

УДК 711.27.6 doi: 10.31650/2519-4208-2019-19-271-279

РАЗЛИЧИЕ ДЕФИНИЦИЙ «МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО» И «ОБЩЕСТВЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО» В ПРАКТИКЕ ГОРОДСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Запотоchnый Е. Н., кафедра архитектуры зданий и сооружений
Одесская государственная академия строительства и архитектуры

Аннотация. Статья рассказывает о некоторых причинах деградации публичной среды города.

Первый класс причин естественный – это эволюция города. Жизнь не стоит на месте и это влияет на состояние городской среды и непредсказуемо трансформирует его пространство.

Второй класс причин искусственный. Из-за несовершенства системы городского планирования, под влиянием интересов коммерческих пользователей городской среды как бы «не замечаются» различия, и происходит подмена функции публичного пространства города его коммерческой эксплуатацией. Зона, захваченная у общественного пространства коммерцией, часто именуется многофункциональным пространством или торгово-развлекательным комплексом. Тем самым затушевывается факт ограничения общественной функции, потому что предполагается, что торгово-развлекательный комплекс это и есть общественное пространство.

В некоторых случаях деградация проявляется как энтропия городской структуры, когда целые районы города не имеют полноценных общественных пространств, так как не образуется критическая масса устойчивых событий, которые могут стать смысловым ядром публичной среды.

Изложение построено как ряд комментариев к различным публикациям по тематике и включает несколько примеров вмешательства в публичную среду города Одессы.

В завершающей части статьи приведены выводы, которые являются отправными пунктами программы дальнейших исследований.

Ключевые слова: многофункциональное пространство, общественное пространство, наследование, общедоступные пространства массового посещения, городское планирование.

РІЗНИЦЯ ДЕФІНІЦІЙ «БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПРОСТІР» ТА «ГРОМАДСЬКИЙ ПРОСТІР» В ПРАКТИЦІ МІСЬКОГО ПЛАНУВАННЯ

Запотоchnый Є. М., кафедра архітектури будівель та споруд
Одеська державна академія будівництва і архітектури
Тел.: +38 (067) 7761412

Анотація. Стаття розповідає про деякі причини деградації суспільного середовища міста.

Перший клас причин природний – це еволюція міста. Життя не стоїть на місці і це впливає на стан міського середовища, непередбачувано трансформує його простір.

Другий клас причин штучний. Через недосконалість системи міського планування, під впливом інтересів комерційних користувачів міського середовища, немов «не помічаються» відмінності, і відбувається підміна функції публічного простору міста комерційною експлуатацією. Зона, захоплена у громадського простору комерцією, зазвичай іменується багатофункціональним простором або торгово-розважальним комплексом. Тим самим затушовується факт обмеження суспільної функції, тому що меться на увазі, що торгово-розважальний комплекс це і є суспільний простір.

У деяких випадках деградація проявляється як ентропія міської структури, коли цілі райони міста не мають повноцінних громадських просторів, тому що не утворюється критична маса стійких подій, які можуть стати смисловим ядром суспільного середовища.

Виклад побудований як ряд коментарів до різних публікацій з тематики і включає кілька прикладів втручання в публічне середовище міста Одеси.

У завершальній частині статті наведені висновки, які є відправними пунктами програми подальших досліджень.

Ключові слова: багатофункціональний простір, суспільний простір, успадкування, загальнодоступний простір масового відвідування, міське планування.

THE DISTINCTION BETWEEN THE DEFINITIONS OF "MULTI-PURPOSE SPACE" AND "PUBLIC SPACE" IN THE PRACTICE OF URBAN PLANNING.

Zapotochny Evhen

Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

Annotation. In modern cities of Ukraine, due to the lack of an effective urban planning system, a serious imbalance occurs. It manifests itself in poor coordination of various ways of using space. This imbalance threatens the integrity and sustainability of the entire urban system, worsens the urban environment and, in particular, worsens the quality of the public spaces of the city.

