

Мурашко Е.В., аспирант

Харьковская государственная академия
дизайна и искусств

СЦЕНАРНЫЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕРЬЕРОВ ОФИСОВ

Аннотация. В статье рассматривается сценарный подход к организации интерьера как общемировая тенденция на примере дизайн-проектов офисов крупных зарубежных компаний.

Ключевые слова: сценарный подход, дизайн офисов, эмоционально-эстетическая концепция, «сценография» офиса, экономика впечатлений.

Анотація. Мурашко О.В. Сценарний підхід до організації інтер'єрів офісів. У статті розглядається сценарний підхід до організації інтер'єру як загальносвітова тенденція на прикладі дизайн-проектів офісів крупних зарубіжних компаній.

Ключові слова: сценарний підхід, дизайн офісів, емоційно-естетична концепція, «сценографія» офісу, економіка вражень.

Annotation. Murashko E.V. Scenario approach to organization interior of office. In the article was considered scenario approach to organization interior as the world tendency by example of design of office projection and projection of big foreign companies.

Keywords: scenario approach, aesthetic-emotional conception of interior, dramatization of office, experience economy.

Постановка проблемы. Гедонистическое общество потребления ориентировано на удовлетворение самых разнообразных запросов человека. Именно поэтому возникла ориентация на стратегии «экономики впечатлений» [1]. Осмысление нелинейной парадигмы в сфере архитектуры и средового проектирования привело к ассимиляции и внедрению новых стратегий, заимствованных из широкого культурного контекста. Таким контекстом для архитектуры выступает культура в целом – все виды искусства, философия, наука, религия, техника и технология, социальные процессы, политика. Так эволюционирует язык архитектуры [2].

В настоящее время на территории постсоветского пространства относятся к организации интерьера офиса как к чему-то второстепенному, малозначительному. В результате чего большинство интерьеров офисов являются обезличенными, неинтересными. Не учитывается тот факт, что удовлетворённость сотрудников своим рабочим местом – одно из необходимых условий успеха. А также, безликий офис не является интересным для посещения его заказчиками. В то время как за рубежом появляются уникальные объекты, оставляющие неизгладимые впечатления. Эти объекты решены в духе сценарного подхода.

Связь работы с научными программами. Исследование проведено в рамках научно-исследовательской программы согласно с госбюджетной тематикой «Методология инновационного дизайна в контексте научно-технического прогресса и глобального экологического кризиса» (номер государственной регистрации: 0107U002131).

Анализ последних исследований и публикаций. В своей диссертационной работе М.В. Лазарева описывает изменение парадигмы в средовом проектировании, когда архитектурная среда стремится не просто к статичной выразительности, а к соперничанию, возникающему в результате вовлеченности посетителя в динамичные процессы, разворачивающиеся в пространстве. Проектировщики формулируют такой подход как «проектирование опыта» — реализацию новых необычных ощущений [3].

Эта линия становления современного проектно-художественного мышления обрисована в книге «Специальное оборудование интерьера» (А.В. Ефимов, М.В. Лазарева, В.Т. Шимко), где описаны разнообразные подходы к организации интерьера:

- скульптурно-пластический подход;
- органический подход;
- функциональный подход;
- технологический подход;
- маркетинговый подход;
- системный подход;
- сценарный подход.

Изложение основного материала. В рамках нашего исследования остановимся подробнее на сценарном подходе, так как он, как отмечают А.В. Ефимов, М.В. Лазарева, В.Т. Шимко, является комплексным, включая в себя и системный, и технологический (не эстетику, а суть подхода), и маркетинговый аспекты. Кроме того – это междисциплинарный метод.

Сценарный подход (развивающий положения системного) одним из первых предложил Андреа Бранци. На примере офисного интерьера Бранци вводит понятие

Надійшла до редакції 06.09.2010

«сценария», когда в одном и том же «пространстве – оболочке» «проигрываются» и организуются различные функциональные процессы: индивидуальная работа, конференция, рабочая и неформальная встречи, отдых, работа с архивами и другие. Человек ощущает себя и актёром, играющим, к примеру, роль офисного служащего, и режиссером, заставляющим «играть» предметное окружение [4, 30].

