

Петрова Анна Владимировна
УрГАХУ, Екатеринбург, Россия
кафедра теории архитектуры
и профессиональных коммуникаций
petrovaann@gmail.com

Симантика: трансформация архитектурных «смыслов» офисного пространства

Абстракт. В статье изучены тенденции формирования современного офисного пространства. Выявлены критерии для оценки функционального зонирования и художественных характеристик рабочих пространств. В контексте выявленных критериев рассматривается экстерьер и интерьер здания компании «Сима-ленд».

Ключевые слова: интерьеры офисных пространств, современные офисы, Сима-ленд, open-space, корпоративный дизайн.

В связи со стремительным развитием технологий в XX веке профессионалы в сфере архитектуры и строительства уделяли большое внимание поиску новых методов для организации комфортных условий труда, необходимых для оптимизации различных технологических процессов. Актуальным вопросом архитектурного проектирования и средового дизайна в XXI веке является поиск средств оптимизации рабочего места (обстановки) в офисных пространствах. Интерьер рабочих пространств административных и проектно-конструкторских организаций должен не только рационально организовать индивидуальный и коллективный процесс труда и учитывать его специфику, но и отражать «философию» компании. Крупный бизнес часто ставит перед собой задачу повышения эффективности работы своих сотрудников средствами



Рис. 1. Экстерьер здания компании Сима-ленд

архитектуры и дизайна и решает ее по-разному. Удачные примеры реализации «эффективного» дизайна офисов изучаются и впоследствии служат основой нормативов и проектных рекомендаций, но не менее важным является изучение «спорных» примеров. Одним из наиболее ярких «спорных» примеров дизайна интерьеров крупных организаций в Екатеринбурге является компания «Сима-ленд».

«Сима-ленд» занимается разработкой и продажей как собственной продукции, так и продукции различных поставщиков (отечественных и зарубежных). Компания располагается в терминале Чкаловском, где реализуется проект нового логистического звена – бизнес-парка «Урал-Юань». На данный момент «Сима-ленд» занимает большую часть территории бизнес-парка (примерно 320 тыс. кв. метров) и располагается в нескольких «ангарах». Каждый день в четырехэтажный терминал (рис. 1) приезжают на работу около 10 000 человек. «Сима-ленд» известен не только своими масштабами, но и необычными для современных офисов решениями рабочего пространства. «Симанизм», «симановское барокко», «роскошный», «цыганский», «дворцовый», «вырви глаз» и другие яркие образные характеристики интерьеров компании «Сима-ленд» мы можем встретить в интернет-пространстве.

Так почему именно интерьеры «Сима-ленда» являются объектом столь активного обсуждения среди интернет-пользователей и многочисленных СМИ? Почему эстетика этих интерьеров вызывает ассоциацию с барокко?

Изучение тенденций формирования современного офисного пространства позволило выявить критерии для оценки функционального зонирования и художественных характеристик рабочих пространств [1, 2, 4, 6, 8].

Критерии для оценки функционального зонирования следующие:

- структура «open-space» («open-space» – открытое офисное пространство);
- концентрация внимания сотрудников во время работы (далее – «концентрация внимания»);
- специальные зоны общения для всех участников рабочего процесса (далее – «общение»);
- меняющаяся «сцена» рабочего дня (далее – «меняющаяся сцена»).

Критерии для оценки художественных характеристик интерьеров:

- корпоративный дизайн;
- декоративное оформление;
- озеленение.

«Сима-ленд» представляет особый интерес как объект анализа в рамках предложенных критериев. Опираясь на примеры удачной реализации заявленных критериев, мы рассмотрим пять основных «open-space» компании «Сима-ленд», которые автор статьи имел возможность посетить лично.

