

УДК 911.3

*Костянтин Мезенцев, д. геогр. н., професор
e-mail: k_mez@ukr.net**Наталія Мезенцева, к. геогр. н., доцент
e-mail: provotarnat@ukr.net**Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна*

СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ ПРОСТОРІВ КИЄВА: ПЕРЕДУМОВИ, ПРОЯВ ТА СПЕЦИФІКА

Розкрито ознаки, функції та типи публічних просторів міст. Охарактеризовано передумови трансформацій публічних просторів пострадянських міст. Визначено традиційні та специфічні трансформації публічних просторів Києва. Проаналізовано поширення в Києві процесів комерціалізації публічних просторів, обмеження доступу та виокремлення публічних просторів, їх «б'ютифікацію», віртуалізацію, перехід основної функції від спілкування до споглядання, доместикацію публічних просторів, зростання ролі молів як публічних просторів, відкриття закритих публічних просторів, сакралізацію та європеїзацію публічних просторів міста.

Ключові слова: публічний простір, місто, трансформації, пострадянські міста, Київ.

Константин Мезенцев, Наталья Мезенцева. СОВРЕМЕННЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПУБЛИЧНЫХ ПРОСТРАНСТВ КИЕВА: ПРЕДПОСЫЛКИ, ПРОЯВЛЕНИЕ И СПЕЦИФИКА

Раскрыты признаки, функции и типы публичных пространств городов. Охарактеризованы предпосылки трансформаций публичных пространств постсоветских городов. Определены традиционные и специфические трансформации публичных пространств Киева. Проанализировано распространение в Киеве процессов коммерциализации публичных пространств, ограничения доступа и обособление публичных пространств, их «бьютификация», виртуализация, переход основной функции от общения к созерцанию, доместикация публичных пространств, рост роли моллов как публичных пространств, открытие закрытых публичных пространств, сакрализация и европеизация публичных пространств города.

Ключевые слова: публичное пространство, город, трансформации, постсоветские города, Киев.

Kostyantyn Mezentsev, Nataliia Mezentseva. MODERN TRANSFORMATIONS OF KYIV PUBLIC SPACES: PREREQUISITES, MANIFESTATION AND SPECIFICATIONS

In different historical periods the role of different functions of urban public spaces in Ukraine (political, communication, entertainment, shopping, recreational, territorial identity and self-identification, etc.) has changed. Now public spaces of Ukraine's cities and especially of Kyiv are characterised by overlapping of universal and specific transformations. This paper examines the causes, positive and negative effects of commercialisation and privatisation of public spaces, their separation, "closure", "Disneyfication", "Europeanisation", virtualisation, sacralisation, the growing role of malls as public spaces. We focused on the analysis of preconditions for urban public spaces transformation in post-Soviet space, identification of specific trends and prospects of their possible changes. In this regard, Kyiv is a good case as former Soviet city where various factors lead to distinct expression of both traditional and specific transformations in time and space. The paper presents the results of a questionnaire survey of the Kyiv's students in 2014 in order to understand the importance and frequency of usage of different types of public spaces. We found that the role of malls as public space for leisure and communication increases, but there is a difference of opinion on the value of malls as public spaces for local students and those who came from other regions.

Key words: public space, city, transformation, post-Soviet cities, Kyiv.

Постановка проблеми. В різні історичні періоди в містах України актуалізувалось виконання публічними просторами політичних, комунікаційних, розважальних, торговельних, рекреаційних функцій, функцій територіальної ідентичності та самоідентифікації. Нині для публічних просторів міст України і, насамперед, Києва характерні суттєві трансформації. Вони зумовлюють необхідність осмислення та визначення позитивних і негативних наслідків комерціалізації та приватизації публічних просторів, їх виокремлення, «закриття», «диснейфікації», недоступності для окремих членів громади, віртуалізації, сакралізації, зростання ролі молів, «європеїзації». Важливого значення при цьому набуває аналіз передумов трансформацій публічних просторів пострадянських міст, визначення специфічних напрямів і перспектив їх трансформацій. В цьому відношенні Київ є вдалим вибором одного з пострадянських міст, де різноманітні чинники зумовлюють прояв як традиційних, так і специфічних трансформаційних

процесів та їх просторово-часовий прояв в межах міста.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження публічних просторів міст беруть свій початок з 90-х років ХХ ст. У зарубіжних публікаціях представлено значне розмаїття теоретичних, методичних та прикладних підходів до розуміння та вивчення публічних просторів, напрямів їх трансформацій [8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17]. В суспільній географії в Україні дослідження публічних просторів Києва в контексті їх функціонування, виконання певних функцій, появи нових видів публічних просторів та їх трансформацій впродовж 2010-2017 років здійснювались на кафедрі економічної та соціальної географії Київського національного університету імені Тараса Шевченка та висвітлені у працях К.Мезенцева, Н.Мезенцевої, М. Пальчук, Т. Бури [2, 3, 4].

Метою написання статті є аналіз передумов трансформацій публічних просторів пострадянських міст, визначення традиційних та специфічних трансформацій публічних просторів Києва, аналіз поширення в Києві процесів комерціалізації публічних

просторів, обмеження доступу та виокремлення публічних просторів, їх «б'ютифікації», віртуалізації, перехід основної функції від спілкування до споглядання, доместикації публічних просторів, зростання ролі мов як публічних просторів, відкриття закритих публічних просторів, сакралізації та європеїзації публічних просторів міста.

