

Ч А Р Л Ъ З Л Е Н Д Р І

**КРЕАТИВНЕ  
МІСТОТВОРЕННЯ:**

Й О Г О С И Л А І М О Ж Л И В О С Т І

ХАРКІВ  
«Фоліо»  
2020

Якщо тобі не подобається те, що ти  
отримуєш — зміни те, що ти віддаєш.

*Карлос Кастанеда*

## ПЕРЕДМОВА

Привіт, читачу!

Ми живемо в час постійних викликів та змін. Зміни відбуваються в усьому світі та в кожному місті. Саме про зміни в місті ця книжка. Вона для сміливців, які хочуть і можуть змінювати своє Місто.

Ключове слово в назві цієї книжки — воно проходить через неї курсивом — креативність.

Креативність може проявлятися в діяльності чиновника міської адміністрації, який винахідливо бореться з бюрократичними абсурдами; в роботі бізнесмена, який вміє поєднати прагнення отримання прибутку з соціальною відповідальністю; в зусиллях робітника соціальної сфери, який заповзято намагається розв'язати проблеми своїх підопічних. Креативність не стосується лише творчості у сфері мистецтва й зустрічається не тільки в музиці, театрі чи живописі.

Креативність можна використовувати, щоб досягнути змін у мисленні, у світогляді.

Світогляд — це звичний для нас спосіб мислення, який структурує наш світ і яким ми керуємось, ухвалюючи рішення. Якщо ми змінимо світогляд і усвідомимо потребу сприйняття проблем Міста в їхній сукупності — це зробить зайвим тисячі переконливих звітів про проблеми та їх розв'язання.

Довгий час ми вважали, що в будівництві та розвитку міста важливі тільки архітектура та землекористування. Поступово приєдналась важливість інженерного мистецтва, геодезія, топографія, оцінка нерухомості, будівництво та інший менеджмент. Нині ми знаємо, що розвиток міста — це мистецтво, яке поєднує все перелічене, а також охоплює й інші види креативу.

У цій книжці ви зможете відкрити новий метод стратегічного планування, який дає можливість людям мислити й діяти творчо та незвично. Вона відповідає на запитання, як ми можемо зробити наше Місто життєздатнішим, комфортнішим і розвинутим, керуючи людською уявою й талантом. Тут проводиться аналіз фундаментальних змін, які проходять на всіх рівнях міського життя. Ми маємо змогу вийти за рамки усталеної думки, що творчість — це прерогатива митця, а інновації мають переважно технологічний характер. Соціальна та політична креативність у наш час теж має право на існування. Мова піде про комплексну стратегію, яка далеко виходить за рамки архітектури та проектування, її можливо порівняти хіба що з урбаністичною генною інженерією за складністю й масштабом.

Виклики сьогодення тільки пришвидшили розвиток цифрового світу. Цифрові інструменти з їхнім потужним потенціалом змінюють міста, суспільство та суспільне життя, способи комунікації та контактів, економіку та культурне життя, культурні інституції. Ми перебуваємо в процесі глобальних змін усього світу та всіх його систем, зокрема правової, моральної та політичної.

Змінюється вся наша інфраструктура цифрової епохи, в основі якої є інформаційно-комунікаційні технології, і ми повинні її переосмислити під потреби XXI сторіччя. Як не дивно, для цього потрібна бюрократія, що зможе, використавши всі її етичні, творчі та інтелектуальні ресурси, відновити свою самобутню лідерську роль, але з поправкою на XXI сторіччя. В містах повинні з'явитися лідери — люди чи організації, які зможуть навчитися віддавати іншим частину своєї влади для підвищення ефективності та власного впливу. Саме вони розробляють план змін та траєкторію стратегії розвитку. Цей план повинен бути гнучким, щоб у ньому залишилося місце для діалогу з громадою. Лідери не кидаються в героїчне відновлення Міста на усіх напрямках одразу, натомість вони збирають команду й мережу однодумців навколо себе.

Для досягнення мети потрібне партнерство, а отже, всі залучені мають узгодити свою діяльність і оцінити свій внесок у розвиток. Внаслідок цього державне управління зменшуватиме свій контроль, а громадяни зрозуміють, що сприяння суспільним інтересам допомагає їм у довготривалій перспективі. Все це стає можливим лише за наявності сильного партнерства, налагодження постійних зв'язків між громадським сектором, комерційним, науково-освітнім та владою.

