

**ПРИКЛАДВДНГ ЯК КУЛЬТУРНОГО, ЕКОНОМІЧНОГО
ТА СОЦІАЛЬНОГО ІНСТРУМЕНТУ
РОЗВИТКУ МІСТА Й ДЕРЖАВИ**

*(оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету
та неопублікованими документами 2016-2017 рр.)*

Технологічні парки, креативні кластери, інноваційні та навчальні центри виникають на місці колись потужних, а тепер занедбаних заводів, ангарів, фабрик у багатьох країнах. Україна також не є винятком – незважаючи на свій величезний потенціал, чимало таких об'єктів нашої держави не витримали зміни часів і стали потребувати переосмислення та нового дихання.

Національний комплекс «Експоцентр України» (ВДНГ) – уже не перший проект переосмислення територій у місті. І, як показує досвід «Мистецького Арсеналу», арт-заводу Платформа, IZONE, Port та інших, ці зміни завжди на краще. Адже впродовж багатьох років Експоцентр працював здебільшого в режимі паркової зони для найближчих будинків. Та коли на території запрацювали концерт-хол, басейн, парк гойдалок, хаби, майстерні тощо, ВДНГ почали сприймати як місце відпочинку та роботи для всього міста.

Адже місто – це не тільки будівлі й дороги, не тільки люди, що долають звичний маршрут дім-робота-дім. Хороше місто – це дещо більше – мережа взаємопов'язаних частин, які надають сенс повсякденному життю. І саме культура відіграє центральну роль у зміні міського ландшафту. Вона створює привабливі місця, які об'єднують людей, дозволяють їм добре проводити час. Ці місця привертають бізнес і туризм, сприяють інноваційним рішенням.

Зважаючи на те, що культура є невід'ємною складовою життя країни не тільки у високому абстрактному, а й суто фінансовому сенсі, – соціальний та економічний внески культурної діяльності в розвиток держави надзвичайно вагомі. В Україні офіційної статистики щодо внеску культури в економіку поки немає, але гідні культурні ініціативи вже заявили про себе, і з кожним роком їх стає все більше. Це мультидисциплінарний фестиваль Гогольfest, проект

Closer, у рамках якого діє не лише клуб, а й проходять освітні та творчі проекти, музичний проект «Ухо», соціальний проект Docudays UA тощо. Такі проекти формують культуру міста, бо навколо великої ідеї створюються нові смисли, збирається команда однодумців, виникають інноваційні рішення [1; 2].

20 липня 2017 р. на території Національного комплексу «Експоцентр України» було відкрито скульптуру «Трансформація». «У центрі цієї скульптури – людина, яку спіткали труднощі, але вона змогла їх подолати, вийшовши зі своєї зони комфорту. Людина очистилася від відшліфованих стереотипами незграбних форм, змінилася й тепер відкрита для змін», – так представили роботу її автори – Микола Плохута та Аліна Богова. Коли до спеціально відведених зон об'єкта піднести руку, на грудях у статуй запалюється світло, інтенсивність якого залежить від кількості одночасних доторків. За словами авторів, таким чином вони хотіли показати енергію, яку отримує людина від підтримки близьких та однодумців [3].

Ця скульптура та її назва – чи не найкраща метафора для характеристики сучасного етапу розвитку ВДНГ, керівництво якого, подолавши всі стереотипи, почасти вийшовши зі своєї зони комфорту, стало відкритим для змін і зосередилося на трансформації простору, ландшафту, очікувань та орієнтирів з єдиною метою – зробити комплекс візитівкою столиці й України в світі.

Максим Яковер і Максим Бахматов стали керівниками Національного комплексу «Експоцентр України» з чітко окресленим планом дій – перетворити ВДНГ на інноваційний центр культури всеукраїнського та міжнародного масштабів. «Ми вибрали сім напрямків для розвитку – це сфери підприємництва, культури, освіти, виставкової діяльності, парку, спорту та розвитку дітей... Нам дуже важливо, щоб усі ці напрямки перетиналися й доповнювали один одного. Бажано, щоб кожен об'єкт стосувався відразу декількох напрямків. Наприклад, концерт-хол може бути використано й для культурних заходів, і в рамках розваг. Басейн – це розвага, але до 11 ранку діють тарифи для тих, хто займається плаванням. Плюс ми створили дитячу школу», – розповів М. Яковер. «Уявляєте, ви повертаєте ліворуч, а там розташовано IT-кластер, офіси розробників, техновиставки. Повертаєте праворуч – там проводять виставки картин, бієнале, екологічні конференції», – озвучив у 2015 р. плани М. Бахматов, які одразу ж почали втілюватися в дії [4].