Виклад основного матеріалу. Існує чотири головних підходи до розуміння поняття публічного простору. Згідно першого, публічне – це те, що стосується держави та її адміністративних функцій. Відповідно, *публічний простір* – це простір, в межах якого забезпечується функціонування держави, виконання нею адміністративних функцій. Згідно другого підходу, публічне – те, що стосується держави та економіки, а *публічні простори* – це простори, в межах яких забезпечується економічна діяльність. Третій підхід визначає публічне як те, що стосується громади, урядування, громадян і визначає *публічний простір* як простір, в межах якого громади або громадські асоціації встановлюють правила участі (членства) відповідно до моральних цінностей та соціальних очікувань, забезпечується взаємодія між учасниками. Згідно четвертого підходу, публічне – те, що стосується комунікабельності, відкритого самовираження. Отже, *публічний простір* – це простір самовираження та комунікації [14].

Найістотношою ознакою публічних просторів є *доступність* для всіх незалежно від статі, раси, національності, віку чи рівня доходів. З іншого боку, доступність публічних просторів для всіх, може створювати певні небезпеки (призводити до контактів із безхатьками, активними прохачами милостині, «неформалами», до споглядання політичних мітингів, сутичок, гей-парадів тощо). Іншими ознаками публічних просторів вважаються: *відсутність індивідуального контролю; перебування у державній чи комунальній власності* (нині частина публічних просторів перебуває у приватній власності, але вони залишаються публічними, оскільки забезпечується їх доступність для всіх); *відкритість* публічних просторів (нині також вважається, що публічні простори можуть бути закритими, навіть підземними просторами).

Поняття виключення і доступу публічних просторів лежить в основі визначення чотирьох *моделей публічних просторів* К. Айвсона [10]. Перша модель є ритуальною (церемоніальною) і включає великомасштабні території (площі), де люди збираються, щоб відмітити важливі події в житті країни. Будучи у власності громади і маючи значні масштаби, такі публічні простори історично були ключовими місцями для політичних зібрань чи протестів. Сутність другої моделі ґрунтується на відчутті спільності, яке виникло завдяки таким складовим, як залюдненість, різноспрямоване використання, пішохідна доступність та зручність. У відповідь на поширення споживацького стилю життя з'явився інтерес до публічних просторів, які орієнтовані на споживацькі рефлекси окремих прошарків середнього класу, і складаються з офісів, торговельних та розважальних закладів. Третя модель публічних просторів ґрунтується на поняттях відкритості та

доступності для резидентів незалежно від їх соціальної позиції. Четверта модель публічних просторів концентрується на посиленні взаємодії між різними публіками: члени різних груп можуть перетнутись та поспілкуватись і не мусять ставати однорідними.

Публічні простори виконують ряд важливих *функцій*. Головними з них є: комунікаційна (публічні простори є місцем для зустрічей, спілкування, самовираження, проведення вуличних парадів, спільних святкування); рекреаційна (публічні простори є місцем для прогулянок, відпочинку, розваг, проведення вуличних вистав); політична (публічні простори є місцем публічних зборів, дебатів, висловлення незгоди, політичних протестів, політичної боротьби, соціальних рухів, з одного боку, та місцем проведення владою демонстрацій, парадів, з іншого); територіальної ідентифікації та самоідентифікації (публічні простори є місцем формування і підтвердження ідентичності); шопінгу (в розумінні одного з видів розваг, проведення дозвілля) [2].

Публічні простори міст мають безліч форм, виконують різноманітні функції, тому неможливо їх визначити просто і однозначно. З урахуванням виділених ознак та функцій визначають такі *типи публічних просторів*: площі; вулиці, проспекти, бульвари, дороги; парки, сквери («зелені» публічні простори); набережні; ТРЦ (торгово-розважальні центри, моли). Специфічними публічними просторами є ділові райони міст (даунтаун), кампуси (студентські містечка), державні будівлі, які відкриті для громадян (наприклад, публічні бібліотеки). Напівпублічними просторами, доступ до яких є обмеженим, можна вважати територію аеропорту, університету тощо.

Трансформації публічних просторів Києва відповідають загальноєвропейським тенденціям і, водночас, мають свої особливості прояву. Пов'язане це як з умовами, в яких вони відбуваються, так і з наявністю специфічних напрямів трансформацій, які характерні для пострадянських міст. Насамперед, трансформації публічних просторів Києва відбуваються швидкими темпами. Трансформаційні процеси, які в європейських країнах тривали кілька десятків років, в містах на пострадянському просторі проходять той же шлях в два-три рази швидше.

Іншою особливою передумовою є те, що публічні простори Києва, як і інших столичних пострадянських міст, тривалий час в складі СРСР активно використовувались для колективних дій (святкових демонстрацій, парадів, культурних та спортивних заходів, відпочинку), які заохочувались і контролювались. Всі вони були публічними і «спільними» та виключали прояв приватного. Тому поява приватної власності у публічних просторах Києва була досить радикальною і за проявом, і для сприйняття суспільством.