The article is devoted to the problem of public spaces of the city and talks about some of the causes of the degradation of public places in the city due to the functional spatial imbalance in the urban structure. The first class of causes is natural - this is the evolution of the city, and the second class of causes is artificial - the imperfection of the urban planning system, which, under the influence of commercial interests of investors, often does not notice the differences between the public space of the city and the multifunctional space.

This imbalance is captured in public space and in the urban structure, and in some cases is manifested in the ousting of public functions from places of general access by commercial activities. As a result, the lively urban spaces that are popular public areas of the city are transformed into market zones. Then gradual extrusion and deformation of the function of the social environment takes place. Public space loses important properties - openness, accessibility, diversity, pace of life, identity, uniqueness and belonging to all. Popular lively areas in the city turn into shopping areas, and the narrow role of buyers and consumers is imposed on visitors to these places. Only scenarios are offered that are provided by the marketing of commercial enterprises that exploit the space.

Architectural practice, dependent on the orders of commercial entrepreneurs, is involved in this degradation process. He creates projects for the commercial use of urban space. As a result, the quality of the public environment is replaced. One of the reasons for this is that in modern architectural practice, the functions of the public area and the commercial area are hardly distinguishable. Very often, by default, it is considered that shopping centers, supermarkets and markets are also full-fledged public places. And thus justifies the restriction of the freedom of visitors in public places. They must follow the scenario of the buyer.

The article draws attention to the fact that forms of everyday consumer behavior are particularly intensively produced from the so-called multifunctional commercial zones. They are increasingly expanding into everyday life. But the liveliness associated with trade is too superficial. Other dominants should be present in public places. These are dominants symbolizing the history and culture of the city, it's a heritage.

The author talks about the essence of the public space.

A balance must be maintained between commercial and free public space zones. Maintaining this balance makes the urban environment more attractive and sustainable. Architects

and city planners must clearly distinguish what a commercial zone is and what a public zone is and take this into account in its practice. They must feel this balance. Otherwise, the most attractive places of the city will be completely absorbed by trade. We can observe such facts in the city public centers of Ukraine now anywhere.

The article concludes with conclusions and questions. These questions form a program the research of the problems of public spaces organization, not only for business, but also for urban values in whole.

Keywords: multifunctional space, public space, inheritance, publicly accessible spaces, city planning.

Постановка проблемы. Связь между теорией и практикой не всегда очевидна. Но неоспоримым фактом является то, что, как и любая практическая деятельность, городское планирование не может осуществляться без идеального объекта. Он должен быть представлен в теории, в моделях, принципах и алгоритмах их использования. От этого объекта производны знания, методы, термины и определения, и от него зависят результаты практической деятельности, в которой используется этот объект.

Задача деятельности городского планирования – разрабатывать функционально-пространственные решения, обеспечивающие устойчивость городской системы в целом в процессе её эволюционных превращений и искусственно-технических преобразований. В современных городах Украины, вследствие отсутствия эффективной системы городского планирования, возникает серьезный дисбаланс. Он проявляется в плохой координации различных способов использования пространства. Этот дисбаланс грозит целостности и устойчивости всей городской системы, ухудшает городскую среду и, в частности, ухудшает качества общественных пространств города.

Часто в интересах коммерческой эксплуатации городского пространства происходит подмена понятия «общественное пространство» на «многофункциональное пространство». За последние десятилетия в жизни городов Украины появились новые действующие факторы. Вследствие восстановления института частной собственности началось бурное развитие коммерческого сектора экономики. В результате прежние директивные методы городского планирования стали малоэффективными.

В современной ситуации ответственность за состояние города и его устойчивое развитие лежит уже не только на «руководстве», но и на коллективном субъекте, сформированном лидерами общественных движений, группами населения, хозяйствующими субъектами, коммерческими структурами, муниципальной властью. Все они должны быть вовлечены в «городское планирование» в интересах сохранения целостности городской среды.

