

## ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОГО МІСТА ШЛЯХОМ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ЗДЕГРАДОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ

Національна академія державного управління при Президентові України

*Анотація.* Мета цього дослідження – охарактеризувати сутність креативного міста та навести успішні практики його формування у результаті ревіталізації zdegradovanih територій.

**Ключові слова:** креативне місто; ревіталізація міста; zdegradovana територія.

### CREATIVE CITY FORMATION BY REVITALIZATION OF DEGRADED TERRITORIES

*Abstract.* The purpose of this research is to characterize the essence of a creative city and to present successful practices of its formation as a result of the revitalization of degraded territories.

**Keywords:** creative city; urban revitalization; degraded territory.

Традиційна економіка, переживаючи технологічну модернізацію, залишає за собою різні наслідки в соціальній, просторовій, екологічній та інших сферах. Перед органами публічної влади постають численні проблеми, серед них: zdegradovanih територій, постіндустріальні пустирі, забруднення довкілля, соціальне виключення тощо. Нова економіка знань вимагає інноваційного мислення щодо шляхів територіального розвитку. Її майбутнє все частіше пов'язують з креативними галузями, людським і соціальним капіталами як каталізаторами змін.

Концепція креативного міста (Creative City) представляє підхід до міського розвитку, заснований на культурі, інтелектуальній власності та творчості. Відповідно до нього сучасні міста характеризуються, передусім, унікальністю середовища, де формується соціальний капітал навколо культури та мистецтва. В зв'язку з цим ключовим завданням міської політики є формування сприятливих умов для проживання, відпочинку, професійної діяльності та співпраці творчих людей.

Варто зазначити, що Ч. Лендрі (Ch. Landry) був першим ученим, який обґрунтував важливість і вплив креативності на розвиток міст, а також упровадив термін “креативне місто” як відповідь на різкі економічні та соціальні зміни, що відбувалися у містах. Так, за часів кризи промислових міст саме галузь культури виявилася порятунком для багатьох з них, використовуючи специфічні для себе ніші, локальні переваги й культурну спадщину. Він виділив такі особливості креативного міста [1]: політична воля і лідерство щодо бачення креативного міста як живого організму з урахуванням потреб місцевої громади, загальної ситуації та тенденцій міського розвитку; соціальне різноманіття і доступ до бази талантів, що позитивно впливає на креативний потенціал міста; організаційна культура, яка повинна бути довірливою і сприяти налагодженню горизонтальних суспільних зв'язків та обміну знаннями; місцева й культурна ідентичність, що є умовою громадянської активності, почуття спільноти й турботи про міське середовище; міський простір та інфраструктура, які дають змогу мешканцям розширювати кола спілкування; динаміка мережевих зв'язків, яка свідчить про здатність міста формувати партнерські відносини, навчатися і генерувати інновації.

У свою чергу Р. Флоріда (R. Florida) розвинув поняття “креативного класу” (creative class) як ключового міського ресурсу, що визначає його конкурентоспроможність і відіграє провідну роль у процесах розвитку та відродження територій. Учений трактував креативне місто як середовище життя для креативного класу. Про креативність міст свідчить присутність кваліфікованих творчих працівників (креативного класу), які стимулюють розвиток міста та для яких міська влада створює належну атмосферу, сприяє творчості й культурному різноманіттю. За переконанням Р. Флоріди, місто є привабливим для креативного класу за умови розвитку трьох рушіїв зростання (3Т): технологія, талант і толерантність [2].

Формування креативного міста тісно пов'язане з відродженням та розбудовою міського простору, адже креативний сектор часто знаходиться у занедбаних і zdegradovanih частинах міст. Вдалим кейсом у цій сфері є досвід міста Герлен (Нідерланди). В другій половині ХХ ст. це шахтарське місто на південному сході нідерландської провінції Лімбург страждало від краху гірничодобувної

промисловості. В підсумку спостерігалася втрата економічної та соціальної привабливості території, зростання безробіття, занедбаності міських кварталів і соціального виключення [3]. Доленосним кроком протидії соціально-економічним кризовим явищам розвитку міста стало визнання громадської культури як інструменту соціальної згуртованості та його відродження. Ініційований “знизу вгору” рух вуличного мистецтва був підхоплений та розвинений муніципалітетом в інтересах міста.