Саме таке партнерство допомагатиме схилити владу до співпраці. Завжди потрібно починати з малого, адже поступовість дає змогу вибудувати гнучкість, за допомоги якої легше досягнути великої цілі. Метою всіх змін має стати створення такої атмосфери, яка дасть змогу Місту бути креативним в усьому.

Стати креативним, творчим або реалізувати своє бачення неможливо випадково. Дуже часто поштовхом до змін є криза, коли люди починають усвідомлювати, що далі так тривати не може: вони повинні все переосмислити. Ця книжка доведе вам, що зміни звичного мислення спроможні згенерувати волю, переконання та енергію, а це, своєю чергою, дасть змогу по-новому оцінити можливості міст. Ви зрозумієте, що людська уява та винахідливість є ключовими в підтриманні міста живим, жвавим, здатним пристосовуватися та відповідати на виклики сучасного світу. Люди, які відповідальні за прийняття рішень, мають нагоду вперше в житті перебудувати наше Місто по-іншому, в творчий спосіб, залучаючи потужності соціальних медіа, інтерактивних платформ чи відкритих даних для поглиблення демократії й пристосовуючи її до проблем містян.

Головний ресурс Міста це — звичайні люди, які можуть робити надзвичайне, якщо їм надати для цього шанс. Розширення прав та можливостей може зародити в них впевненість та дасть можливість залучати їх до діяльності щодо створення змін. Тоді ми відійдемо від тактичного урбанізму як єдиного способу зробити своє середовище комфортним, припинимо розмови про кризу урбанізму чи, як хтось з ностальгією згадує звичаї трипільців: хочеш мати зручне місто — спали старе й збудуй нове на новому місці. Має бути креативний довгостроковий генеральний план, який базується на ґрунтовних розрахунках і підтримці громади.

Ця книжка надихне вас на зміни в собі й відродить надію на зміни в місті. У нас є шанс зробити українські міста неповторними у своїй красі, затишку, ефективності.

Читайте, змінюйтеся самі та робіть рішучі кроки для зміни свого Міста.

Бо ми всі живемо разом.

*Володимир Омелян*

## ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Усім людям належить бути хоч трохи креативними. Ба більше: ця риса є невіддільною складовою нашого інстинкту самозбереження. Завдяки їй маємо змогу вкорінюватися в цьому світі та адаптуватися до його мінливих обставин. Водночас, якщо цього вимагає ситуація, в нас є потенціал до ще більшої винахідливості.

Не підлягає сумніву твердження, що діти креативні. Бо по-іншому їм бути не може, адже вони повинні досліджувати світ, щоб зрозуміти його природу. Питання в тому, як зберегти цю дитячу відкритість та безпосередність, аби з віком не втрачати здатності запитувати «чому?», «як?», «а якщо?», розв'язуючи гідні подиву проблеми, що постають перед містами. Й водночас не гребувати переоцінкою зробленого.

Обговорювати окремі персоналії та організації простіше, ніж дискутувати про те, як зробити креативним міський простір. Це вже геть інший рівень. І саме він стане темою нашого дослідження.

Спочатку ми зі стенографічною точністю окреслимо головні моменти та складові, що їх маємо взяти до уваги, створюючи креативний міський простір. Причому замість прямого хронологічного переліку почнемо цей огляд з кінця, описуючи, які вони, креативні та некреативні місця. Це нагадає нам також, що кре-

ативність може виникнути на будь-якому ґрунті — зовсім бідному і збагаченому перевагами. Відтак опишемо хвилі змін, що ініціювали виникнення креативного міського мислення.

А вже опісля розповідь набуде особистого змісту, оскільки я маю досвід творення креативної міської думки. Зрозуміло, історія нашого життя неминуче впливає на те, як ми думаємо та що робимо. Тож за таких обставин навряд чи можна дотримуватися об'єктивності, хоч нам цього й хотілося б. Отже, ця розповідь також суб'єктивна.

Траєкторія походження й наступного розвитку фокусується на тому, який вплив справляла культурна перспектива на формування ідей. Тобто культура народу та його місце проживання визначають сферу та можливості до креативу. Закриті, замкнуті на собі поселення відрізняються від відкритих.

Потім ми розшифруємо складові міського простору й компоненти креативності. Зокрема, наголошуватимемо, що креативність потребує цілеспрямованості та має керуватися етичними інтересами. А також опишемо креативний репертуар, який використовується в містах всього світу, і в такий спосіб відкриємо культурні ресурси та проектування, креативні квартали, райони та зони, запропонуємо шляхи бачення міста як системи переваг. Це — сировина та інгредієнти міста.