Так Експоцентр України став одним з найпопулярніших місць для відпочинку фактично в будь-яку пору року. Тут оновлено інфраструктуру, зроблено ремонт, узимку працює каток. На території комплексу діють концерт-хол, спорт-хаб, відкрито центр робототехніки, сферичний кінотеатр, проводяться фестивалі, конкурси, резиденції. Тут також є контактний зоопарк, функціонує масштабний ярмарок розваг «Зима на ВДНГ», парк гойдалок і KyivSmartCityHub – місце для проведення лекцій, тематичних зустрічей,

розробки інноваційних міських проектів. Тобто, відкриваються нові локації, кожна з яких підсилює інші, адже всі вони пов'язані певним форматом і логікою. У 2016 р. на території Експоцентру вперше пройшов великий музичний фестиваль – Atlas Weekend.

Команді Бахматова та Яковера вдалося вивести збиткове державне підприємство в плюс, заробити 2,5 млн грн прибутку за 2016 рік, погасити частину боргів, зробити Експоцентр зручним і комфортним, залучити клієнтів, які готові проводити тут найрізноманітніші заходи [5; 6; 7].

Навесні 2017-го естафету реформ у Бахматова і Яковера підхопив новий менеджмент – команда Євгена Мушкіна – экс-керівника компанії StarLight Entertainment, яка раніше була партнером розважальних заходів ВДНГ. Своє звільнення попередні менеджери пояснили тим, що українське законодавство, все ж, не дозволяє їм повною мірою втілювати в життя всі ідеї. «Наша мета – реальні зміни. Саме тому, ми прийняли рішення вийти з проекту сьогодні, коли переконані в стабільності зростання й упевненому розвитку підприємства», – пояснив М. Яковер. Надалі вони планують створити Музей тоталітарної пропаганди, брати участь у створенні масштабного інфраструктурного інноваційного проекту, а також займатися консалтингом [8].

У серпні 2017 р. із метою знайти інвестора й партнера для створення у 13-му павільйоні центру сучасного мистецтва: виставкової галереї, художніх майстерень, місць для творчості, зони майстер-класів тощо, а також як підґрунтя для якісного діалогу влади з художниками, активістами й представниками креативних індустрій, стартував відкритий конкурс проектів на створення й забезпечення арт-середовища на території Національного комплексу «Експоцентр України».

Такий підхід є правильним і дієвим на думку багатьох експертів, адже знайшов уже своє втілення в інших країнах. Бо саме культурні практики, креативні економіки та інші хаби й кластери мають дати «нове дихання» українським містам, переобтяженим застарілою інфраструктурою радянських часів, як дали таке дихання, наприклад, Кортрейку в Бельгії.

Там влада міста реалізувала масштабну програму перетворення закинутих заводських приміщень на острові Буда. Цей острів на річці Лейе (Ліс) розташовано дуже близько до центру міста, але після закриття місцевих підприємств із перероблення вугілля та виготовлення зброї він був фактично закинутим. Влада запросила до діалогу п'ять найавторитетніших мистецьких організацій міста, й ті погодилися підтримати проект із перетворення острова на креативний простір. Спершу було створено ArtcentreBUDA, який став місцем резиденції для культурних активістів. Утім найвідомішою точкою на карті Буди виявилась Buda Fabriek – комбінований простір, де є приміщення для виставок сучасного мистецтва, робіт митців у різних галузях і навчальних

заходів. Тут також обладнано майстерні для роботи з новітніми технологіями, зокрема 3D-друком. Так острів став магнітом для різноманітних ініціатив. Загалом зусилля для перетворення Буди на креативний центр створили нові робочі місця, реорганізували закинтий простір і призвели до збільшення потоку туристів до Кортрейка (тут відбуваються дві значні міжнародні події: Biennale Intérieure та Creativity Week) [9].

Вдалим кейсом також є Булонський ліс (Bois de Boulogne, парк навколо Fondation Louis Vuitton) у Парижі. За 3 євро відвідувачі отримують величезний парк розваг для дітей і дорослих. Там практично немає ніяких атракціонів, але є гойдалки, лазанки, фонтани, які б'ють з-під землі. Важливо, що цей досвід частково уже використано в гойдалковому парку ВДНГ [10].

Гендиректор Національного комплексу Є. Мушкін наголошує, що його команда постійно аналізує використання схожих просторів у Європі, Америці й Австралії. «Наприклад, в Нью-Йорку була покинута станція метро, яка перетворилася силами активістів та урбаністів у точку тяжіння представників креативних індустрій High Line Park. На ній просто висадили рослини, провели wi-fi – і вийшов популярний публічний простір. Це хороший формат для наших садів, де зараз просто стоять мангальні будиночки й більше нічого. А якщо просто поставити лавочки та провести wi-fi – можна працювати на відкритому повітрі і тут же їсти яблука з гілки», – зазначає керівництво Експоцентру.