Heerlen Murals – це вид мистецтва громади, який заснований на створенні муралів у місті. Таке мистецтво стало головним чинником повернення життя у занедбані громадські простори та квартали. Художники виконали настінні розписи на необроблених стінах та занедбаних будівлях, обраних разом із їхніми власниками. Мурали, створені у співпраці громадян з місцевим бізнесом, освітніми й іншими установами, відобразили місцевий контекст (міські історії та людей). Унаслідок цих дій значно зміцніла місцева ідентичність території, давши поштовх для проведення різних громадських заходів. Окрім цього Фонд вуличного мистецтва міста розробив настінні пішохідні екскурсії, посилюючи потенціал туристичної галузі. В 2016 р. місто отримало Нідерландську премію вуличного мистецтва за образ інноваційного культурного міста – столиці муралів у державі [4]. Зрештою багато європейських міст також почали оздоблювати свої квартали муралами (наприклад, Антверпен, Белград, Брістоль, Гданськ, Каунас, Мальме, Рейк’явік, Уотерфорд), прагнучи зробити їх більш привабливими та креативними.

Окремо слід навести приклад ревіталізації району Праги в місті Варшава (Польща). Роками ця територія вважалася однією із найменш привабливих у місті як з точки зору інвестицій, так і соціального потенціалу. Адже промислові заводи були закриті, а пам’ятки архітектури та житлові будинки залишались занедбаними. Однак імідж Праги внаслідок політики ревіталізації постійно змінюється і тепер цей район сприймається як частина міста з унікальним характером та значним потенціалом одночасно. Характерною особливістю заходів відродження варшавської Праги стало створення інфраструктури підтримки бізнесу, а саме креативної індустрії, стартапів та фрілансерів. У 2016 р. відкрито міський Центр креативності “Targowa” [5], що об’єднав творчих людей з бізнес-ідеями й забезпечив їм технічні та інституційні можливості. Інкубація проводиться не лише шляхом спільного використання місць для праці, але й через організацію навчальних, освітніх та культурних програм у публічному просторі. Ділову привабливість цієї частини міста підтверджено теж приватними інвестиціями, яким створені бізнес-інкубатори (Google Campus Warsaw та Startberry, Microsoft), коворкінг-центри. Водночас, забезпечено культурне відродження, розвиваючи місця, які заохочують мешканців та гостей міста проводити свій вільний час на цій території. З цією метою реконструйовано театри і музеї, житлові квартали. Відтепер атмосфера Праги приваблює варшавську богему, а район дедалі частіше називають культурним та мистецьким серцем столиці.

Отже, комплексний підхід до розвитку креативного середовища має великий потенціал у процесі ревіталізації міст. Його впровадження потребує поєднання культурної політики, соціально-економічних заходів і просторового планування з урахуванням локальної специфіки. Поряд з цим інвестиції у людський та соціальний капітали, сферу культури мають вирішальне значення для побудови креативного міста.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Landry C. The creative city: A toolkit for urban innovators. London: Earthscan, 2012. 352 p.
2. Florida R. The Rise of the Creative Class. New York: Basic Books, 2012. 512 p.
3. Heerlen Murals: summary of the good practice. URL: [https://urbact.eu/sites/default/files/331\\_Herleen\\_Gpsummary.pdf](https://urbact.eu/sites/default/files/331_Herleen_Gpsummary.pdf). (дата звернення: 20.02.2021).
4. Street art murals for urban renewal. URL: <https://urbact.eu/street-art-murals-urban-renewal>. (дата звернення: 20.02.2021).
5. Warszawska Praga zmienia oblicze. URL: <https://prch.org.pl/pl/baza-wiedzy/25-polska/235-raport-warszawska-praga-zmienia-oblicze-knight-frank>. (дата звернення: 20.02.2021).

**Горблюк Сергій Анатолійович**, кандидат наук з державного управління, докторант кафедри регіонального управління, місцевого самоврядування та управління містом, Національна академія державного управління при Президентові України, Київ, e-mail: s.horbliuk@academy.gov.ua

**Horbliuk Serhii A.**, Candidate of Sciences in Public Administration (PhD), Doctoral Student of the Department of Regional Administration, Local Self-Government and Urban Management, National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, Kyiv, e-mail: s.horbliuk@academy.gov.ua