Йохан Хейзинга в книге «Homo ludens» утверждает: «Игра – содержательная функция со многими гранями смысла. В игре «подыгрывает», участвует нечто такое, что превосходит непосредственное стремление к поддержанию жизни и вкладывает в данное действие определённый смысл [5, 14]. Далее в этом же источнике: «Функция игры в её высокоразвитых формах может быть легко выведена из двух существенных аспектов, в которых она проявляется. Игра есть борьба за *что-нибудь* или же представление *чего-нибудь*. Слово «представлять» по своему происхождению значит «ставить что-либо перед глазами» [5, 33].

Дизайн офиса, образы и сюжеты, которые создаёт дизайнер среды, тесно связаны с деятельностью предприятия и его корпоративным стилем. Офис это не только место работы, но и средство рекламы. Самое главное – это выделить целевую функцию компании, дух компании.

К сожалению, на территории постсоветского пространства офисные помещения похожи как монозиготные близнецы: стены красят в нейтральный цвет, одинаковая мебель, техника – и вперёд, покорять вершины бизнеса. Такое невыразительное решение тоже имеет право на существование, но только для руководителя, которому совершенно чужды понятия «имидж фирмы» и её «психологический климат» [6].

Алла Алфёрова руководитель проектов московской фирмы «А-ПРОЕКТ» в интервью для журнала «Современный офис» пишет: «Достаточно побывать в интерьерах одного офиса, чтобы представить, как выглядит типичный дизайн офиса в Москве. Дизайн проект офиса одинаков повсеместно... не рабочие места, а натуральные вольеры, территория для... вот именно что... для планктона, а не для творческих образованных сотрудников. <...> Чтобы пояснить свою мысль, расскажу об общемировой тенденции в сфере дизайн интерьера офисов, дизайн-проект интерьера офисов высокотехнологичных IT компаний. Успех таких компаний определяется оригинальными творческими идеями, а также способностью сотрудников интенсивно и эффективно работать. А для творчества определяющим условием являются коммуникации, причём зачастую спонтанные, поэтому сейчас архитекторы так направляют движение сотрудников, чтобы они имели возможность чаще пересекаться друг с другом. При этом – всегда кстати – оказывается какая-нибудь комфортная переговорная, комната отдыха или кафетерий. Т.е. в течение дня люди, благодаря такому дизайну интерьера офиса, имеют возможность несколько раз сменить обстановку – это стимулирует виденье решаемой задачи под иным углом. При спонтанных встречах люди более охотно высказывают ещё только зарождающиеся идеи, вспомним про метод мозгового штурма, который основан на этом же принципе [7].

Подтверждая эти наблюдения, А.Г. Раппопорт в своей статье пишет о драматизации среды, динамизации её фрагментов, постижении среды в движении, постоянных превращениях и метаморфозах.

Это направление проектного мышления обретает художественно-эстетический смысл в категории «театрализация» среды и сопутствующих ей понятиях «зрелищность», «сценирование», «драматургия» и т.п. Автор отмечает, что «Проектировщики, ищущие альтернативы функционализму и техницизму, обращаются к театру, видя в нём прототип иной, сопряженной не только с мыслью, но и с живым человеческим жестом, формы общения человека с предметным окружением. Театральное представление Нового времени даёт тип единства поведения и его сценической обстановки, то есть то, к чему стремятся проектировщики, принимающие ценности «средового подхода». Ссылаясь на специальные и развёрнутые исследования в работах В.Ф. Сидоренко и Ю.П. Чевичелова, касающиеся идей сценирования и сценарного моделирования, он пишет «аналогия дизайна с театром привлекает наше внимание в связи с теми методическими проблемами, которые возникли при обращении дизайнеров к проектированию крупных комплексных объектов. Театр является такой исторически откristаллизовавшейся формой художественной деятельности, которая по некоторым своим структурным признакам наиболее адекватна ситуации, сложившейся в дизайне. В данном случае речь идет о самом явном отличительном признаке новой ситуации – о расширении объекта дизайна от вещи до комплекса (системы, среды) и соответствующем расширении дизайн-деятельности от одного автора до большого творческого коллектива» [8].

Яркой иллюстрацией сценарного подхода в проектировании предметно-пространственной среды является офис поисковой системы «Google» в Цюрихе, Швейцария. Миллиарды людей каждый день используют сервисы и услуги этой компании. Но не каждый представляет «Google» как компанию, его больше воспринимают как поисковый сервис в Интернете. Не каждый задумывается над тем, что «Google» – это очень большая и развивающаяся компания, представляющая которой находятся во всех странах и даже областях по всему миру. Прогрессивная корпоративная культура «Google» основывается на потенциале человека, ведь только непревзойдённые решения и креативные идеи работников способны вывести компанию в лидеры и стать лучшими среди лучших [9].