Структура «open-space». Современный «open-space» – это комбинированный тип офисного пространства. Такой тип офисов реализуется посредством создания гибкой планировочной структуры. Данная структура позволяет пространству быть «прозрачным» – трансформируемым под конкретные нужды и задачи рабочего процесса, а также обеспечить активную сеть коммуникаций и постоянную вовлеченность в работу всех сотрудников организации. Однако «open-space» ставит перед архитекторами и дизайнерами также и новые задачи. Для осуществления быстрой коммуникации внутри офисного пространства необходима не только хорошо продуманная планировка, но и заметные навигационные элементы. Поэтому крупные компании уделяют особое внимание навигации, используя в большинстве случаев средства графического дизайна: вывески, таблички с пиктограммами, названиями помещений, отделов и иных структурных элементов компании. Концепция «open-space» характерна для больших быстрорастущих корпораций, в которых важно поддерживать «коллективный дух».

Основываясь на развитии и трансформации форм взаимодействия сотрудников внутри офисных пространств, мы можем выделить такие базовые формы офисной «активности», как «концентрация внимания» и «общение». «Концентрация внимания» необходима для компетентного выполнения сотрудниками своих обязанностей, а «общение» является инструментом вовлечения персонала в процесс работы компании. Таким образом, главной задачей в проектировании будущего офиса по типу «open-space» становится поиск «равновесия» между этими двумя видами активности. Офис превращается в постоянно меняющуюся «сцену», на которой сотрудник становится режиссером собственного процесса работы [8].

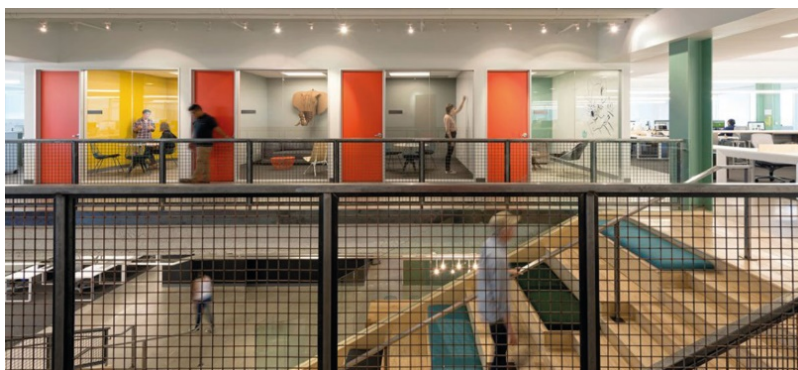


Рис. 2. Интерьер «open-space» компании EVERNOTE

Структура «open-space» является популярным типом организации рабочих пространств. Она встречается в офисах таких фирм, как «Evernote», «Pons and Huot», «Bausch+Lomb», «Lego», «Lamoda», штаб-квартира «Сбербанка» в Москве, и в известных офисах таких крупных компаний, как «Google» и «Яндекс» (рис. 2, 3, 4).



Рис. 3. Интерьер «open-space» компании Lamoda



Рис. 4. Интерьер «open-space» компании Google

Компания «Сима-ленд» также использует структуру «open-space». Внутреннее пространство ее помещений организовано линейно и разбито на несколько департаментов (отделов): «департамент игрушек» (рис. 5), «департамент разработок», «департамент закупа», «департамент продаж» и другие. Каждый департамент организован по единому «паттерну» зонирования – небольшие офисы-ячейки и общее рабочее пространство.



Рис. 5. Интерьер «Департамента игрушек» компании Сима-ленд

Обратим внимание на общее рабочее пространство. Высота потолков в каждом департаменте примерно 6,6 метров, а протяженность помещения – около 36 метров. В пространствах каждого департамента

выполняется одновременно несколько функций: рабочая,

рекреационная, музейная и развлекательная. Важно отметить, что, опираясь только на планировочное и декоративно-художественное решения в пространстве, мы не можем определить, в каком департаменте находимся, поэтому нам нужно обращаться к навигационным ориентирам, которые не всегда легко обнаружить.