Цель статьи. Упорядочить некоторые теоретические представления, употребляемые в деятельности городского планирования и касающиеся применения понятий, которые определяют функционально-пространственные свойства города.

Задача статьи. Акцентировать внимание на различии понятий «Многофункциональное пространство» и «общественное пространство» и показать последствия игнорирования этих различий в практике городского планирования.

Анализ последних исследований и публикаций. В последнее время уделяется много внимания проблематике публичных пространств. Учитывая большую социальную значимость проблемы, злободневные журналистские публикации имеют не меньшее значение для анализа проблемы публичных пространств города, чем научные тексты. В ряде публикаций последних лет отмечается угроза потери публичными пространствами города своих объединяющих функций. Одной из причин (а, может быть, следствий) этого является вытеснение коммерческими практиками практик общественной жизни.

В ситуации, описываемой в статье [1], когда «...развитие происходит с помощью «накопления через выселение», то есть попросту отъема земли и общественного

пространства у горожан и передачи в частные руки того, что было когда-то общим», становится более ясной причина отождествления общественного и коммерческого пространства, часто называемого многофункциональным.

Как отмечается в книге [2]: «Частные инвестиции хоть и способны отчасти оптимизировать город, но не способны предложить общественные ценности и символы, выходящие за пределы частных интересов». Опыт последних лет вынуждает нас согласиться с данным суждением.

Автор другой статьи пишет: «Термин «коммерциализация пространства» введен для обозначения процесса производства мест, позволяющих быстро реализовать свои потребности в не высокоинтеллектуальных развлечениях, таких как шопинг, фастфуд, кино, боулинг, аттракционы, игровые автоматы. Многочисленные торгово-развлекательные центры являются концентрированной симуляцией городской жизни, или, как выразился Жан Бодрийар, «имитацией того, что никогда не существовало» [3, с.62].

Одним из путей теоретически обоснованного противопоставления тенденции тотальной «маркетизации» городского пространства может послужить концепция коммунитаризма. В одной из книг по данной тематике [4] отмечается, что индивиды НАСЛЕДУЮТ конкретное пространство, и если их лишить такой возможности, они потеряют идентичность, а значит и себя.

В статье Криворучко О.Ю.[5] отмечается, что общественный центр как элемент публичного пространства должен быть саморегулирующимся, самодостаточным и жизнеспособным.

Еще одним указанием на значимость для города фактора публичности является следующая цитата: « С собраний на площади город начался. Поэтому для урбаниста принципиальная вещь — наличие свободного пространства, где люди могут ходить пешком и собираться вместе. Это первое и обязательное условие для реализации базового концепта современной урбанистики — так называемого «livable city» [6].

В книге Х. Арендт [7] указывается, что публичность это организованная коммуникация. В процессе коммуникации передаются и складываются индивидуальные предпочтения, точки зрения, *вне частного интереса* вовлеченных в неё индивидов.

Критикуя слишком упрощенный и прямолинейный подход к созданию публичных пространств, автор еще одной статьи [8] пишет: «Это (имеется в виду публичное пространство – Е.З.) результат развития городского сообщества как субъекта принятия решений. А у нас общественные пространства сегодня проектируются, как инструмент формирования сообщества. Видимо, в предположении, что в городской среде европейского качества у нас заведется и городское сообщество. Это ничем не отличается от подхода, в котором проектировались соц. города в 30-е годы».

Изложение основного материала исследования. В нынешней отечественной практике городского планирования понятие «многофункциональное пространство» часто отождествляется с общественным (публичным) пространством. Вследствие этого места массового скопления людей, например, торгово-развлекательные комплексы, по умолчанию считаются общественными.

Адепты коммерческого развития общественных пространств поддерживают идею, что торговля вызывает оживленность и повышает плотность присутствия людей. Следовательно, по их логике, она делает пространство более насыщенным и полноценным, придает ему характер публичности. В какой-то степени это действительно так, но лишь на первый взгляд. При более внимательном исследовании обнаруживается деформация общественной среды, ограничение бесплатного доступа, дискомфорт для посетителей, не вовлеченных в шопинг или посещение заведений с платными услугами.