Ще однією специфічною передумовою трансформаційних процесів публічних просторів пострадянських міст є те, що органи муніципальної влади намагаються зберегти монофункціональність центральних площ, залишаючи їх «зарезервованими» для певних видів громадської активності (концертів,

офіційних свят, комерційних ярмарків тощо), фактично дещо ігноруючи право на вільне використання таких публічних просторів [5]. Однак для Києва, де активно використовуються центральні площі міста в суспільно-політичному та культурному житті, а вулиця Хрещатик тривалий час є пішохідною у вихідні та святкові дні, ця передумова не є актуальною.

Щодо напрямів трансформацій публічних просторів Києва, то в місті проявляються як традиційні складові – *комерціалізація* публічних просторів; *обмеження доступу*, виокремлення публічних просторів, «диснейфікація», «б'ютифікація»; *перехід основної ролі від комунікативних функцій до візуальних*; *віртуалізація* публічних просторів; *доместикація* публічних просторів; *зростання ролі молів* як публічних просторів за рахунок суттєвого зменшення ролі площ та парків; *відкриття закритих* публічних просторів; так і специфічні, характерні для міст пострадянського простору – *сакралізація* (де-секуляризація) публічних просторів; «европеїзація» публічних просторів.

Публічні простори Києва не лише трансформуються, у місті виникають нові їх види. Так, наприклад, лише у 2001 році в місті було збудовано перший ТРЦ. У зв'язку із розширенням розуміння публічного життя, публічні простори нині виникають на території деградованих промислових зон (наприклад, культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький Арсенал» в будівлі Старого Арсеналу, Арт-забуд «Платформа» на території колишнього Дарницького шовкового комбінату, арт-центр Я. Гретера в ТРЦ «Космополіт» на території колишнього заводу «Більшовик»), у колишніх радянських офісних будівлях (наприклад, мистецький центр «Шоколадний будинок», що знаходиться у колишньому особняку С. Могилевцева, де понад 20 років функціонував Центральний палац одружень, Палац дітей та юнацтва в колишньому Палаці піонерів та школярів), у житлових кварталах, що тривалий час занепадали і потребували реставрації (наприклад, Pinchuk Art Center на території Бессарабського кварталу), у віртуальному просторі.

Варто згадати і те, що публічні простори Києва зазнають змін, коли місто стає місцем проведення важливих культурних та спортивних подій (проведення футбольного чемпіонату «Євро-2012», пісенного конкурсу «Євробачення» тощо). Підготовка до цих подій включає ряд «косметичних поліпшень» публічних просторів столиці: вулиці асфальтуються, відновлюються історичні будівлі, підвищується рівень безпеки, забороняється несанкціонована вулична торгівля тощо. Як правило, публічні простори центральної частини міста на деякий час стають безпечними, чистими, позбавленими соціальних проблем. Безпосередньо під час проведення спортивних та культурних заходів створюються тимчасові публічні простори. Прикладом такого тимчасового публічного простору було створення фан-зони Євро-2012 на центральній вулиці Києва Хрещатику.

Один із напрямів трансформації публічних просторів Києва пов'язаний з їх *комерціалізацією*,

«приватизацією». К. Вебстер висловив та аргументував тезу про те, що публічні простори часто змінюються по траєкторії від суто суспільного блага до суто приватного блага з ексклюзивним правом використання [16]. Спочатку вони формуються та розвиваються як суто суспільне благо, яке підтримується державою та муніципалітетом, але із ростом популярності кількість відвідувачів в них збільшується. Для контролю кількості відвідувачів організація, яка має зобов'язання утримувати простір, вводить правила, що обмежують його використання. Як правило, обмеження поступово розширюються, детермінуючи контроль над небажаною публікою, а публічний простір набуває характеру частково або повністю приватного. Приватизація публічних просторів є крайньою формою контролю, що призводить до виключення певної публіки та домінування привілейованої групи людей.

Нині головними майданчиками комунікації в Києві є культурно-мистецькі та розважальні інституції, ресторани і кафе, магазини – вузлові точки простору культури споживання. В Києві все більші території площ, скверів, парків, вулиць міста обіймають торгові та ресторани заклади. Наприклад, ресторани мережі «McDonalds» відкрито у скверах на Дарницькій, Севастопольській площах, вулиці Вишгородській, елітний ресторан «Прага» знаходиться на території паркової зони Експоцентру України. Площі, які традиційно були публічними просторами, носіями культури і місцями політичних виступів, стають центрами вуличної торгівлі найрізноманітнішими товарами (туристичними сувенірами, «всякою всячиною» тощо) [3].

На формування образів публічних просторів Києва значний вплив має приватна реклама вздовж доріг, на стовпах, зупинках автотранспорту, спорудах, парканах тощо. Таким чином відбувається приватизація образу вулиць, площ. Тобто, комерціалізація публічних просторів супроводжує і символічне «привласнення»: міські території приватизуються, в уявленнях городян пов'язуються з певними соціальними групами і видами діяльності. Одним із наслідків приватизації публічних просторів є сегрегація і посилення контролю: потенційних споживачів в таких місцях ретельно відділяють від неспоживачів, доступ «не своїх», як правило, унеможлиблюється.