Интерьер «Google» спроектирован швейцарской проектной группой Camenzind Evolutionhas. 7-этажное здание рассчитано на 800 работников. Помимо качественного средового и пространственного дизайна, в проекте отдельное внимание отведено многочисленным зонам рекреаций. Разные по тематике и исполнению они несут основную идею – философии компании: WORK FOR FUN !

Алла Алфёрова пишет: «Одним из моих любимых примеров является дизайн проект интерьера офиса компании «Google» в Цюрихе. На мой взгляд, очевидна прямая связь между тем колоссальным отрывом от конкурентов, которого достигла эта интернет-компания и той уникальной деловой средой, которая окружает её сотрудников. Офис «Google», это даже не офис, а парк труда и отдыха. Судите сами, например, планировка офиса такова: на нижний этаж можно съехать с горки или по пожарному шесту, дизайн переговорных комнат выполнен в форме палаток полярников или уличного перекрестка,



Ресепшен офиса «Google» в Цюрихе



Одна из рекреационных зон в офисе «Google» в Цюрихе



«Палатка полярника». Интерьер является комнатой для переговоров. Офис «Google» в Цюрихе



Одна из многочисленных рекреационных зон. Офис «Google» в Цюрихе

комнаты отдыха с лежаками – в виде ванн или качелями-гамаками. Но для меня в этом примере дизайна интерьера офиса известной компании важны не столько игровые образы, а те коммуникационные возможности, которые открывает для межличностного общения предлагаемая пространственная среда, планировка офиса»[7].

Выводы. Ориентация на стратегии «экономики впечатлений» привела к внедрению новых стратегий в проектирование среды. Анализ актуальных с точки зрения формирования предметно-пространственной среды авторских концепций [1, 2, 3, 4] подтверждает распространённость «сценарного подхода». При этом подходе архитектурная среда стремится не просто к статичной выразительности, а к сопереживанию, формированию эмоциональной вовлечённости посетителей в динамичные процессы, разворачивающиеся в пространстве. Кроме того происходит драматизация среды, динамизация её фрагментов, постижение среды актуализируется в движении, постоянных превращениях и метаморфозах[8].

Следует также отметить, что данный предмет исследования, зафиксированный в теме статьи, находится в процессе эволюции.

Последующее развитие исследования. Анализ данных Интернета и литературных источников по соответствующей проблематике. Натурные обследования и фотофиксация интерьеров жилых и общественных зданий, их анализ и систематизация.

Литература:

1. The experience economy: work is theatre & every business a stage goods & services are no enough / В/ Joseph Pine II and James H. Gilmore. Harvard Business School Press, - М., 2008. - 254 с.
2. Добрицына И.А. От постмодернизма – к нелинейной архитектуре: Архитектура в контексте современной философии и науки. – М.: Прогресс-Традиция, 2004. – 416 с.
3. Лазарева, М.В. Многофункциональные пространства крупных общественных комплексов [текст] : автореф. дис. канд. архитектуры: 18.00.01 / М.В. Лазарева ; [Московский архитектурный институт]. - М., 2007. - 16 с.
4. А.В. Ефимов, М.В. Лазарева, В.Т. Шимко. Архитектурно – дизайнерское проектирование. Специальное оборудование интерьера. – М.: «Архитектура-С», 2008. - 136 с.
5. Йохан Хейзинга. НОМО ЛУДЕНС. В тени завтрашнего дня. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. - 539 с.
6. Наталья Акопян. Офис современности. [Электронный ресурс]- Режим доступа:\www/ URL: <http://www.stroy-ua.net/dyzaun-y-tekhnohohy/ofys-sovremennosty.html>
7. Алла Алфёрова. Дизайн офиса. [Электронный ресурс]- Режим доступа:\www/ URL:<http://www.a-project-group.ru/services/interior/offices/>
8. А.Г. Раппопорт. Городская среда и драматургия архитектурной композиции. [Электронный ресурс]-Режим доступа:\www/ URL: <http://papardes.blogspot.com/2010/03/blog-post.html>
9. Офис компании Google в г. Цюрих, Швейцария. [Электронный ресурс]- Режим доступа:\www/ URL: http://future-designs.ru/publ/ofis_google/20-1-0-73.