Мы наблюдаем на практике, что инвесторы и застройщики, заинтересованные в прибыли, идут по наиболее простому пути экспансии публичных мест и эксплуатируют

общее достояние как торговую площадь, «не замечая» и не компенсируя урон, нанесенный публичной среде в результате коммерциализации публичных пространств.

Приведем ряд примеров разрушительного воздействия на городскую среду коммерции, эксплуатирующей наиболее привлекательные общественные места в городе Одессе.

Пример первый.

Несколько лет назад была осуществлена сплошная застройка торговыми павильонами Аркадийской балки. В итоге уютная озелененная аллея, проходящая вдоль балки, которая была излюбленным местом отдыха горожан, маршрутом для неспешных прогулок из города к морю и обратно, перестала существовать, превратившись в суетливый и беспокойный торговый ряд, где навязывается только один сценарий поведения – сценарий покупателя услуг и товаров. Как мы понимаем, задача баланса коммерческих и общественных территорий в этом проекте изначально не ставилась. Однако, компания, осуществившая этот проект, и проектировщики, подрядившиеся на его выполнение, считают и пытаются убедить в этом горожан, что создали современное многофункциональное общественное пространство, хотя, на самом деле, они, практически, уничтожили его, как публичное и общедоступное место отдыха и спокойной релаксации. Уникальный символ Одессы, ландшафтный парковый комплекс был принесен в жертву банальному базару. Многие горожане восприняли данное действие как вандализм, и они, очевидно, правы в своих оценках.

Пример второй.

Похожая судьба постигла и Греческую площадь. Реализация частных интересов коммерсантов в условиях отсутствия какого-либо регулирования с целью сохранения и формирования архитектурного ансамбля площади привела к хаотизации пространства площади, пестроте, несогласованности всей компоновки пространства и огромному количеству барьеров. Пространство Греческой площади и далее продолжает заполняться все новыми и новыми торговыми постройками и местами, умножая хаос. Вероятно, наступит такой момент, когда весь этот разношерстный конгломерат не сможет нормально функционировать в качестве элемента городской общественной инфраструктуры, потеряет свою привлекательность и в итоге сама коммерция понесет убытки вследствие снижения объема продаж из-за затрудненного доступа посетителей к месту и, следовательно, к товарам. Возможно, подобное и не случится, но Одесса окончательно потеряет площадь как одно из общегородских публичных мест.

Пример третий.

Конфликт интересов горожан и группы частных инвесторов, являющихся номинальными владельцами полуразрушенных построек на территории Летнего театра, который является частью Горсада, привел к открытому уличному и публичному противостоянию. Группа коммерческих партнеров намерена застроить этот участок многоэтажным комплексом для торговли и развлечений. Данный проект застройщики пытаются преподнести как общественно значимый и нужный городу в качестве публичной и рекреационной среды. Реализация подобного проекта, по справедливому мнению многих горожан, нанесет непоправимый ущерб важнейшему элементу города Одессы – Горсаду в частности и центру города в целом.

Однако есть надежда, что уличный протест с участием 1000 человек, который состоялся в 2017 году прямо на территории спорного участка Горсада, в сочетании со взвешенными и квалифицированными действиями лидеров общественных мнений в правовом поле смогут привести к тому, что общественная публичная функция Летнего театра будет восстановлена. А совместные усилия горожан, городских планировщиков и архитекторов при содействии официальных представителей муниципальных властей, возможно, приведут к тому, что конфликт интересов группы частных инвесторов и горожан будет разрешен в пользу города.