Інший напрям трансформації Києва пов'язаний із *обмеженням доступу до публічних просторів*, що має два аспекти прояву – обмеження для окремих категорій населення та обмеження для всіх. Обмеження доступу до публічних просторів, як правило, відбувається з метою «наведення порядку». Насамперед, це стосується обмеження доступу безхатьків, прохачів милостині (іноді надто активних у своїх діях), неформалів. В ТРЦ, у розважальних парках, окремих скверах домінують споживчі практики, що робить перебування в них комфортним лише для тих, хто готовий та може приєднатись до запропонованого типу споживання. У такій ситуації формується простір обмеженої публічності, «напівпублічні» місця споживання.

З іншого боку, на території публічних просторів

Києва (наприклад, Оболонської набережної, окремих вулиць і провулків, парків) формуються *закриті спільноти* («gated communities», «closed condominiums»), де заселяються особи з достатньо високим рівнем доходів, і доступ населення до яких неможливий або обмежений. Це відбувається із міркувань особистої безпеки, відчуття індивідуалізації, ексклюзиву. Фактично «gated communities» в Києві є соціальними просторами, які загострюють процес фрагментації міста.

Виникнення закритих спільнот є матеріальним вираженням ефекту клубу в соціальному просторі, тобто бажання заможних людей жити виключно в оточенні собі подібних. Як стверджує С. Лоу, міська непередбачуваність, страх перед злочинністю, етнічним, соціальним різноманіттям призводять до того, що люди намагаються сховатись в соціально гомогенних співтовариствах, а фактично потрапляють в замкнене коло [12]. Адже скорочення досвіду використання публічних просторів міст спільно з іншими мешканцями, перебування в «закритих поселеннях» та сегрегованих місцях відпочинку призводить лише до посилення страху перед відкритим публічним простором.

Беручи до уваги такі два напрями трансформацій публічних просторів, як комерціалізація та обмеження доступу, окремі вчені ведуть мову про «кінець публічних просторів». З огляду на це С. Лоу зазначає, що публічні простори перестають бути демократичними просторами, а перетворюються на центри приватної комерції та споживання, нагляду та контролю поліції [12]. Д. Мітчел також відмічає приватизацію публічних просторів та мінімізацію їх можливостей для демократичних акцій, втрату політичних функцій, які переходять до простору електронних комунікацій. Значення публічних просторів змінюється із спробою контролювати поведінку безхатьків, інших маргіналізованих груп людей та протестуючих [13].

В цьому контексті можна вести мову про «диснейфікацію» публічних просторів – очищення їх від негативних елементів, орієнтацію на стандартизоване споживання та туризм. В Києві «диснейфікація» більшою мірою характерна для закритих публічних просторів.

О. Паченков відмічає, що класичні міські публічні простори занепадають, а іноді і зникають, через те що в місті дедалі рідше можна побачити таку ознаку публічності як вільна комунікація між громадянами. Це пов'язано як із їхньою приватизацією, так і з занепадом публічного життя, зникненням самого феномену публічної людини, і з розмиванням поняття місця (place) у сучасній культурі [5]. Міські публічні простори поступово втрачають просторові соціальні практики. Це призводить до появи феномену, який французький антрополог М. Оже назвав «не-місцями» супермодерності – «не антропологічних» просторів без ідентичності та історії, місць транзиту, споживання і невизначеності. Найбільш характерні їх приклади – це аеропорти, вокзали, тобто місця, що мають «закодовану в собі програму» їх використання [7]. В сучасних містах поняття «не-місць» можна

поширити на майже всі типи просторів – не тільки термінали аеропортів і вокзали, але також вулиці, площі, взагалі будь-які території міста, які використовуються для руху, що стає головною функцією простору в епоху мобільності [5]. Модерністське захоплення рухом призводить до стирання цінності публічних просторів, підпорядкування їх транспортним (транзитним) потребам і витіснення з них соціальної активності [15].

Водночас К. Ворпол та К. Нокс констатують, що публічні простори міст знаходяться не в стані занепаду, а навпаки – диверсифікації їх форм. На їх думку, публічний простір має бути гнучким і реагувати на соціальні зміни, а нові форми суспільного життя потребують нових публічних просторів [17].

Яскравим напрямом трансформації публічних просторів сучасного міста є *перехід основної ролі від комунікації до візуального спостереження*. Р. Сеннет під публічним простором міста розуміє, перш за все, відкритий, загальнодоступний простір, пристосований для перебування в ньому людей, для «комунікації незнайомих», анонімних зустрічей городян. На його думку, в ідеалі публічний простір дає початок процесам інтеграції розрізнених, анонімних городян в одне міське співтовариство. Проте, у сучасних містах публічні простори виглядають інакше, вони є майданчиком не для спілкування, а для «споглядання» [15]. З розвитком сучасного міського індивідуалізму індивід у місті «онімів». Такі процеси характерні і для Києва. У великих вітринах кафе, ресторанів, на лавках у парках, скверах можна бачити людей, які годинами мовчки сидять і спостерігають за навколишнім світом, або використовують ці місця для віртуального спілкування.