Планировочная структура «Сима-ленда» отсылает нас, скорее, к концепции «офисов с большими помещениями», возникшей в 1960-е годы. Такие офисы обладали большой площадью и позволяли создать «прозрачность, обзорность рабочих процессов, чувство общности, рационально организованное и многофункциональное пространство» [4]. Из-за отсутствия индивидуального кондиционирования, дневного света, оптических и акустических помех концепция вскоре потеряла свою актуальность.

Концентрация внимания сотрудников во время работы.

Критерий «концентрации внимания» предполагает полное погружение сотрудника в свою деятельность.

Оригинальное дизайнерское решение, способствующее сосредоточенной работе мы можем увидеть в офисах компании «Pons and Hout». Рабочая зона художественно обыгрывает образ леса:



Рис. 6. Интерьер офиса компании Pons and Hout

сотрудники сидят за деревянными столами бионических форм, сквозь которые растут деревья. При этом для каждого сотрудника предусмотрен прозрачный купол, обеспечивающий нужную для работы звукоизоляцию (рис. 6).



Рис. 7. Интерьер «open-space» нового департамента компании Сима-ленд

Рассмотрим, как реализована возможность «концентрации внимания» в «Сима-ленде». В пяти изучаемых помещениях ведутся два типа офисной работы – разработка продукции (проектирование, дизайн) и заключение сделок на продажу (маркетинг).

Следовательно, весь рабочий день большинство сотрудников проводит за компьютером. Рабочая зона во всех «департаментах» выделяется бесконечными параллельными рядами стоящих вплотную столов, на каждом из

которых располагается компьютер и другие необходимые для работы принадлежности (рис. 7). Кресла и стулья стоят очень близко друг к другу, создавая ощущение повышенной плотности эксплуатируемого пространства.

Критерий «концентрации внимания» не реализован в «Сима-ленде», так как между рабочими местами не предусмотрено не только звуковой, но и визуальной изоляции.

Общение всех участников рабочего процесса. Критерий «общения» реализуется для вовлечения рабочей команды той или иной организации в процесс работы, следовательно, место работы должно располагать к быстрому взаимодействию между



Рис. 8. Зона для общения в компании Lamoda

сотрудниками. Компания «Lamoda» организовала интерьерную среду так, чтобы для каждой команды компании были предусмотрены отдельные зоны (по типу кабинетов, но без стен). Сотрудники могут встретиться для обсуждения идей на трибуне в центре вестибюля-атриума, а также в различных помещениях для проведения переговоров и на мягких диванах-вставках (рис. 8).

Для реализации критерия «общения» во всех пяти пространствах «Сима-ленда» созданы рекреационные помещения, или зоны отдыха. Зоны рекреации расположены на балконе либо в буферных помещениях, находящихся между департаментами.

В общих рабочих помещениях отсутствует разделение на зоны (рис. 9).

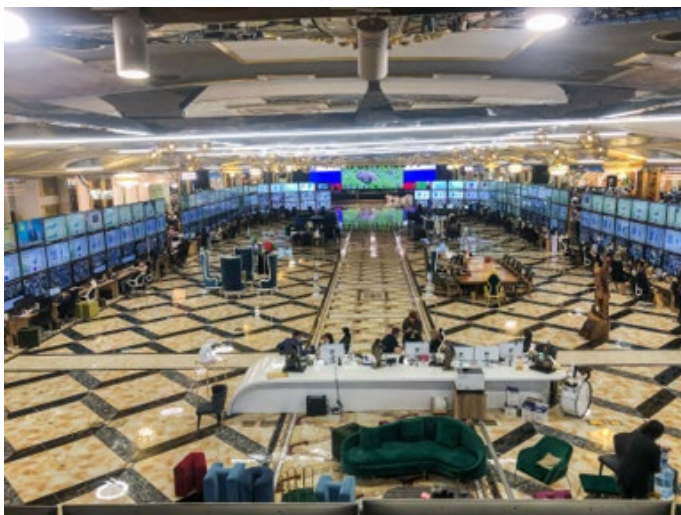


Рис. 9. Вид с балкона на «open-space» нового департамента компании Сима-ленд

Сотрудники сидят вплотную друг к другу за столами, вследствие чего возрастает вероятность личного общения на отвлеченные темы во время рабочего процесса, что может приводить к нарушению концентрации внимания. Также для такого большого количества сотрудников в «Сима-ленде»