Отже, переможцями на найкращий проект арт-резиденції на території Національного комплексу «Експоцентр України» стали Олександра Халепа та Максим Демський, відомі організацією ArkSquat у рамках фестивалю ГОГОЛЬFEST 2017. «Ми прагнемо створити платформу синтезу мистецтв, де реалізовуватимуться колаборації діячів театру, сучасного мистецтва, медіа, музики, танцю й кіно», – розповіла куратор проекту О. Халепа. Вона наголосила, що резиденція функціонуватиме у традиційному форматі: до участі запрошуватимуть митців, яким дадуть простір і матеріали для роботи, а також можливість презентації її результатів широкій публіці. Крім того, проект ASC 13 ініціюватиме міжнародний обмін художниками: запрошуватиме митців з інших країн і відряджатиме українців попрацювати за кордоном. 13-й павільйон, який керівництво ВДНГ виділило для арт-резиденції, колись було присвячено вугільній промисловості. Особливість цієї будівлі в тому, що під нею знаходиться макет шахти з ліфтом і лабіринтами, з допомогою яких радянські промисловці демонстрували досягнення свого виробництва. «Ми вважаємо шахту душею будівлі, оскільки саме вона містить головну історико-культурну цінність від попереднього задуму творців ВДНГ», – говорить О. Халепа. Ця штучна шахта збереглася до сьогодні, і тепер нові мешканці використовуватимуть її як простір для творчих лабораторій, концертів експериментальної музики і виставок медіа-мистецтва. Зараз павільйон № 13

перебуває у занедбаному стані: ремонту потребують і підземна, і наземна його частини, на який, за прогнозами фахівців, піде 3–4 місяці й близько 20 тис. доларів. Тому головний челендж сьогодні – знайти фінансування. У майбутньому організатори резиденції планують співпрацювати з представниками ІТ-сфери, створюючи проекти на стику мистецтва й технологій [11].

«Ми відкриваємо двері всім організаторам яскравих і якісних подій. Комплекс має ожити, вийти з анабіозу і перестати бути зоною відчуження... Ми шукаємо кураторів різних напрямків: від освіти до спорту, від сучасного мистецтва до ІТ», – зазначив журналіст, засновник сайту Platfor.ma, один із учасників нової команди Олександр Акіменко [9].

Для того, щоб прискорити цей процес і зробити його справді якісним та дієвим, у серпні 2017 р. було оголошено відкритий конкурс Національного комплексу «Експоцентр України» (ВДНГ) на реалізацію проекту нового виставкового центру. Переможця було оголошено 18 вересня того ж року, ним стало ТОВ «ЕкспоПлаза».

Є. Мушкін зазначив, що цей конкурс – один із найважливіших бізнес-кейсів для розвитку ВДНГ, дуже потужний проект: «Ми вимагали підтвердження досвіду та фінансової спроможності від конкурсантів, щоб мати впевненість у тому, що проект буде не тільки розпочато, але й завершено, причому зроблено професійно, якісно, екологічно – це для нас дуже важливо. І коли надійшла перша якісна заявка, я вже зітхнув з полегшенням. Від реалізації цього проекту ВДНГ буде отримувати дохід, який вирішить більшість актуальних проблемних завдань із благоустрою території ВДНГ».

Загальна сума інвестицій передусім нового виставкового центру, що планується до реалізації вже до кінця 2018 року, складе 10,7 млн доларів.

Юрій Нікітін, заступник голови Фонду державного майна, зауважує: «Статус національного вимагає від керівництва ВДНГ відповідального ставлення до захисту державного майна. Сильна пропозиція „ЕкспоПлаза” співзвучна з цінностями, заявленими командою НК „Експоцентр України”. Це дасть змогу створити новий комплекс з міжнародними стандартами, зі зручним функціоналом, оновити інженерні комунікації, а частково й транспортні мережі. Поряд розвиваються житлові масиви, й завдання ВДНГ як частини Голосіївського району – створити умови для цікавого дозвілля, розвитку та відпочинку мешканців».

Наступним кроком стане підписання договору про спільну діяльність між Національним комплексом «Експоцентр України» і ТОВ «ЕкспоПлаза». Інвестиційний проект реалізується за моделлю партнерства державного та приватного підприємств, яка ще мало апробована в країні, але перспективна.

Влада України, зокрема в особі керівництва апарату Президента, готова повністю підтримати цей важливий для всіх проект. А Данило Білак, директор Офісу залучення інвестицій при КМУ, вважає, що реалізація цього проекту створить прецедент для наступних: «Це, на мою думку, – головний результат. Перший великий інвестор та його успішний кейс зробить привабливою для державно-приватного партнерства всю територію ВДНГ і не тільки» [12].

Економічні відносини «державно-приватне партнерство» передбачають, що інвестор вкладає у проект свої гроші та/або інші активи, а державне підприємство вкладає своє право на освоєння території. Інвестор також отримує право на управління новоствореним об'єктом на довгий термін на взаємовигідних для себе та державного підприємства умовах. Після договірного терміну проекту інвестор може додатково домовитися з держпідприємством подовжити договір про спільну діяльність або віддати проект у державне управління.

Така модель у міжнародній практиці називається «build-operate-transfer», «будуй-керуй-передай». «Із такими сумами необхідних інвестицій серйозності набуває питання захисту інтересів інвесторів, – каже директор ВДНГ Є. Мушкін. – Такий захист забезпечуватиметься зокрема договорами про спільну діяльність із заздалегідь погодженими умовами державно-приватного співробітництва. Ми готові захищати кожного підприємця, який працюватиме з нами. Успішність уже втілених на ВДНГ бізнес-проектів, а також публічність нашої роботи цьому всіляко сприятимуть».