Можна вести мову про два прояви *віртуалізації публічних просторів*. З одного боку, це використання не власне публічних просторів міст, а соцмереж як майданчиків для спілкування, дискусій, відстоювання інтересів, вирішення конфліктів у сфері публічного (не особистого). З іншого боку, публічні простори можуть бути місцями, що використовуються для віртуального, а не «живого» спілкування. Для Києва характерні обидва прояви віртуалізації публічних просторів.

Особливим напрямом трансформації публічних просторів Києва є їх *доместикація, «одомашнення»*. Нині особисте, «приватне» активно синтезується з «публічним», руйнуються загальноприйняті стереотипи поведінки людини у публічному просторі. Зникають межі між громадським та індивідуальним, тому поведінка людини набуває «домашньої» форми.

Доместикація публічних просторів виражається у архітектурі та дизайні. В Києві доместикація проявляється, насамперед у дизайні кафе та ресторанів (наприклад, наявності торшерів, бра, світильників, підсвічників зі свічками, книг, альбомів, різноманітних подушечок тощо), парків, скверів (наприклад, на Пейзажній алеї знаходиться лава з подушкою та пледом), тротуарів вулиць (наприклад, «рояль у кущах» на вулиці Богдана Хмельницького).

Ще однією ознакою доместикації є сидіння на

сходах, тротуарах, клумбах, вживання їжі у відкритих публічних просторах (на площі, вулиці, у сквері), танці та співи просто на вулиці, що раніше було виключною прерогативою дому або призначених для цього місць [1]. В Києві ця ознака є поширеною щодо парків (наприклад, у парку Тараса Шевченка, Ботанічному саду). Сидіння на сходах і тротуарах не є популярним у місті.

З доместикацією пов'язана «інтимізація» публічних просторів, що, за Р. Сеннетом, передає ключову характеристику міського життя ХХ століття: міські жителі «закупорюються» у своїх приватних маленьких світах, а кількість і якість відкритих комунікативних площадок, які дозволили б їм вийти зі своїх приватних «капсул» постійно зменшується [15].

Поширення споживацького стилю у повсякденному житті зумовили *популярність нового типу публічних просторів – ТРЦ та зростання їх ролі як публічних просторів*. Питанням функціонування молив як публічних просторів присвячено праці Дж. Госа [8, 9]. Вчений оперує поняттями «торгові культурні ландшафти» (retail built environment), «ландшафти шопінгу» (landscape of shopping) та оцінює їх вплив на людську поведінку. Моли Дж. Гос розглядає як обмежений публічний простір (limited public space) щодо вільного спілкування, висловлювання протестів. Моли розглядають як «місто в мініатюрі», «утопічне місто», що виражає ідеали суспільства. Часто тут присутні елементи інших типів публічних просторів – вулиці, зелені насадження, навіть площі з монументами. Водночас це «місто» очищене від негативних проявів міського середовища (зіткнень з незрозумілим, чужим), а поведінка всіх учасників підпорядкована загальним стандартам. У ТРЦ міський публічний простір імітується цілком свідомо, адже це допомагає привабити і утримати відвідувачів, оскільки тут можна подивитися на інших і показати себе, а це завжди приємно людям [9].

Практично ТРЦ створює ілюзію публічного простору. Водночас не можна не помітити, що ТРЦ деякою мірою замінили міські центри і головні вулиці, оскільки в них можна спостерігати всі види активності, типові для публічних просторів.

ТРЦ Києва дуже швидко зайняли важливе місце в міському просторі, ставши модними осередками локалізації для середнього класу, мірилом можливостей, ознакою долучення до «цивілізованого стилю життя». Вони стали свідченням соціального розшарування в суспільстві, відкриваючи двері «своїм» і обмежуючи доступ для «небажаних». Не можна не констатувати, що для більшості сучасних киян, в першу чергу мешканців периферійних житлових районів, ТРЦ стали популярними доступними публічними просторами, оскільки вони концентрують доступні розваги, торговельні послуги, а також гарантують безпеку і комфорт.

Водночас, не можна стверджувати, що в Києві ТРЦ взяли на себе роль основного виду публічних просторів. Як публічні простори в Києві активно використовуються площі, вулиці, парки. Площі Києва актуалізували політичну функцію і часто стають

місцями політичних подій. Фактично вони є місцями для передачі політичних повідомлень численним та різноманітним групам населення інших поселень України. Паради, протести та демонстрації, що проводяться у Києві, мають реальних (у вигляді присутньої публіки) та віртуальних свідків (які споглядають їх на екранах телевізорів чи комп'ютерів). Так, Майдан Незалежності в Києві є впливовим осередком політичного протесту державного масштабу.

Інтенсивне використання відкритих публічних просторів Києва характерне не лише для площ, майданів чи вулиць центральних районів міста. Традиційно активно використовуються такі популярні відкриті публічні простори, як набережні Дніпра, Гідропарк, Голосіївський парк тощо. Водночас можна вести мову і про інтенсивне використання новостворених скверів, міні-парків у нових забудованих масивах міста (наприклад, Лікограді, Парковому місті).

Для з'ясування ролі різного виду публічних просторів у житті мешканців Києва було проведено соціологічне опитування шляхом анкетування [4]. В опитуванні взяли участь 90 респондентів. Цільовою аудиторією дослідження була студентська молодь віком 20-30 років. Аналіз проводився за двома зрізами: за статтю та місцем народження (місто, сільська місцевість). Були отримані такі результати.