существует недостаточное количество зон, обеспечивающих возможность полноценного общения между персоналом.

На основании анализа известных проектов офисных пространств можно сделать вывод о том, что «равновесие» между «концентрацией внимания» и «общением» в крупных организациях достигается за счет комбинирования общественных зон и зон личного пользования. В «Сима-ленде» общественные зоны сливаются с зонами личного пользования, вследствие чего соблюдение «равновесия» между «концентрацией внимания» и «общением» не представляется возможным.

Меняющаяся «сцена» рабочего дня. Данный критерий функционального зонирования означает возникновение различных сценариев проведения рабочего дня для персонала компании. Можно использовать легкие ноутбуки и свободно выбирать зону для работы «по настроению». Самое распространенное средство реализации этого критерия – встроенные в нишу диваны для отдыха во время рабочего дня. Помимо этого, для эмоциональной и физической «разгрузки» в современных офисах обязательным становится наличие тренажерного зала, душевых и зон для игр (настольного тенниса, кикера и др.).

Внутри пяти рассматриваемых пространств мобильность сотрудников оказывается ограниченной в связи с наличием стационарных рабочих мест, что не оставляет возможности для реализации критерия «меняющейся сцены».

«Меняющаяся сцена» в офисном пространстве «Сима-ленда» – это не изменение сценария процесса работы, а физическая сцена, которая способствует реализации развлекательной функции: проведения различных мероприятий (концертов известных артистов, выступлений отделов на международных праздниках и многое другое) (рис. 10).



Рис. 10. Сцена в новом департаменте компании Сима-ленд

Далее рассмотрим вторую группу выявленных критериев для оценки художественных характеристик интерьеров. Художественные характеристики



Рис. 11. Интерьер офиса компании Lego

внутреннего пространства напрямую влияют на восприятие идеологии компании как самими сотрудниками, так и гостями компании. Для крупных организаций очень важно раскрыть цели собственного бренда с помощью художественных характеристик в интерьере. Для этого компании используют основные цвета логотипа и создают уникальные предметы интерьера, которые отсылают нас к деятельности компании и наполняют интерьеры уютом благодаря озеленению пространства. Такой подход к оформлению рабочих пространств не только повышает лояльность посетителей к бренду, но и способствует активному вовлечению сотрудников в рабочую атмосферу компании. Таким приемом пользуются многие крупнейшие производственные компании, такие как «Blizzard», «Lego», «Asics» и др. (рис. 11, 12).

внутреннего пространства напрямую влияют на восприятие идеологии компании как самими сотрудниками, так и гостями компании. Для крупных организаций очень важно раскрыть цели собственного бренда с помощью художественных характеристик в интерьере. Для этого компании используют основные цвета логотипа и создают



Рис. 12. Интерьер офиса компании Blizzard



Рис. 13. Интерьер Центра компетенций КЭПиИЗО

Корпоративный дизайн. Часто компании выбирают определенный стиль в интерьере и выделяют корпоративным цветом некоторые предметы интерьера. В качестве примера можно привести Центр компетенций технополиса «Москва»: интерьер выполнен в природных цветах, но акцентным является синий цвет логотипа компании (рис.13).