Увесь отриманий від діяльності ВДНГ чистий прибуток направлятиметься виключно на розвиток ВДНГ: інфраструктуру, ремонти, благоустрій території, догляд за лісопарковою зоною.

У ВДНГ заявляють, що не бояться планувати надовго, а загальний підхід до розвитку території називають «антикрихкістю» – коли система, створена коштом окремих бізнес-кейсів, стає тільки сильнішою від непередбачуваних несподіванок майбутнього [13; 14].

Якщо зважити на те, що з 2005 р. Експоцентр постійно був збитковим, а у 2015 р. вперше за багато років вийшов на прибуток, заробивши 965 тис. грн, можна вважати, що в Україні настає щось схоже на культурний Ренесанс. Що вже сьогодні в нас є ефективні менеджери, які здатні освоювати великі бюджети та бути достатньо переконливими для спонсорів і меценатів, які дотують культуру. Що українська нова культура стає привабливою для бізнесу й некомерційних західних фондів, а все це служить міцною основою для розвитку культурної екосистеми. Крім того, такі культурні організації та проекти створюють робочі місця, є динаміка зростання у кадровій сфері. У компаніях, які ведуть свою діяльність щонайменше десятиліття, спостерігається збільшення штату [1].

Так, із липня 2015 до травня 2016 р. оборот підприємства становив 33 млн грн, а це – зростання на 79% у порівнянні з таким самим періодом минулого року. Нова команда залучила під проекти в центрі 100 млн грн інвестицій, під нові проекти було створено 500 робочих місць, зарплати співробітників у середньому зросли на 40%. Проекти на кшталт «Зимової країни» та «Вартових мрій» зібрали десятки та сотні тисяч відвідувачів. За цей період підприємство заплатило державі 9 млн податків – це більше, ніж платежі від будь-якого комунального парку міста. Весь прибуток команда реінвестує у розвиток нових зон, ремонт павільйонів, ведуться переговори з інвесторами щодо нових проектів [15].

Також поряд із комплексом виріс попит на квартири, станція метро почала приймати більше пасажирів. Адже ВДНГ із власною інфраструктурою, величезною парковою територією, воротами до лісу та тисячами відвідувачів став невід'ємною частиною столиці. За кожною зміною, що відбувається на цій території, спостерігають не лише мешканці району, а й усе населення Києва. Тому ВДНГ не може існувати без логічної інтеграції в розвиток міста.

Ірина Соловей, президент громадської організації Garage Gang, співзасновниця платформи соціальних інновацій «Велика ідея», вважає, що різноманіття культурного життя є важливим критерієм для оцінки якості життя містянами. Вища якість дає відчуття впевненості в собі та в оточенні. А це дозволяє робити більш ризиковані рішення, наважуватись на рух в напрямку нового і вільніше самовиражатись. Кожна людина шукає шляхи для вивільнення власного потенціалу. Самореалізація значно легше відбувається у людей, які знаходяться в умовах інтенсивного обміну ідеями, доброзичливої реакції на свої дії, структурованої і доступної інформації про те як можна мобілізувати необхідні ресурси, як залучити важливі таланти

Враховуючи це, команда ВДНГ намагається створити нову фінансову модель, привабити нову вимогливу аудиторію, не відштовхуючи постійних відвідувачів парку, змінюючи формат заходів, стаючи більш гнучкими, адже всі заходи так чи інакше формують репутацію місця й міста загалом [10].

Саме з метою зміни фінансової моделі ВДНГ у 2016 р. було розпочато розробку концепції розвитку комплексу на 40 років. Ключовим і першорядним (передусім, у плані часової перспективи) завданням, визначеним концепцією, стало створення на території ВДНГ нової виставкової зони (кластера). Роботу над концепцією було ініційовано за участі компаній CIVITTA – міжнародної групи в сфері управлінського консалтингу в країнах Центральної та Східної Європи та PUPA (Public Urbanism Personal Architecture) – міжнародної групи урбаністів, що спеціалізуються на управлінському та урбаністичному консалтингу.

Згідно з концепцією, розвиток виставкової зони планується здійснити вже найближчим часом, у 2018-2021 роках. «Наше завдання – зробити так, щобВДНГ жила цілий рік, а не тільки влітку й у вихідні. Тут повинна бути синергія і один вид бізнесу повинен підкріплювати інший», – пояснює Кирило Криволап, асоційований партнер міжнародної компанії CIVITTA.

На презентації Концепції Є. Мушкін зазначив, що інвестиції для втілення концепції розвиткуВДНГ на 40 років складуть від 170 до 350 мільйонів євро, і розповів, як збирається ревіталізувати та розвинути територію 286 га. Він визначив кілька кластерів: конференц-експозиційний та арт (центральна історична зона), освітній та інноваційний (північна зона), виставковий та діловий (південна зона), ландшафтний та еко-рекреаційний (зона центрального входу), спортивний та лісопарк.