«Можно сделать однозначный вывод, что оптимальной формой использования территории Летнего театра должна стать зона ландшафтного парка, детская площадка и небольшая зона открытого театра для камерных выступлений и концертов». И далее: «...любая коммерциализация территории Горсада приводит не к улучшению инфраструктуры парка, а к ухудшению рекреационных его функций», – пишет на своей страничке в социальной сети Facebook один известный общественный активист.

Эти примеры показывают, как под видом создания многофункциональных, якобы общественных пространств, а на самом деле коммерческих пространств в виде торгово-развлекательных комплексов осуществляется все более широкое внедрение в повседневную жизнь потребительской и покупательской модели поведения. В результате у публичной среды города отнимается все больше места, ограничивается свобода и комфортность бесплатного, а значит общедоступного пребывания людей в публичных местах.

Нам следует признать первостепенное значение для города публичной среды и общественных пространств, образующих данную среду, как устойчивое материально пространственное образование в городской ткани, которое должно быть объектом НАСЛЕДОВАНИЯ, а значит сохранения и передачи из поколения в поколение в своих исходных качествах.

В архитектурно-планировочной и управленческой деятельности города и в самой городской ткани должен быть некий балансирующий механизм, противодействующий поглощению коммерцией и другим способам разрушительного вмешательства извне.

Следует отметить, что жизнеспособность города (livable city) не связана напрямую с его наполненностью коммерческой деятельностью и обилием прибыли, снимаемой в результате эксплуатации оживленных мест города.

Почему термины «пространство многоцелевого назначения» или «многофункциональное пространство» по логическим основаниям не следует отождествлять с «общественным пространством»? Согласно С.В. Зоколей [9], пространства многоцелевого назначения дают возможность выбора модели поведения в более широких чем, например, жилая среда, рамках. И поведение человека в данном случае зависит в большей степени от межличностных отношений. В этом определении многофункциональность связывается с межличностными отношениями. Но в рамках межличностных отношений человек преследует личные интересы, что не приводит автоматически к возникновению общего, публичного, общественного.

Таким образом, в контексте многофункциональной модели пространства, согласно С.В. Зоколей, человек может оставаться индивидуалистом среди таких же индивидуалистов, не покидая пространство своей индивидуальной и приватной жизни и не образуя при этом никакой общественно ценной реальности.

Особенностью же общественного пространства является то, что оно формируется всем сообществом путем акцентировки элементов, которые становятся доминантами, символизирующими и воплощающими ценности, важные для всего сообщества в целом.

Следовательно, у нас нет логических оснований считать общественными пространствами многофункциональные места скопления людей, вовлеченных в процессы купли-продажи, или места, которые являются следствием работы транспортной системы города, генерирующей потоки движения людей и грузов и узлы-места их скопления для перегрузки или пересадки.

Поэтому в городском планировании крайне важно различать, как разные по сути, локации городского пространства:

- «Общедоступные пространства массового посещения» и
- «Общественные (публичные) пространства», имея в виду, что и те и другие могут быть многофункциональными.

Но не всегда общественная функция городского пространства страдает вследствие вытеснения ее коммерцией. Бывает и так, что она попросту «увядает» или вообще не

зарождается по причине недостаточной плотности событий, необходимых для возникновения феномена публичности. Этот феномен в каком-то смысле является другой противоположностью, создающей дисбаланс городской среды. Он вызывает размывание структуры городской среды, ведущей к энтропии пространства, его маргинализации.

Реакцией на подобную ситуацию «де-публикации» городских пространств общего доступа являются попытки муниципальных властей некоторых городов искусственно создать общественное пространство и вдохнуть в него жизнь сугубо административными усилиями, организацией каких-то массовых мероприятий, санкционированных этими же властями.

Например, автор статьи [1] пишет о Гамбурге: «Как бы признавая, что район абсолютно лишен жизни, власти города проводят музыкальные фестивали, дни танго, детские праздники, встречи круизных лайнеров и другие мероприятия, привлекающие туристов с других концов Германии. Правда, эти акции больше напоминают показательные жесты, ведь разовые мероприятия не способны компенсировать отсутствие повседневной городской активности».