До недавнего времени на логотипе компании «Сима-ленд» был изображен дельфин на фоне планеты Земля, выполненный в синем, красном и белом цветах. В

2020 году цвета были изменены на золотой, белый и черный, а также добавлены «завитушки». Если учитывать, что корпоративный дизайн реализуется полностью только в тесном «содружестве» с оформлением логотипа, который отражает фирменный стиль компании, то в интерьерах «Сима-ленда» до 2020 года не прослеживается использование синего, красного и белого (к данным цветам отсылают только флаги России, расположенные в разных департаментах). Можно предположить, что логотип «подстроился» под существующий интерьер, а не наоборот.

Декоративное оформление.

Учитывая специфику деятельности компании, архитекторы и дизайнеры интерьеров могут реализовывать интересные решения в оформлении пространства. Например, в декоративном решении офисов швейцарской шоколадной компании «Barry Callebaut» в Стамбуле с помощью отделочных материалов и декоративных элементов активно интерпретируется форма шоколадной плитки (рис.14).



Рис. 14. Интерьер компании Barry Callebaut

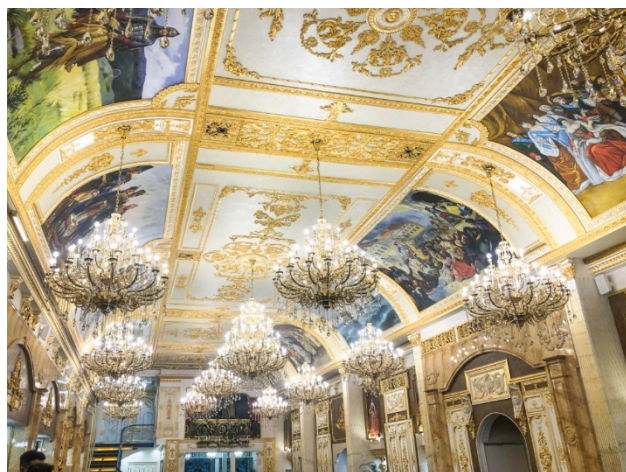


Рис. 15. Интерьер «Департамента дизайна» компании Сима-ленд

Продукция, которая производится и продается компанией «Сима-ленд», разнообразна: от детских игрушек и канцелярских товаров до различного оборудования. Однако это не находит отражения в декоративном решении интерьеров офисных помещений.

В декоративном оформлении офисов «Сима-ленда» буквально бросаются в глаза фигуры льва и орла.

Лев присутствует на множестве изображений, которые используются в дизайне офисных интерьеров, вместе со слоганом компании: «Любящий свое дело превращает его в искусство», – а также в виде барельефа на различных поверхностях. Золотой орел «восседает» на многих дверных ручках. Особенно выделяется композиция позолоченных скульптур в

«департаменте игрушек»: крылатый лев, вол и подвешенный к потолку орел. Сложно выделить определенную стилистику интерьеров «Сима-ленда». Два интерьера компании мимикрируют под интерьеры известных объектов. Например, «департамент дизайна» отсылает нас к интерьерам балльных залов «Эрмитажа» в Санкт-Петербурге (рис.15). На потолках выполнены росписи на различные сюжеты из русской истории и фольклора, а также множество портретов семьи Романовых. «Департамент разработок» схож своими декоративными элементами с интерьерами аэропорта Кольцово в Екатеринбурге (рис. 16). Другие три рассматриваемых интерьера «перекликаются» между собой только наличием золотых элементов декора.



Рис. 16. Интерьер «Департамента разработок» компании Сима-ленд

Таким образом, декоративное оформление интерьеров «Сима-ленда» не коррелирует с деятельностью компании (со спецификой продаваемой продукции).

Озеленение. Использование растений в интерьерах компаний играет особенную роль – растения позволяют очистить воздух, создать «домашнюю», теплую атмосферу и оригинальные декоративные решения. Особенно характерно использование растений в зонах релаксации. В офисе IT-компании «JetBrains» растения находятся в каждом помещении и визуально «оживляют» пространство (рис. 17).