Крім того, планується створення великого конференц-простору та будівництво готелю поряд із павільйоном. Всі ці умови повинні допомогти Експоцентру не тільки повернутися на ринок виставкової діяльності, а й вийти на новий, міжнародний рівень.

«Ваша держава цікава для зарубіжних країн, оскільки вона швидко змінюється, це динамічне суспільство з багатьма викликами. А також тому, що впродовж тривалого часу Україна була поза європейськими радарми, і здається, що зараз європейці вивчають Україну, якою ж вона є насправді. Це заворожує, – вважає Рагнал Сііл – експерт культурної політики та розвитку креативних індустрій, експерт програми ЄС, спрямованої на розвиток східного партнерства в сфері культури й креативності. Він зазначає, що культура – це не статична річ. Оскільки люди мають потребу в повітрі, щоб жити, культура так само потребує «повітря». Для неї «повітрям» є взаємодія з зовнішнім світом – різні люди, різний досвід, різні культури, різні традиції. Ми вчимося у інших, ми отримуємо натхнення й хороші ідеї, разом наш голос і вплив можуть бути сильнішими. Але це, безумовно, не вулиця з одностороннім рухом – інші можуть навчитися багато чому в Україні, так само, як Україна – в інших».

28 липня 2017 р. генеральний директор Національного комплексу «Експоцентр України» зібрав експертів для обговорення відродження основної історичної та стратегічної функції Експоцентру – виставкової. «Виставкова діяльність – це сама ДНК Експоцентру, саме для цього він створювався, – зазначив він. – Наше завдання – підняти питання публічно й вирішити, чи потрібно повертатиВДНГ виставкову функцію, яка полягає не лише в демонстрації товару, – це й спілкування, зустрічі, проведення переговорів, презентацій та багато інших заходів». Для цього столиці потрібен багатофункціональний павільйон. «Більш того, можна побудувати павільйон із новаторським, сучасним архітектурним рішенням, нехай це буде навіть незвичайний будинок, який приваблюватиме відвідувачів звідусіль вже одним

своїм виглядом», – вважає керівник архітектурно-проектної групи Анна Кирич [16; 17].

Саме про це говорив і архітектор Фернандо Ромеро, який вперше виступив в Україні на зустрічі в форматі Urban Talks 29 серпня 2017 р. на території Національного комплексу «Експоцентр України». Він розповів про декілька нещодавніх проектів, досвід із реалізації яких зараз дуже доречний для України. Ці проекти були не лише інноваційними з точки зору архітектури – їх реалізація вплинула на розвиток міст та цілої країни.

Наприклад, музей Сумайя в Мексиці став найбільш відвідуваним приватним музеєм у світі. В цьому проекті було запроваджено інновації через архітектуру, яка може транслювати контекст місця і часу. Інший проект – будівництво нового аеропорту в Мехіко. «Особливість архітектури тут полягає в тому, що ми хотіли не просто побудувати традиційний аеропорт, а й врахувати історичні аспекти нашої країни, використати звичні для нашої культури піраміди та колони. Ми створили споруду, яка би передавала монументальність архітектури попередніх століть, і при цьому відповідає останнім трендам та концепції сталого розвитку, – каже Фернандо Ромеро. Й додає: – Якщо я введу у пошуку Google „Україна”, то пошук мені покаже багато гарних зображень історичних споруд та культурних пам’яток минулого» [18].

Іноземний підхід є цікавим для України ще й тому, що багато країн уже накопичили певний досвід урбаністичних перетворень, в яких культурні практики зіграли неабияку роль. Міжнародний діалог найперше дозволяє визначити важливе для всіх сторін поле, в якому можна плідно взаємодіяти. Світ постійно змінюється, пріоритети зміщуються, і тому важливо підтримувати регулярність такого діалогу, щоб посилювати усвідомлення, що ми тісно взаємопов'язані. Міжнародні проекти є цікавими всім сторонам, якщо відбувається обмін цінностями. Кожен міжнародний проект дає імпульс, який, коли вже сприйнятий і усвідомлений, дозволяє долати звичні сценарії, і створювати нові [16].

Є. Мушкін впевнений, що досвід розвитку міст та локацій в Мексиці, про який розповів Фернандо Ромеро, зможе застосувати в розвитку ВДНГ: «Адже ми прагнемо стати прикладом найкращого варіанту України. І головне, з чого нам потрібно почати зміни, – це наші цінності, адже вони лежать в основі будь-якого розвитку та трансформації» [18].

Саме на збереженні цінностей, історичній та візуальній автентичності комплексу, доповненими новим баченням, зосередилися розробники й креативники з Vanda Agency, створюючи логотип і власний новий фірмовий стиль простору ВДНГ, що стало маркетинговим проривом у діяльності комплексу.

