

ра города». В урбанистике культура города часто представлена исследованиями отдельных элементов, уровней организации городского пространства (например, архитектурный облик, социальная организация пространства, художественная жизнь города). На проникновение в суть явлений урбогенеза претендует новая методологическая платформа – культурология, изучающая культуру в ее сущности и во всей полноте проявлений. Культурологическое видение реальности призвано воссоздать образ «живого» города, особым творческим компонентом которого выступает человек. Город как феномен культуры представляет собой образ человеческой жизни и способ существования культуры.

Экономика городов все больше становится зависимой от творческого класса людей. Отмечается, что современная экономика опирается на знания, науку и инновативность, которые обеспечиваются трудом профессионалов, способных изобретать новое и смело, нестандартно мыслить. Эти люди – представители профессий с большим творческим компонентом: архитекторы, дизайнеры, рекламщики, артисты, финансисты, т.е. все те, кто в процессе работы каждый день сталкивается с новыми и нерутинными задачами.

Культурное пространство глобального города предстает как освоенный креативным классом, в тех или иных параметрах значимый для него, ценностно-смысловой мир. Для новой городской культуры, как и для постмодерна в целом, характерен акцент на индивидуальные начала. Современные мегаполисы нацелены на привлечение качественного «человеческого капитала».

Мегаполисы встают перед вопросом: как обеспечить атмосферу, создать необходимые условия для развития скрытого творческого потенциала? Один из главных теоретиков творческой экономики Ч. Лэндри, анализируя творческие города, отмечает, что они становятся важнейшим пространством и местом концентрации общественного и интеллектуального ресурса. Возникает некое коммуникативное единство в сочетании с глубокой специализацией. Профессиональный труд в этих условиях приобретает новый смысл и новую мотивацию: из обезличенного занятия и способа зарабатывания денег он становится формой самовыражения, реализации личностного творческого потенциала.

В итоге личность мегаполиса имеет возможность сохранить свою культурную идентичность, обеспечить себе и своим близким «дом души» в рамках национальной, этнической, конфессиональной субкультуры. Более того, именно мегаполисы стали источником новых мощных процессов культурогенеза, возникновения и развития новых возрастных, досуговых, профессиональных и т.п. субкультур.

Хвиль А. Г., аспірантка кафедри культурології, Національний університет «Києво-Могилянська Академія», м. Київ, Україна

Простір і страх: відчуття небезпеки у місті

Уявлення про безпеку і небезпеку на карті міста не завжди пов'язане з існуванням реальної загрози для мешканців у певних районах. Авторка книги «Архітектура страху» («Architecture of Fear») Нен Елін пише, що поштовхом для створення книги був її досвід, набутий у ході польових досліджень в раціоналістично спланованому маленькому французькому містечку Жуї-Ле-Мутьє. Спостереження Нан Елін полягало в тому, що «тема страху виникла, не зважаючи на вкрай низький рівень злочинності в цьому районі». Відчуття небезпеки може підсилюватися повідомленнями ЗМІ, розповсюдженням образу бронедверей, систем відеонагляду, а також потребою міфологізації простору і створенням уявного маргінесу в протиставленні з яким місто набуває єдності.

На когнітивних картах як найбільш небезпечне місце мешканці переважно вказують один із віддалених від них районів, малознайомий як фізичний простір, де їм не доводилося чи майже не доводилося особисто бути. Відчуття небезпеки, що з'являється під час перебування в одному місці та зникає в іншому, пов'язане з відсутністю або наявністю ідеї місця – прочитуваністю і рівнем деталізації уявної карти, зі знанням, що розташоване за візуальними перешкодами у вигляді дерев, парканів та будинків. Характеризуючи околиці власного кварталу, автохтонне населення схильне заперечувати можливість небезпеки.