

## КРЕАТИВНІ ЛОКАЦІЇ ЯК ФОРМА РЕДЕВЕЛОПМЕНТУ МІСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Канд. філос. наук, доц. Фесенко Г. Г.,  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова*

канд. техн. наук, доц. Фесенко Т. Г.  
*Одеський національний морський університет*

Міська форма може розглядатися як віддзеркалення стану взаємодії містопланувальників з побудованим середовищем [1]. Відповідно до цього обговорюється питання їх відповідальності за існуючий побудований ландшафт.

Засновник культурної географії Карл Сауер звертається до ландшафтів, трансформованих діяльністю людини, як феномену культури, як «культури впливу», за допомогою якої взаємозв'язок між культурою та ландшафтом й визначає значну частину історії цивілізації [2]. Вся сфера людського розміщення в межах міської форми, від автентичності до відчуження, можна розглядати відповідно до усього спектру міської інфраструктури, споруд та пустот, які розглядаються як канали для людського досвіду. Через модернізацію міста часто стикають з проблемами дисфункцій у міській інфраструктурі, появою непривабливих порожнеч, «місць міського розкладання».

Разом з тим урбаністи відшуковують способи перетворювати потворні міські форми на успішні. Зокрема, «проникання» у міські порожнечі можливе через метафору креативності, через розвиток творчих міських громад та їх побудованих середовищ. Культура творчості стає необхідною умовою для проектування міського простору, здатного відтворювати «якісний образ життя» [3].

Важливим кроком для створення форм міста, сприятливих для розвитку людських спільнот, є креативні локації. Наприкінці ХХ століття важливою тенденцією у розвитку міст стає їх «креативність». Вагому роль при цьому відіграють ландшафти, які є «концентраторами» творчого потенціалу бізнесу. У глобальних містах складається культура взаємин, що дозволяє діловим людям різних країн, різних віросповідань, які розмовляють різними мовами, легко налагоджувати контакти і досягати взаєморозуміння, ідентифікуючи себе із загальносвітовою культурою бізнесу. Мегаполіси формують креативні ландшафти для розвитку та реалізації людського потенціалу, через який відбувається «капіталізація території». Нова топографія міст виявляється через осмислення міських ландшафтів у фокусі їх спроможності підтримувати креативні комунікації, генерування нових ідей (інноваційних бізнес-моделей, винаходів, нових послуг, художніх творів і т. ін.).

Парадигма розвитку мегаполіса неминує пов'язана з культурними трансформаціями – перетворенням мешканців міста з простих споживачів послуг культури в активних суб'єктів, носіїв потенціалу креативного розвитку [4]. Креативні люди потребують соціокультурного простору, який заохочує до взаємодії й призводить до розвитку нових ідей. Актуалізація креативної складової культурного ландшафту міста має відбуватись у двох вимірах: по-перше, особистісному (формування «креативного класу»); по-друге, соціальному

(наявності своєрідних культурних форм спільного життя у публічному просторі можливостей для комунікації, різнобічного дозвілля і творчості) [5].

Залежно від того, який «масштаб присутності» людини цікавить урбаністів, може змінюватися фокус локалізації при описі форм міста. Ревіталізацію міських ландшафтів здатні здійснювати й художники [6]. Яскравим прикладом є Берлін, місто, яке відмовилося від пошуку мільярдних інвестицій в гігантські виробництва і «переманювання» головних офісів великих корпорацій. Представники творчих професій з усього світу заселили місто, ревіталізували райони, що знаходилися в занепаді, відкрили арт-простори, стартапи, рекламні агентства і відеопродакшени. І так Берлін перетворився на креативну столицю Європи.

Відомий також мистецький район міста Вільнюс – Ужупіс (Užupis); тут мешкає близько 7000 жителів, з них близько 1000 – митців. До 1990 року це був занедбаний район, з безліччю закинутих будинків, з доволі низькою естетичною цінністю архітектури («робітничий район») й водночас був притулком для ліберальних митців. З кінця 1970-х років відбулася перша хвиля замешкання Ужупісу інтелектуалами. Район став популярним серед митців, його порівнювали з Монмартром у Парижі та Фрітаун Крістіанією в Копенгагені завдяки творчій атмосфері.

Поєднання декількох факторів: прекрасного природного ландшафту, розмаїття міського простору та, можливо, «геніальних локусів» були помічені також ліберальною громадою міста. Вони мали сподівання на те, що це місце може народити місцеве братерство, здатне не тільки до нетрадиційного мистецтва, а також здатне об'єднуватися у громаду для управління міської території. 20 років тому сюди почали переселятися містяни зі спальних районів литовської столиці з числа художників, поетів та схильних до романтизму бізнесменів. Тут не розміщуються інтернет-кафе, кіоски, великі торгові центри або державні установи. Особливий характер локації та низькі ціни на нерухомість стали причиною для приїзду сюди і нового покоління мешканців середнього соціального класу. Артисти, художники, архітектори, студенти почали купувати квартири в Ужупісі в 1994-1997 роках. Це молоде, динамічне та творче покоління Ужупіса створило дуже позитивний магнетизм цього району. З тих пір Ужупіс отримав назву Вільнюського Монпарнаса і став однією з найбільш соціально активних частин Старого міста. Різноманітні сценічні події, альтернативні модні виставки, святкування традиційних свят, організовані новими місцевими жителями, стали традицією. Багато з тих, хто тривалий час жив в Ужупісі, позитивно сприйняли зміни у повсякденному житті кварталу. А більшість людей похилого віку мали можливість продати свої квартири «за хорошу ціну» та переїхати в інші райони міста з усією сучасною інфраструктурою.