«Перше, що бачить людина, коли потрапляє на ВДНГ, – це головний павільйон із колонами. Тому саме його ми взяли за основу нового знаку. Ми любимо колони, вони одразу впадають в око. В них є щось вражаюче та сильне. Ніде в Києві нема стільки колон, як на ВДНГ», – розповідають автори ідеї. Окрім логотипа, дизайнери розробили систему знаків, кожен з яких відповідає за певні зони комплексу. Вони для того, щоб гостям було легше знайти все потрібне. Відтепер парк матиме назву ВДНГ, але це назва, а не аббревіатура, й не перекладатиметься російською як ВДНХ. За словами экс-керівника ВДНГ М. Яковера, робота над новим брендом тривала 9 місяців: «Якби центр повністю перебудовувався, можна було б шукати йому повністю нову назву. Але ВДНГ – це комплекс із історією, тому ми вирішили залишити стару назву, сповнивши її новим змістом» [19].

Як пояснив Павло Клубнікін, креативний директор Banda Agency, задуманий, що «аббревіатура ВДНГ – це тепер щось на кшталт набору відомих чотирьох букв, з яких, примудрившись, теоретично можна скласти слово „щастя”. Те саме й з плашками, до яких у логотипі спростився образ колонади центрального павільйону виставкового центру».

Такі пояснення нового бренду позитивно сприйняли не всі. Один маленький логотип збурило мережу – почали з’являтися коментарі нерозуміння в соціальних мережах, «фотожаби». В Banda Agency пояснили це так: «Для того, щоб зробити ВДНГ улюбленим місцем, ми працюємо над тим, щоб простір комплексу був виразним, таким чином створюючи й доповнюючи неповторну атмосферу ВДНГ».

Юрій Рибачук, експерт групи «Культура 2025», вважає, що саме це й спричинило ажіотаж, бо «підкреслення неповторної атмосфери» виставкового комплексу насправді звелось до повернення радянської назви. «У брендингових матеріалах, розроблених для „Експоцентру України”, дизайнери сором’язливо уникають поєднання плашок із зображеннями павільйонів. Ці плашки добре „працюють” на сувенірній продукції, афішах, але на тлі сталінського ампіру лаконічний „креатив” виглядає просто німчим. І хоч як би креативники не крутили реальність перед очима target people (цільової аудиторії), аббревіатура ВДНГ асоціюється лише із совковою показухою, – впевнений Ю. Рибачук. – Логічно запитати – навіщо витягувати цей „совок”, реанімувати моду на радянську ностальгію? Навіщо, зрештою, створювати довкола державного підприємства непотрібне інформаційне збурення? Та ще й на тлі гострих дискусій та конфліктів, яких вистачає в рамках процесу декомунізації?».

Також у своїй статті «Як скласти з чотирьох букв ВДНГ слово „щастя” він пише, що створення нового бренду для виставкового центру мало б передбачати переосмислення функцій місця, де ще й досі пахне радянським духом. Тут ідеться саме про осмислення (наприклад, мистецької вартості таких

символів, функцій публічного простору, де вони перебували або перебуватимуть після демонтажу) і творення нових смислів (наприклад, назв населених пунктів). Ю. Рибачук переконаний: «Саме цього завжди бракує на рівні прийняття і державних, і творчих рішень, які впливають на публічний простір, поводження з об'єктами суспільної пам'яті [20].

На противагу такій позиції, є думка експертів одного з найбільших фестивалів дизайну в світі Red Dot Award, які зовсім по-іншому оцінили брендинг ВДНГ, присудивши йому головну нагороду в номінації Communication design. Упродовж кількох днів 24 експерти оцінювали більше, ніж 8000 креативних робіт від агентств, дизайнерів та компаній з 50 країн світу. Престижну нагороду отримали ті учасники, які зуміли підкорити членів журі якісним дизайном та високим рівнем креативності. Фахівці, які присуджували премії, зазначили: «Брендинг ВДНГ побудовано на унікальному та характерному атрибуті комплексу – колоні, яка трансформується в лаконічну плашку та дозволяє говорити неповторною та яскравою візуальною мовою. Фірмова плашка тільки з першого погляду здається невігядливою та простою. Насправді, її лаконічність дозволяє використовувати її будь-яким чином та для будь-яких цілей, не обмежуючи уяву. Церемонія нагородження Red Dot Award 2017 відбулася 27 жовтня у Konzerthaus у Берліні (Німеччина) [21].

Така відзнака є досить вагомою, адже акумулює ставлення світової спільноти до тих змін, що відбуваються в Україні, й передбачає позитивне сприйняття «нового обличчя» Експоцентру, що, своєю чергою, згуртує місцевих мешканців та привабить туристів.

Що ж до «радянського духу» – зірок, серпів та молотів, які можна зустріти чи не на кожному фасаді павільйонів – то ще в 2016 р. Міністерство культури України постановило, що символіка демонтажу не підлягає, а всі споруди Експоцентру є історичною цінністю.