Рис. 17. Интерьер офисов компании JetBrains

В рассматриваемых интерьерах «Сима-ленда» практически отсутствует какая-либо растительность, за исключением букетов с цветами на столах у сотрудниц.

«Сима-ленд» создаёт собственный язык офисного пространства. В контексте анализа известных проектов офисных пространств мы говорим о балансе

«концентрации внимания», «общения», «меняющейся сцены» и художественного решения стиля компании. Внутри рассматриваемых интерьеров компании «Сима-ленд» наблюдается «диссонанс» функционального зонирования и художественно-декоративного наполнения, как правило, не связанных с деятельностью компании. Воплощение критериев «концентрации внимания» и «общения» сводится или к многочисленным рядам столов, заставленных компьютерами и стульями, или к небольшим буферным зонам между департаментами. Меняющаяся «сцена» рабочего дня выводит сотрудников за рамки рабочего пространства и приводит их на концерт Лепса или на выставку семьи Романовых. Такое несоответствие конвенциональной семантики и семантики «Сима-ленда» является источником многочисленных фраз из СМИ. «СИМАНтика» приводит в недоумение СМИ, интернет-пользователей, сотрудников компании, профессионалов в сфере архитектуры и дизайна и заставляет всех подбирать слова для выражения своих эмоций, возникающих при «столкновении» с уникальным пространством «Сима-ленда».

Возможно ли в современных реалиях проектирования офисных пространств развитие такого феномена, как интерьеры «Сима-ленда»? Достойно ли подобное «выхолащивание всякого более или менее глубокого содержания» [3] внимания архитекторов-профессионалов и теоретиков архитектуры? Автор статьи оставляет данные вопросы открытыми для обсуждения.

Список литературы

1. Голева, Ж. Как не сойти с ума в Open Space: делаем новый офис с нуля [Электронный ресурс] / Ж. Голева. // Хабр. – 20.11.2019. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/lamoda/blog/475812/> (дата обращения: 15.11.2020).

2. Ефимов А.В., Лазарева М.В., Шимко В.Т. Архитектурно-дизайнерское проектирование. Специальное оборудование интерьера. Учебное пособие. – М.: «Архитектура–С», 2008. – 136 стр., илл.

3. Зиммель, Г. Большие города и духовная жизнь / Пер. с нем. – М.: Strelka Press, 2018. – 38 с. – 112 с.

4. Неретин, М. Современные тенденции в определении эргономики офисного пространства [Электронный ресурс] / М. Неретин // YouTube. Aurora Group. – 20.12.2019 – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=D0ChAiQzMIM&ab_channel=AuroraGroup (дата обращения: 10.11.2020).

5. Нойферт Э. Строительное проектирование: Пер. с нем. – Тридцать девятое изд., переработанное и дополненное. – М.: Издательство «Архитектура-С», 2011. – с. 244-246 – 576 с.: ил.

6. Садова, П. Лучшие офисы – 2020 [Электронный ресурс] / П. Садова // Archi.ru. – 15.10.2020 – Режим доступа: <https://archi.ru/russia/87666/luchshie-ofisy> (дата обращения: 25.12.2020).

7. СанПиН 2.2.4.3359-16 «Санитарно-эпидемиологические требования к физическим факторам на рабочих местах»

8. Современные тенденции формирования офисного пространства: методологические указания к выполнению курсового проекта на тему «Офисное здание» по дисциплине «Архитектурное проектирование» для студентов 4-го курса специальности 270301.65 «Архитектура» / сост. И. А. Данилов. — Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2008.

Simantics: a transformation of architectural «meanings» of office space

Abstract. The article studies tendencies of formation of modern office space. Criteria for evaluation of functional zoning and artistic characteristics of working spaces have been identified. In the context of the identified criteria the exterior and interior of the building of the company «Sima-land» is considered.

Keywords: interiors of office spaces, modern offices, Sima-land, open-space, corporate design.