Водночас розглянемо зародження думок, що впливають на креативність міст, особливо на психологічному рівні, а також вплив головного чинника змін — диджиталізації. Насамкінець запропонуємо можливості виміру та оцінки креативності міського простору.

Слова та концепти стають модними та виходять з моди, проте на них не варто загострювати увагу, бо в основі креативного міського простору лежить ідея, що передовсім уява та винахідливість утримують міста живими, жвавими, здатними пристосуватись до карколомних змін і відповідати світовим викликам. І цей тренд ніколи не застаріє.

Важливо пам'ятати, що креативні простори існували впродовж всієї історії містотворення. Так, Афіни залишили нам інтелектуальний спадок, який сприяв дебатам, аналізу та критиці — в їх тодішньому контексті це було прогресивним. Венеція своїм неймовірним зміцненням — аж до контролю всього Середземномор'я — підкреслює важливість спеціалізації, експертності та торгових шляхів.

Флоренція та Сієна нагадують, якими важливими є нові бізнес-моделі, скажімо, винахід бухгалтерської та банківської систем. Розвиток Парижа як лідера у сфері мистецтв, моди та гастрономії в ХІХ столітті ініціювала корона та надавала неабияку допомогу надалі.

Відень демонструє, як конфігурація основних ідей психології, мистецтва та літератури може вплинути на численні дисципліни одночасно. Лондон поворотних 1860-х поцілів у глобальний настрій змін, а успіх Кремнієвої долини допомагає виокремити потрібні елементи — організаційні, фінансові та юридичні для втілення ідей у життя. Тут роль академічних досліджень та їх зв'язок із венчурним капіталом — головні.

Цікава деталь: кава та кав'ярні були важливими для більшості цих рухів як соціальні простори й центри політичних дискусій, торгових угод, місця зустрічей інтелектуалів та митців. Вважається, що першим був Ківа Хан, заснований 1555 року в Константинополі (Стамбулі). Не дім, і не офіс, вони — третій варіант, тому є важливими донині для роботи й соціалізації, часто з додатковими формальнішими коворкінгами.

Нині, особливо в Європі, посилюється імператив участі, отже, сучасна урбаністична креативність матиме інший фокус. Проте це бачення повсюдно оскаржується. Програми розширення прав та можливостей або громадська активність, звичні, наприклад, для скандинавських країн, сприймаються як загроза в Китаї, Росії та інших авторитарних країнах.

Отже, розвиток нових форм громадського залучення або винахід нових демократичних важелів можуть бути креативним

виходом, адже вони виставляються на протипагу забороні повставати проти режимів з метою зробити свій голос почутим.

Протестанти проти вимирання (*англ. Extinction Rebellion*)<sup>1</sup>, зосередившись на проблемах зміни клімату, наголошують, що часом масові громадські протести можуть ставати таким каталізатором. Їхні слогани «Шановні полісмени, ми любимо вас, ми робимо це заради наших дітей» змусили багатьох плакати. Те саме стосується «шкільного протесту заради клімату» Грети Тунберг або тривалих спроб Поллі Хіггінс добитися визнання екоциду — цілеспрямованого знищення довкілля — злочином проти людства.

Це форма законної креативності, тож вона могла б стати головним чинником змін та спонукати бізнес діяти інакше, особливо беручи до уваги деякі заяви членів ООН, боцімто ми зіштовхнулись із системною кризою й звичні підходи не розв'яжуть цих проблем.

Усі вони включають різні форми винахідливості. Те саме стосується інших великих проблем, зокрема йдеться про зрослу нерівність чи запровадження зеленої економіки, які вимагають від нас співпрацювати, стримувати та направляти ринкові процеси задля глобальних потреб.

Нині ми можемо обговорювати застосування креативності в будь-якій галузі, але тоді, наприкінці 1980-х, коли були ініційовані більшість установчих ідей, йшлося головно про культуру, мистецтво, культурне планування, культурні ресурси, культурну грамотність та культурну індустрію. Саме вони вбачались критично важливими для розгляду в той час.