На це є кілька причин. По-перше, кожна будівля виставки – це пам'ятка архітектури, й адміністрація не може самовільно прибирати символіку, навіть відреставрувати будівлю за власною ініціативою. По-друге, без радянської символіки будівлі ВДНГ можуть втратити інтерес іноземної публіки, яка приїжджає подивитися власне на раритетну «радянську романтику» [22; 23].

Тут цікавою є позиція британця Білла Макалістера, який свого часу вивчав психологію, знімав кіно, працював із альтернативним театром, створював культурні центри у закинутих будівлях і очолював лондонський Інститут сучасного мистецтва, а в рамках програми ЄС «Східного партнерства» – «Культура і креативність» – став помічником нової команди ВДНГ із метою перетворити Експоцентр в арт-кластер. «Я б зберіг ці символи. Утім, якби я був українцем, можливо, я б сказав, що не можу дивитись на них. Знаєте парк «Грутас» у Литві? Тема збереження радянського була дуже суперечливою для

цієї країни, багато хто не хотів цього робити. Але потім один бізнесмен власним коштом створив цей парк – а це не зовсім те саме, як би це була ідея держави. Але, зрештою, люди навчилися ставитися з повагою до цього спадку. Команда ВДНГ хоче зробити щось сучасне, інноваційне, але не думаю, що радянська символіка цьому завадить. Ви просто матимете гарне розуміння того, як минуле може поєднуватися з майбутнім» [24].

Справді, культура, що капсулюється в собі, дуже скоро зациклюється, згодом починає згасати, опиняється в ізоляції від рушійних трендів і виснажує власні джерела для існування. Тому більш важливо розуміти, як виходити на культурний діалог, як розпізнавати власну світоглядну позицію й формувати креативну пропозицію, цікаву для інших міст чи країн [16].

Микола Скиба, директор «Агенції культурних стратегій», вважає, що культурні події, змінюють контекст, дають змогу маніфестувати спільноти. Коли, наприклад, велосипедисти проводять перегони або щось інше, вони маніфестують себе, означають у просторі, заявляють своє право на вплив на те, як розвиватиметься місто – а інші містяни можуть усвідомлювати своє місто як велосипедне. Або коли у Львові проводиться DeCoDed (фестиваль інформаційних технологій та комп'ютерного мистецтва, що на 3 дні збирає в одній локації людей, які живуть технологіями), то це змінює контекст Львова як повільного міста кав'ярень, літераторів і читачів. А коли в Дніпрі відбувається фестиваль «Конструкція», то це змінює контекст мегаполіса, в якому монополію на місто та його активності нібито мають лише великі фінансово-промислові групи. Діалог критично важливий у цьому процесі. Потрібно більше міждисциплінарних проєктів. Іноземним партнерам може бути цікавою енергія і «конструктивне хуліганство» українських активістів, їх здатність «хакнути» певну проблему.

Економіка будь-якого міста дуже чутлива до широти культурних пропозицій, і це відмовляється помічати тільки той, кому складно усвідомлювати, що успішний бізнес будується завдяки талантам. Таланти формуються на перетині культури, освіти й науки, тому дуже важливо, щоб всі ці сфери міста отримали належну увагу.

За ВДНГ зараз уважно стежать, багато коментують. Чимало відгуків про діяльність виставкового центру можна знайти на сторінці у Facebook, відкрито гарячу лінію для пропозицій, call-центр, які працюють з усією аудиторією ВДНГ. Керівництво Експоцентру аналізує будь-які усні переговори про співпрацю, з кожного звернення намагаючись отримати максимум інформації для покращення діяльності.

Такий діалог, відкритість, повага й комунікація здатні вирішити чимало проблем, окреслити чіткіше можливості й обмеження, розширити горизонти й створити нове бачення тої чи іншої діяльності.

За два роки тим, хто очолював і очолює Експоцентр зараз, вдалося вивести збиткове підприємство в прибуток, збільшити оборот у 2,5 разів, зберегти територію комплексу від десятків судових позовів, а також провести безліч різних подій. За даними соціологічної служби КМІС, у 2016 р. ВДНГ хоча б раз відвідав кожен третій киянин.

Розвиток культурних ініціатив і їх вплив на місто є однією з ознак дорослішання сфери, де перетинаються культура й креативність, інновації, проектний менеджмент та економіка. До того ж, сьогодні саме культурні проекти стають найбільш динамічною запорукою апгрейду міста. Тому уже зараз можемо говорити про існуючі культурні проекти як ті, що стоять на початку вибудовування стійкої екосистеми сучасного міста.

ВДНГ поставив перед собою ціль вплинути на зростання рівня культурного капіталу всієї країни. Новий менеджмент Експоцентру показав, які соціальні установки є важливими для процвітання суспільства, і на які з них здатне вплинути ВДНГ через приклади їхнього втілення.

