендных ставок для занятых в креативных отраслях. Для реализации данной меры необходимо законодательное определение креативного сектора экономики на государственном уровне.

### Литература

1. Бозе Э. Город случайных связей. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.dp.ru/a/2011/05/13/Gorod\\_sluchajnih\\_svjazej/](http://www.dp.ru/a/2011/05/13/Gorod_sluchajnih_svjazej/) (дата обращения: 03.11.2016).
2. Михеева Ю. Креативные пространства: проекты, идеи, перспективы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://komned.ru/analit.php?id=430/> (дата обращения: 02.11.2016).
3. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 13.05.2014 № 355 «О Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года».