Першочерговий фокус змістився, коли люди почали усвідомлювати, особливо в Британії, а потім у США та Європі, що:

- істотні структурні зміни були на часі, коли внаслідок просування промисловості на Схід, багато міст почали еконо-

---

<sup>1</sup> Соціально-політичний рух, що використовує несилові методи боротьби для протесту проти зменшення біорізноманіття, зміни клімату та екологічних проблем.



мічно занепадати. Тож ці міста запитали самі в себе «хто ми тепер?» і розпочали пошуки джерела сили у своїй культурі, яка допомогла їм відродитися;

- зароджувалась нова економіка, а в ній дизайн, аудіовізуальні та нові цифрові сектори, вистави та події набували дедалі більшого значення;
- зі зрослим впливом будівельної галузі на еволюцію та вигляд міст, міське середовище ставало дедалі одноріднішим, стандартизованим, млявим та пригніченим;
- стара стилістика міста бездумно руйнувалась задля сучасної забудови, попри цінність спадщини й можливості її поєднання з новим;
- досвід культур перетворювався на крам, коли міста внаслідок глобалізації стали однаково виглядати та, переповнені тими самими брендами, навіть викликати однакові емоції. Місцева ідентичність стала занепадати й вироджуватись;
- міста почали помічати, що митці відіграють значну роль у дослідженні ідентичності, а також у тому, як ті чи ті характерні особливості можуть бути важливими в багатьох сферах.

Важливими є дві ключові речі. По-перше, усвідомлений та спланований підхід до творення «креативних місць». Відразу виникає запитання: чи має планування креативності межу? Єдине, що планування здатне забезпечити, — це відповідні умови, придатні як для матеріальних речей, так і для діяльності, що дають змогу людям та товариствам мислити образно.

Інколи ці умови спонукали владу ухвалювати нові закони, покликані підтримувати більш стійкий розвиток чи надавати недорогі приміщення або гранти бізнесу, чи послаблювати правила землекористування задля уможливлення проведення заходів



*У часи змін кожне місто має запитати себе:  
«В чому моя роль і призначення?»*

у незвичних локаціях, чи заохочення тимчасового використання площ, які плануються під майбутню забудову.

Історичні періоди масштабних трансформацій, як, наприклад, індустріальна революція або технологічна революція останніх п'ятдесяти років, можуть викликати сум'яття, відчуття визволення, змішаного з розгубленням від перебування у вирі подій. Як наслідок, пройде час перш ніж нові етичні установки вкоріняться або утвориться новий цілісний світогляд.

У такі часи змін кожне місто мало запитати себе: «в чому моя роль та призначення», «які людські, культурні та фізичні ресурси, придатні до використання, я маю» та «який спосіб управління й організації міста буде найефективнішим», щоб вдатися до глибинного аналізу. Слід зазначити, що багато міст світу вирішили, що старий організаційний спосіб не працював достатньо добре. А саме:

- навчання не готувало учнів та дорослих до потреб «нового» світу;
- громадський сектор з його стандартами контролю та неодмінною ієрархічною системою не пропонував гнучкості та адаптивності для того, щоб справлятися з дедалі конкурентнішим глобальним середовищем та зрослими потребами громадян, які хотіли більших прав щодо ухвалення рішень;
- містобудування разом з індустріальним спадком було позбавлене розуміння, як зробити місто привабливим та придатним для життя містян, а також запропонувати ширші можливості. Адже більша конкурентність і, як наслідок, достаток давали більше шансів утримати найобдарованіших жителів, а також залучити нових фахівців та інвесторів;
- індустрія розвитку також мала змінити пріоритети: відійти від підходу, заснованого на ціні, на користь заснованого на якості. Естетика тут стала важливішою.

## ЗМІСТ

Передмова . . . . .	3
Предмет дослідження . . . . .	6
Резюме та основні моменти . . . . .	13
Креативні та некреативні місця . . . . .	32
Хвилі змін . . . . .	39
Об'єктивне та суб'єктивне: моя історія . . . . .	60
Хроніки містобачення . . . . .	66
Характеристики міст . . . . .	92
Якості креативності . . . . .	109
Творчий репертуар . . . . .	134
Програма відновлення . . . . .	161
Дилема навколо міської рециркуляції . . . . .	169

## КРЕАТИВНЕ МІСТОТВОРЕННЯ

---

Амбіції та творчість . . . . .	175
Міста та психологія . . . . .	186
Диджиталізація змінює правила гри . . . . .	199
Креативна законотворчість . . . . .	214
Вимірюючи пульс міст . . . . .	223