На сьогодні Національний комплекс «Експоцентр України» (ВДНГ) є культурно-інноваційним центром. Підприємство будує систему взаємопов'язаних громадських просторів, об'єктів сучасної освіти та мистецтва, виставкові потужності, є прикладом найкращих інноваційних технологій, забезпечує умови для навчання, роботи та дозвілля, сприяє сталому підвищенню рівня культурного капіталу нації. І, за словами теперішнього очільника, може стати моделлю кращого майбутнього України [1; 13; 8].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Котвіцька К. Математика культури: як різні проекти впливають на життя міста і чому це важливо [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://reinvent.platfor.ma/matematika-kulturi/>; Новий бренд ВДНГ <http://www.adme.ua/firmennyj-stil/novij-brend-vdng-banda-128761/>
2. Новий бренд ВДНГ [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.adme.ua/firmennyj-stil/novij-brend-vdng-banda-128761>
3. На ВДНГ з'явилася скульптура, що реагує на дотики [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://cultprostir.ua/uk/news-single/na-vdng-zyavilasya-skulptura-scho-reaguye-na-dotiki>
4. Столичний ВДНГ хочуть перетворити на ІТ-кластер і центр культури [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://kiev.pravda.com.ua/news/5584103ac26fa>
5. Горчинська О. Куди йдуть люди, що вдихнули нове життя у ВДНГ [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/publications/kudi-jdut-ljudi-vdohnuvshie-nove-zhittja-v-vdng-880560.html>

6. М. Бахматов, М. Яковер. – Інтерв'ю. Перемогти «совок» і заробити на ідеях: головні досягнення нової команди ВДНГ [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://ukr.segodnya.ua/ukraine/vdng-789715.html>;
7. Матросова М. Парк бізнесу і відпочинку. Якою буде київська ВДНГ через 40 років [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/ukraine/events/park-biznesu-i-vidpochinku-jakoju-bude-kijivska-vdng-cherez-40-rokiv-1516642.html>
8. Марченко Юрий. Руководители ВДНГ покинули проект из-за паршивого законодательства [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: http://news.platfor.ma/maksimy-ushli/?_ga=1.91683165.-697470007.1484120707
9. Демченко І. Досвід перетворень. Острови креативності змінюють Європу [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/31/210295/>
10. Сафина О. Ивент-маркетинг. Опыт ВДНГ [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://cases.media/column/-599d6b7c27cc5cfd1f6a2535>
11. У шахті на ВДНГ відкриють арт-резиденцію [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://cultprostir.ua/uk/news-single/u-shakhti-na-vdng-vidkriyut-art-rezidenciyu>
12. Переможцем конкурсу на відновлення виставкової функції ВДНГ стала «ЕкспоПлаза» – інформація [Електронний ресурс] – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.exrocen.com.ua/ua/news/newslst/3971/>
13. Концепція розвитку на 40 років [Електронний ресурс] – Текст. дані. – Режим доступу: http://www.exrocen.com.ua/ua/about_vdng/letsfuture/
14. Марченко Ю. У розвиток ВДНГ вкладуть до 350 млн євро, щоб створити потужний комплекс майбутнього [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://news.platfor.ma/vdng-future/>
15. Матусьяк С. У ВДНГ – новий європейський стиль рекламної кампанії [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://www.autocentre.ua/ua/news/sobytie/u-vdnh-novuj-evropejskij-stil-reklamnoj-kampanii-300345.html>
16. Котвіцька К. «Зухвалі мрії можуть стати успішним проектом»: лідери змін про значення креативу [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://platfor.ma/magazine/text-sq/re-invent/kultura-maye/>
17. Кушнир Н. Нужно ли возвращать ВДНГ выставочную функцию? [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://abcnews.com.ua/ru/education/nuzhno-li-vozvrashchat-vdng-vystavochnuu-funktsiiu>

18. Архітектура як ідентичність країни та міста у системі майбутнього [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://www.fiacsi-ukraine.news/single-post/2017/09/03/fernando-romero-post-release>

19. Оновлення історії: що означає новий логотип і бренд ВДНГ. – Інформація [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/06/30/214482/>

20. Юрій Рибачук, експерт групи "Культура 2025" Як скласти з чотирьох букв ВДНГ слово «щастя» [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/columns/2016/07/5/214755/>

21. Брендинг [Електронний ресурс] – Текст. дані. – Режим доступу: <https://vimeo.com/172688825>; <http://banda.agency/vdnh>

22. Артеменко О. Виставка майбутнього: яким стане ВДНГ до 2057 року [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: https://www.expo.org.ua/ua/exhibition_news.php?id=57920

23. Турлік'ян Т. «Привиди» минулої епохи: такого ВДНГ ви ще не бачили [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://styler.rbc.ua/ukr/dosug/shahta-drugie-prizraki-ushedshey-epohi-fotoreportazh-1459252102.-html>

24. Олійник Є. «Серпи і молоти не завадять модернізації ВДНГ» – британський експерт [Електронний ресурс] – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/27235979.html>

Матеріал підготувала

М. Б. Лелик

голов. бібліограф відділу НАУІ
наукового аналізу
та узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування ***І. Г. Піленко***

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 0,97. Б/т. Зам. 137. Безплатно

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278-85-12