Ужупіс є наочним прикладом того, як малі спільноти можуть виявляти більшу винахідливість, творчість, порівняно з громадою міста, та бути самодостатніми. Ужупіс досяг успіху в новій генерації громади 1993-1998 рр., що становить менше 5% від загальної кількості мешканців Старого міста. Ця спільнота має своє спільне бачення міського району як місце проживання митців.

Також питання редевелопменту Ужупіса включаються у стратегії розвитку Вільнюса. Цей район було включено до списку об'єктів культурної спадщини ЮНЕСКО (як частина Вільнюського Старого міста). Є декілька міських переваг кварталу: характер природного ландшафту – високий і захоплюючий пагорб, що піднімається з річки Вілене, низька щільність забудови та значна площа зелених локацій. Зараз у цьому районі продовжується оновлення фізичного ландшафту

(ремонт будівель, регенерація зелених зон). Планується поступове перетворення району з промислового (сьогодні працює лише близько 20% колишніх промислових потужностей) на мультифункціональний (з житловою, культурною, розважальною та комерційною функціями). Здійснюється пошук рівноваги між збереженням, відновленням історичного місько-архітектурного середовища та підтримкою національного та релігійного різноманіття.

Формування креативних локацій для редевелопменту міських територій є важливим завданням і для вітчизняної урбаністики [7 ; 8]. Ратифікація Україною Європейської ландшафтної конвенції спонукає до виконання завдань щодо ідентифікації та оцінки ландшафтів, у т.ч. урбанізованих [9]. Наразі багато українських міст потребують спеціальних ландшафтних трансформацій – природно-історичних, соціокультурних та ін. У створенні мистецьких кварталів слід керуватися такими принципами:

- активна участь місцевих громад: орієнтована на підтримку різних культурних та соціальних ініціатив, збереження історичного характеру і відновлення естетичного та культурного середовища цього міста,

- інтегроване та стійке відродження, розвиток та використання культурного та природного контексту, намагання досягти рівноваги між збереженням культурних цінностей та новим розвитком,

- розвиток культурних ініціатив, сприяння їх співробітництву на регіональному та міжнародному рівнях.

Література: 1. Akkerman A. Philosophical Urbanism and the Predilections of Urban Design [Electronic resource] / A. Akkerman // *Advances in Spatial Planning* / ed. J. Burian. – 2012. – URL: <http://www.intechopen.com/books/advances-in-spatial-planning/philosophical-urbanism-and-the-predilectionsof-urban-design>. 2. Sauer C. The Morphology of Landscape / C. Sauer // *Land and life : A selection from the writings of Carl Ortwin Sauer* / ed. J. Leighly. – Berkeley, Los Angeles, 1969. – P. 315–350. 3. Фесенко Г. Креативні трансформації культурного ландшафту мегаполісів / Г. Фесенко // *Наукові записки НаУКМА*. – 2013. – Т.140. Теорія та історія культури. – С.59–64. 4. Фесенко Г. Г. Онтологический статус культуры в современном городе / Г. Фесенко // *Социальная онтология в структурах теоретического знания: матер. IV междунар. науч.-практ. конф. 25–26 мая 2012 /под. общ. ред. О. Н.Бушмакиной, Н. Б.Поляковой, А. А.Шадрина*. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2012. – С. 139–142. 5. Фесенко Г. «Мистецтво жити» у місті: філософсько-антропологічні аспекти проектування культурного простору / Г. Фесенко // *Людинознавчі студії: збірник наукових праць ДДПУ*. – вип. 26. сер. Філософія. – Дрогобич: ДДПУ імені Івана Франка, 2012. – С.140–151. 6. Фесенко Г. Г. Естетика публічного простору міста в контексті філософії суб'єкта творчості / Г. Г. Фесенко // *Актуальні проблеми філософії та соціології: наук.-практ. журн.* – 2016. – № 10. – С.157–160. 7. Фесенко Т. Г. Моделювання прийняття рішення щодо оцінки змісту будівельного проекту в умовах девелопменту курортно-рекреаційної території / Т. Г. Фесенко, Г. Г. Фесенко, Д. М. Мінаєв // *Восточно-европейский журнал передовых технологий*. – 2016. – № 1/3(79). – С. 32–37. doi: 10.15587 / 1729-4061.2016.60644. 8. Фесенко Т. Г. Девелопмент в будівництві: інформаційна модель формування техніко-економічного обґрунтування проекту / Т. Г. Фесенко // *Восточно-европейский журнал передовых технологий*. – 2013. – № 1/10(61). – С. 194–196. 9. Європейська ландшафтна конвенція [Електр. ресурс]. – URL:[http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994\\_154](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_154).