69% респондентів частіше проводять вільний час у відкритих публічних просторах (у парках, скверах, на набережних, площах тощо), 31% – в ТРЦ. Серед чоловіків цей показник є вищим (77%), у жінок він нижчий (65%). 74% тих, хто народилися в містах, надають перевагу відпочинку у відкритих публічних просторах, тоді як вихідці із сільської місцевості, які нині проживають у столиці, розійшлися в думках: для них майже однаково популярні як відкриті простори, так і моли (47 і 53% відповідно).

25% опитуваних відвідують ТРЦ лише один раз на місяць або й рідше. Це досить значний показник, особливо враховуючи вік і рід занять опитуваних. 40% і 36% респондентів бувають в молах відповідно кілька разів на місяць та частіше одного разу на тиждень. Тих, хто буває там рідше, становлять лише 10%. Жінки відвідують в ТРЦ частіше, ніж чоловіки (як правило, кілька разів на місяць). Вихідці з сільської місцевості відвідують ТРЦ набагато частіше, ніж жителі міст. Ймовірно, це пов'язано з недоотриманням необхідних послуг в період проживання в сільській місцевості, відсутністю вироблених торговельних звичок, врешті, психологічними чинниками.

Майже половина респондентів кілька разів на тиждень відпочивають у парках та скверах (45%). 47% опитаних відвідують їх кілька разів на місяць і лише 8% опитуваних бувають там один раз на місяць і рідше. Чоловіки відпочивають в «зелених зонах» переважно кілька разів на місяць, а от більшість жінок – щотижня (52%). Жителі міст бувають в «зелених зонах» переважно кілька разів на місяць, тоді як вихідці із сільської місцевості – частіше одного разу на тиждень.

Основними критеріями при виборі ТРЦ як місця

відпочинку респонденти назвали транспортну доступність (важлива для 60% респондентів), асортимент магазинів (57%) та ціни (20%). Жінки більшого значення надають асортименту магазинів, а чоловіки – транспортній доступності, розміру та іміджу молу. Вихідці з сіл особливу увагу звертають на асортимент магазинів та ціни, а для міських жителів більш важливі транспортна доступність, імідж і розміри молу.

В цілому, серед молоді найпопулярнішими місцями для відпочинку сьогодні є театри, кінотеатри, концертні зали (76% опитуваних), «зелені зони» (57%) і заклади ресторанного обслуговування (56%). Далі йдуть ТРЦ (48% відповідей), музеї, виставки (17 і 13% відповідно), спортивні заклади і нічні клуби (12 та 11%). Жінки більше ніж чоловіки віддають перевагу відпочинку у кафе і ресторанах та «зелених зонах», а чоловіки частіше відвідують музеї, спортивні заклади і нічні клуби. Вихідці з сільської місцевості більше, в порівнянні з жителями міст, відпочивають у нічних клубах і спортивних закладах, тоді як вихідці з міст – у кафе і ресторанах та театрах.

Не зважаючи на прихильність до «зелених зон» і часте їх відвідування, 64% респондентів погоджуються, що сьогодні роль публічних просторів перейшла від відкритих до закритих публічних просторів (молів). Частка жінок, які погоджуються з твердженням є вищою (66%) за частку чоловіків (60%), аналогічно як і частка вихідців із сільської місцевості (65%) у порівнянні з народженими у містах (57%). При цьому 70% опитаних схиляються до думки, що краще роль публічних просторів можуть виконувати «зелені зони», оскільки проблемою ТРЦ є їх багатолюдність, шум, «замкнутість» простору, що негативно впливає на самопочуття відвідувачів. На думку респондентів, ТРЦ не виконують усі функції публічних просторів, тому що перебування в них вимагає дотримання певного стандарту поведінки, види діяльності обмежені наявними закладами і практично унеможливають експромт. З іншого боку, як показує дослідження, парки і сквери Києва не виконують функцію публічних просторів в повному обсязі через відсутність необхідної інфраструктури, засміченість, невисокий рівень культури частини мешканців столиці.

Нині у світі популярною є тенденція **«відкриття» закритих публічних просторів**. Популярна «пішоходизація» торкнулася і молів, зробивши одним з обов'язкових елементів відкриті галереї, що «впускають місто в мол». Створення «населених» молів, де поєднуються житло і бізнес можна вважати вдалим варіантом вирішення проблеми відчуженості ТРЦ під девізом «Моли не лише для покупок, але і для життя». Нині ця тенденція має місце і в Україні, де в передмісті Києва збудовано аутлет-містечко «Мануфактура» у стилістиці північно-європейських міст.

Новим, перспективним підходом до розміщення публічних просторів є **відмова** від їх **«транспортної орієнтації»**. В ряді країн Європи від автомобілізації почали відмовлятися ще з середини 1980-х років на користь розвитку в центральній частині міста мережі

громадського транспорту (насамперед використання трамваїв), а також велосипедної інфраструктури. У Києві ця тенденція ще не набула суттєвого поширення. Але варто згадати, що у 2015 році в центрі Києва відкрився перший велохаб, а в проектах міської влади – відновлення трамвайного сполучення в центральній частині міста.