В связи с этим возникает ряд вопросов – должны ли (могут ли) существовать в архитектурной и градостроительной практике действенные средства учреждения и создания заново общественных пространств, которые действительно будут использованы самими горожанами в качестве таковых? Или же городское сообщество в процессе своей эволюции прежде должно сформировать собственные устойчивые формы публичности, а уж потом градостроители спланируют и спроектируют для них соответствующие пространственные и образно-символические формы?

Эти вопросы ныне является дискуссионным из-за наличия как минимум двух противоположных подходов к организации публичного пространства. Первый можно назвать «директивным», а второй «эволюционным».

Подытожим вышесказанное и сформулируем ряд промежуточных тезисов, касающихся публичной среды города.

- Ничем не сдерживаемая коммерция и торговля, интенсивно эксплуатируя публичное пространство города, как правило, стремится поглотить собой все публичное пространство, блокируя свободный (бесплатный) доступ к отдельным общественным местам, попавшим в сферу деятельности коммерческих предприятий. Это ограничивает свободу и общедоступность, и общественное пространство перестает быть таковым.

- Попытки директивными методами учредить общественное пространство как бы в пустоте, путем организации серии массовых уличных действий, без использования фактора свободного проявления в поведении горожан, стремления людей к общению в той форме, которая наиболее органична и приемлема для них, приводят лишь к имитации публичной жизни города. И эта имитация не жизнеспособна, так как люди вряд ли станут самостоятельно поддерживать данный спектакль, поскольку не испытывают внутренней потребности в нем.

- Необходимо особо бережно относиться к любым самостоятельным и самобытным естественным проявлениям публичности в городской среде и поддерживать их, создавая для этого комфортные условия.

Четвертый пример (положительный).

Приведем положительный пример, иллюстрирующий последний тезис. Это сооружение беседки-навеса на Соборной площади в Одессе на том месте, где уже многие десятилетия существует в виде собрания на площади своеобразный городской клуб любителей пообщаться в процессе игры в шахматы. Эта традиционная форма общения пережила разные периоды жизни города и вполне доказала свою жизнеспособность. Сооружение беседки стало логичным, хотя и недостаточным, откликом со стороны города на общественное явление, зародившееся в нем же.

Греческая агора, римский форум представляют собой типы пространства, предназначенные для коммуникации граждан города по поводу общих важных дел. Обретя при этом вполне определенную архитектурно-пространственную форму, эти пространства стали тиражироваться и воспроизводиться как традиционные пространственные организованности, уже посредством архитектурного и строительного искусства и политической воли в тех местах, где распространялся тот или иной тип культуры. Таким образом, архитектурно-пространственные формы агоры, стадиона, форума или театра становятся орудиями воспроизведения и распространения, через конфигурацию пространства и форм сооружений, созданных строительным искусством, определенного образа публичной жизни территориального сообщества.

Далее, мы можем говорить о формировании в процессе исторического развития городов ряда прототипов пространственных решений и технологий, на них построенных и по-разному оформляющих процесс коммуникации и единения людей в сообщества и их институционализацию. Такие пространства устроены так, чтобы располагать к определенным «событиям», формируя «публику», представляющую социальные группы разного рода в разных их вариантах, таких как городское собрание, массовое зрелище, соревнование, массовые игры...

В наше время для создания публичного пространства активно используется интернет. Публичные мероприятия «off-line» все чаще организуются при информационной поддержке в «on-line» формате. Одним из примеров использования сети Интернет для организации и координации работы по формированию общественных пространств является сайт группы компаний Нью-Йорка «Design Trust for Public Space» <http://designtrust.org/>

Выводы и перспективы дальнейших исследований.

1. Необходима **новая архитектурно-планировочная типология публичных пространств**, и **методология планировочной деятельности**, отвечающая современным запросам на общественные пространства нового типа.