Дослідники публічних просторів міст постсоціалістичних країн висловлюють думку про **«європеїзацію»** як один із видів їх трансформацій [11]. Єдиного розуміння поняття «європеїзації» немає. Мешканці міст уявляють «європеїзований» міський публічний простір відкритим, з вільним доступом, з потенціалом для взаємодії і спілкування, вільним від контролю. Муніципальна влада розуміє «європеїзацію» як вдале гасло, що відображає її прагнення до розбудови міста, зручного для мешканців, до «цивілізованості» використання публічних просторів. Девелопери сприймають її як вибірковість, елітність, що приваблює лише певну частину громадян, фактично, як синонім слова «цивілізований». В той же час західним ідеалом публічного простору є диверсифікований (різноманітний) та толерантний публічний простір.

Цікавою є думка про першу та другу генерації постсоціалістичних змін міських публічних просторів в контексті «європеїзації» [11]. Автори вважають, що перша стадія трансформацій публічних просторів у 1990-2000-х роках відбувалася за відсутності фінансових можливостей у держави, домінування приватних інтересів за таких умов (іноді без дозволів, з порушеннями нормативних вимог) і супроводжувалася низькоякісною комерцією та недотриманням стандартів. Друга стадія трансформацій публічних просторів розпочалася у 2010-х роках під лозунгами «Місто для людей», «Місто, придатне для життя». Вони орієнтовані на молодий середній клас, пріоритетами якого є креативність, цивілізованість та модний стиль життя, і передбачають вимоги до візуального дизайну, відсутність незаконних вуличних торговців. Новий підхід зумовлює виключення певних соціальних груп населення, впровадження нових норм поведінки, селективну толерантність. Проте насправді, це нова, більш «цивілізована» форма комерціалізації публічних просторів, що поєднується із виключенням певних груп населення (зокрема, з низькими доходами), селективною толерантністю [11].

«Європеїзація» публічних просторів Києва також відбувалася в кілька етапів. Нині вона здійснюється в контексті створення «міста для людей» і передбачає, насамперед, урізноманітнення пропозиції. Упродовж святкування новорічно-різдвяних свят популярним є створення евромістечок на площах (наприклад, на Софіївській площі), у парках, скверах (наприклад, у парку Тараса Шевченка), евророзон (наприклад, на Поштової площі) тощо.

Специфічний напрям трансформації публічних просторів Києва пов'язаний із їх **сакралізацією (ресакралізацією)**. У скверах, парках, на площах міста цей процес відбувається двома шляхами. По-перше, як ресакралізація, тобто відбудова раніш зруйнованих сакральних об'єктів (наприклад,

Михайлівський собор та монастир на Михайлівській площі), а по-друге, як будівництво нових культових споруд (наприклад, на площі біля Південного залізничного вокзалу, у скверах поблизу Солом'янської площі, навпроти кінотеатру «Київська Русь»). В Києві можна побачити обгороджені парканами ділянки під нове будівництво чи відновлення сакральних об'єктів, що з різних причин не ведеться роками, але ці ділянки вилучені із використання громадою в межах публічних просторів. Таким чином, доступні для всіх публічні простори перетворюються на простори для прибічників певної конфесії (подекуди вводячи обмеження на стиль одягу, особливості поведінки тощо).

Висновки. Отже, публічні простори Києва інтенсивно змінюються. Посилилися їх політичні функції, вони активно використовуються як території по-

літичного протесту, «конфлікту пам'ятей». З «нічиєї території» публічні простори стають місцями самоорганізації локальних спільнот. Вони відновлюються, реставруються в спальних районах міст. Публічні простори українських міст комерціалізуються, у т.ч. в контексті відновлення, реставрації, ревіталізації, розвитку туризму, відповіді на потреби та вподобання міських жителів. Для них характерні сакралізація, «диснейфікація», «б'ютифікація», «європеїзація». Однак, як стверджує І. Тищенко, «намагання швидко скопіювати західноєвропейську чи американську моделі життєустрою знову і знову переконують у неможливості повноцінного втілення цих моделей, оскільки, як свідчить історія, не можна штучно зімітувати процеси, які в західній урбаністичній традиції відбувалися протягом століть» [6].

Список використаних джерел:

1. Козлова І.В. Синтез приватного і публічного у контексті одомашнення вуличного простору / І.В. Козлова // *Socioprospitir*. – Львів, 2010. - № 1. – С. 86-88.
2. Мезенцев К.В. Публічні простори Києва: забезпеченість населення та сучасна трансформація / К.В. Мезенцев, Н.І. Мезенцева // *Часопис соціально-економічної географії: зб. наук. праць*. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – Вип. 11 (2). – С.39-47.
3. Мезенцев К.В. Трансформація публічних просторів у великих містах України на прикладі торговельно-розважальних центрів / К.В. Мезенцев, Н.І. Мезенцева, Т.Л. Бура // *Економічна та соціальна географія: наук. зб.* – К., 2011. – Вип. 63. – С. 174-186.
4. Мезенцева Н. «Старі» та «нові» публічні простори Києва: конфлікт чи взаємодоповнення? / Н.Мезенцева, Т. Бура // *Урбаністичні студії*. – 2017. – Вип. 3. – С. 168-177.
5. Паченков О. Публичное пространство города перед лицом вызовов современности: мобильность и «злоупотребление публичностью» / О. Паченков // *Новое литературное обозрение*. – № 117. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://magazines.russ.ru/nlo/2012/117/p33.html>
6. Тищенко І. Миський публічний простір: підходи до визначення / І. Тищенко // *Магістеріум. Культурологія*. – Київ, 2015. – Вип. 59. – С. 26-33.
7. Auge M. *Non-Places. Introduction to an Anthropology of Supermodernity* / M. Auge. – London & New York: Verso, 1995. – 122 p.
8. Goss J. Once-upon-a-time in the commodity world: an unofficial guide to mall of America / J. Goss // *Annals of the Association of American Geographers*. – 1999. – Vol. 89, N 1. – P. 45-75.
9. Goss J. The magic of the mall: form and function in the retail built environment/ J. Goss // *Annals of the Association of American Geographers*. – 1993. – Vol. 83, N1. – P. 18-47.
10. Iveson K. *Publics and the City* / K. Iverson. – Wiley-Blackwell Publishers, 2007. – 264 p.
11. Kalyukin A. The second generation of post-socialist change: Gorky Park and public space in Moscow / A. Kalyukin, T. Borén, A. Byerley // *Urban Geography*. – 2015. – Vol. 36, No. 5. – P. 674-695.
12. Low S. *On the Plaza: the politics of public space and culture* / S. Low. – Austin: University of Texas Press, 2000. – 296 p.
13. Mitchell D. The end of public space? People's park, definitions of the public, and democracy / D. Mitchell // *Annals of the Association of American Geographers*. – 1995. – Vol. 85, N1. – P. 108-133.
14. Staeheli L. Locating the public in research and practice / L. Staeheli, D. Mitchell // *Progress in Human Geography*. – 2007. – N31(6). – P. 792-811.
15. Sennet R. *The Fall of Public Man* / R. Sennet. – London: W. W. Norton press, 1992. – 416 p.
16. Webster C. Property Rights, Public Space and Urban Design / C. Webster // *Town Planning Review*. – 2007. – Vol. 78, Issue 1. – P. 81-101.
17. Worpole K.. *The social value of public spaces* / K. Worpole, C. Knox. – New York: Joseph Rowntree Foundation, 2007. – 16 p.

References:

1. Kozlova, I.V. (2010). Syntez pryvatnoho i publichnoho u konteksti odomashnennya vulychnoho prostoru. *Sotsioprospitir*, 1, 86-88.
2. Mezentsev, K.V., Mezentseva, N.I. (2011a). Publichni prostory Kyeva: zabezpechenist naselennya ta suchasna transformatsiya. *Chasopys sotsialno-ekonomichnoi geografii*, 11(2), 39-47.
3. Mezentsev, K.V., Mezentseva, N.I., Bura, T.L. (2011b). Transformatsiya publichnykh prostoriv u velykykh mistakh Ukrainy na prykladi torhovelno-roz vazhalnykh tsestriv. *Ekonomichna ta sotsialna geografiya*, 63, p. 174-186.

4. Mezentseva, N., Bura T. (2017). «Stari» ta «novi» publichni prostory Kyeva: konflikt chy vzayemodopovnennya? *Urbanistychni studii*, 3, 168-177.
5. Pachenkov, O. (2012). Publichnoe prostranstvo goroda pered litsom vyzovov sovremenosti: mobilnost i «zloupotreblenie publichnostyu». *Novoe literaturnoe obozrenie*, 117. Available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2012/117/p33.html>
6. Tyshchenko, I. (2015). Miskyi publichnyi prostir: pidkhody do vyznachennya. *Magisterium. Kulturologiya*, 59, 26-33.
7. Auge, M. (1995). *Non-Places. Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. London & New York, Verso. 122 p.
8. Goss, J. (1999). Once-upon-a-time in the commodity world: an unofficial guide to mall of America. *Annals of the Association of American Geographers*, 89, N 1, 45-75.
9. Goss, J. (1993). The magic of the mall: form and function in the retail built environment. *Annals of the Association of American Geographers*, 83, N 1, 18-47.
10. Iveson, K. (2007). *Publics and the City*. Wiley-Blackwell Publishers. 264 p.
11. Kalyukin, A., Borén, T., Byerley, A. (2015). The second generation of post-socialist change: Gorky Park and public space in Moscow. *Urban Geography*, 36, No. 5, 674-695.
12. Low, S. (2000). *On the Plaza: the politics of public space and culture*. Austin, University of Texas Press, 296 p.
13. Mitchell, D. (1995). The end of public space? People's park, definitions of the public, and democracy. *Annals of the Association of American Geographers*, 85, N 1, 108-133.
14. Staeheli, L., Mitchell, D. (2007). Locating the public in research and practice. *Progress in Human Geography*, 31(6), 792-811.
15. Sennet, R. (1992). *The Fall of Public Man*. London, W. W. Norton press, 416 p.
16. Webster, C. (2007). Property Rights, Public Space and Urban Design. *Town Planning Review*, 78, Issue 1, 81-101.
17. Worpole, K., Knox, C. (2007). *The social value of public spaces*. New York, Joseph Rowntree Foundation, 16 p.

Надійшла до редколегії 13.03.2017 р.