2. Необходимо отличать общественную жизнь города, как среду коммуникации и взаимодействия, от поведенческих площадных форм массового псевдо-политического, обывательского или потребительского поведения.

3. Автором и инициатором общественного пространства города прежде всего должны быть не коммерческий инвестор, архитектор, градостроитель или городской чиновник, а горожане, порождающие в своей повседневной жизни специфические формы публичной жизни, на основе которых и происходит культурное освоение городского пространства, придающего конкретному месту специфический смысл и значение.

4. Сетевые формы Интернета становятся одним из эффективных инструментов для формирования публичной среды нового типа, порождающей новые пространственные решения и их архитектурное оформление.

5. Ключевым для нас является вопрос – Каково должно быть взаимодействие между устойчивыми и периодически повторяющимися явлениями публичной жизни города и практикой архитектурно-пространственного оформления соответствующего им места в городе?

6. Когда объектом исследования становится публичная среда города и общественные пространства, где эта среда зарождается и существует, речь должна идти об объекте **междисциплинарного** знания.

7. Эти теоретические вопросы напрямую относятся к практическим задачам формирования публичной среды посредством организации **социально-культурного каркаса города** в виде системы общественных пространств, «сшивающих» городскую среду в единое и непрерывное целое.

8. Распространенные ныне маркетинговые концепции не схватывают базовой сути города как способа воплощения в материи города и процессах взаимодействия людей, форм человеческого общежития в конкретных исторических условиях. Эти концепции должны

быть дополнены практикой формирования подлинной публичной среды, а коммерции должна быть отведена роль сервиса, обеспечивающего общественное пространство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шевченко А. Хафен Сити: Гамбург в борьбе за право на город [Электронный ресурс] / Анна Шевченко // URBAN. – 2014. – Режим доступа к ресурсу: <http://urbanurban.ru/blog/reflection/637/KhafenSiti-Gamburg-v-borbe-za-pravo-na-gorod>.
2. Аурели П. В., Таттара М. (Dogma-Office) Препятствие. Грамматика города / П.В. Аурели, М. Таттара // проект International. – 2007. – №15. – С. 124-126.
3. Масталерж Н. А. Формирование концепции общественного пространства как структурного элемента городской среды / Наталья Александровна Масталерж // Архитектон: известия вузов. – 2013. – №43. – С. 61–73.
4. Макинтайр А. После добродетели: Исследования теории морали / Амасдер Макинтайр. – Москва; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 384 с. – (Академический Проект).
5. Криворучко О. Ю. Дефініція поняття громадського центру / О. Ю. Криворучко, В. С. Шароваров // Проблеми теорії і історії архітектури України: збірник наукових трудов. – 2014. – №14. – С. 65–71.
6. Блинкин М. Я. Урбанистика как профессия [Электронный ресурс] / Михаил Яковлевич Блинкин. – 2014. – Режим доступа к ресурсу: https://www.uceba.ru/article/431?fb_action_ids=1443784302565009&fb_action_types=og.likes&fb_ref=.U9S9ZH4bsc.like&fb_source=feed_opengraph&action_object_map={%221443784302565009%22:604213253031038}&action_type_map={%221443784302565009%22:%22og.likes%22}&action_ref_map={%221443784302565009%22:%22.U9S9ZH4bsc.like%22}&utm_content=buffer48fcc&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer.
7. Арндт Х. Vita active, или О деятельной жизни/пер. с нем. и англ. В.В. Бибикина. – СПб.: Алетейя, 2000. – 448 с.
8. Чернова Е. Почему общественные пространства в России — это имитация [Электронный ресурс] / Елена Чернова // The village. – 2014. – Режим доступа к ресурсу: <https://www.the-village.ru/village/city/direct-speech/170013-pochemu-obschestvennye-prostranstva-eto-ploho>.
9. Архитектурное проектирование, эксплуатация объектов, их связь с окружающей средой/С. В. Зоколей; пер. с англ. М. В. Никольского. – М.: Стройиздат, 1984.– 671 с.