

# «ДУХ МЕСТА» КАК ИМПУЛЬС РЕВИТАЛИЗАЦИИ ТЕРРИТОРИИ АДМИРАЛТЕЙСКОЙ СЛОБОДЫ ГОРОДА КАЗАНИ

**Степанчук Алена Валентиновна**

кандидат архитектуры, старший преподаватель кафедры градостроительства и п.с.н.м.  
ФГБОУ ВО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»  
Россия, Казань, e-mail: [alena.stepanchuk@bk.ru](mailto:alena.stepanchuk@bk.ru)

**Гафурова Светлана Валерьевна**

ассистент кафедры градостроительства и п.с.н.м.  
ФГБОУ ВО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»  
Россия, Казань, e-mail: [svetlanagaff@mail.ru](mailto:svetlanagaff@mail.ru)

**Латыпова Мария Сергеевна**

старший преподаватель кафедры градостроительства и п.с.н.м.  
ФГБОУ ВО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»  
Россия, Казань, e-mail: [latypovamary@gmail.com](mailto:latypovamary@gmail.com)

УДК: 711.585

ББК: 85.118

DOI: 10.47055/1990-4126-2020-4(72)-6

## Аннотация

*В статье рассматривается трансформация понятия «дух места» в контексте реорганизации территорий в историческом центре города, выявляются его материальные и нематериальные аспекты на примере территории Адмиралтейской слободы г. Казани. Даны рекомендации по сохранению «духа места» и формированию идентичности городской среды на территории Адмиралтейской слободы: функциональное насыщение территории, развитие сети объектов социального обслуживания, реконструкция и создание новой жилой среды, сохранение объектов культурного наследия и реорганизация промышленных территорий с созданием на их месте современных культурно-креативных кластеров, организация единого ландшафтно-рекреационного каркаса, продвижение культурного бренда территории.*

## Ключевые слова:

*дух места, культурный бренд территории, культурно-креативные кварталы, исторический ландшафт территории, морфотипы жилой среды*

## Введение

В настоящее время перед многими городами России стоит ряд сложных задач, связанных с повышением уровня комфортности городской среды, развитием культурной и деловой активности, ростом инвестиционной привлекательности. Однако не менее пристального внимания в рамках реновации и реорганизации городских территорий заслуживают вопросы поиска и сохранения местного своеобразия городской среды.

Утрата своеобразия городской среды является следствием пренебрежительного отношения к понятию «дух места». Ключевой задачей в работе современного архитектора стал поиск спосо-

ба сохранения памяти и «духа места». Именно они являются неотъемлемыми элементами в сохранении целостности территории и формировании индивидуальности городской среды. Эту мысль подтверждает и такой факт, как присуждение Притцкеровской премии в марте 2020 г. ирландскому архитектурному бюро Grafton Architects, возглавляемого Ивон Фаввел (Yvone Farrel) и Шелли Макнамара (Shelly McNamara). Одной из уникальных особенностей бюро, по мнению жюри, является способность «принимать во внимание уникальность каждого места, где они работают», и точно отражать дух места в архитектурных решениях [1].

В последние десятилетия в западноевропейских городах особенно популярна ревитализация деградировавших постиндустриальных районов, расположенных в исторических районах городов. При этом можно выделить два основных подхода к преобразованию этих территорий для превращения их в инновационные коммерческие или культурные инвестиционные площадки:

- соединение науки с промышленностью, формирование инновационной среды;
- увеличение культурного потенциала с опорой на «дух места».

«Уважать «дух места» не означает копировать старые модели. Это значит определить идентичность места и интерпретировать его все новыми способами» [2].

Кроме того, следует отметить, что ежегодно увеличивается количество туристов, стремящихся познакомиться с культурой и историей города или страны, в которую совершается путешествие, почувствовать ее «дух места», что напрямую влияет на развитие экономики местности. Для того чтобы городская среда была комфортной и привлекательной для людей необходима атмосфера отражающая дух данного пространства, способствующая адаптации человека. Эмоции, возникающие в такой среде, помогают увидеть город таким какой он есть и сформировать впечатления о нем. При этом сохранение нематериальных компонентов городской среды важно не только для туристов, но и для местных жителей. В условиях процессов глобализации, знание своей истории и приобщение к наследию своего народа помогает человеку самоидентифицировать себя с территорией, налаживая связь поколений. При восприятии любой территории ключевое впечатление формирует ее материальное и нематериальное культурное наследие, ее «дух места».

Сегодня перед Казанью, как и перед другими городами России, остро стоит вопрос сохранения своей истории и поиска собственной культурной идентичности. Важно при этом соблюсти равновесие между сохранением традиций и прогрессом, ведь в этом кроется ключ к успешному развитию города. Одна из уникальных территорий Казани, обладающая богатейшей историей и требующая переосмысления и реорганизации, – Адмиралтейская слобода. Обладая уникальными ландшафтными, географическими и трудовыми резервами, слобода около трех веков влияла на развитие города, однако в настоящий момент вероятность утраты своеобразия велика. Значительную часть Адмиралтейской слободы занимают территории промышленных предприятий, часть которых работают не в полную мощность или вовсе прекратили свою деятельность. Мировой опыт использования промышленных территорий свидетельствует о тенденциях сохранения исторического прошлого территории, ее «генетического кода», зафиксированного как в материальных, так и в нематериальных элементах. Реорганизация территорий бывших промышленных предприятий как одного из ключевых элементов «духа места» обеспечивает преемственность и сохранение идентичности городской среды.

## **Анализ отечественной и зарубежной литературы**

Упоминание «*Gelius loci*» («дух места») встречается еще в античной мифологии и представляет собой обобщенное представление об анимистическом существе, обитающем в определенном

месте. Природа же воспринималась как проявление его воли. Примером подобного обобщения является греческий демон или римский гений. В XVIII в. мифологический образ «*Gelius loci*» стал метафорой в литературе и поэзии (Александр Поуп, Вернон Ли, Кристофер Тилли), для которой характерна значимость взаимосвязи человека с местом его обитания и признанием влияния пространства на человека [2].

Смысл и ценность духа места по-прежнему находится в центре внимания в современных философских, культурологических и архитектурных работах. В разные периоды над понятием духа места работали: К. Норбарг-Шульц, К. Дэй, Саймондс, К. Линч. Для перечисленных авторов понятие «дух места» представляет собой набор определенных элементов: ландшафт, архитектура, функция и человек. Каждый из них трактует набор данных элементов по-своему, порой расширяя его, К. Норбарг-Шульц добавляет к этому перечню «места встреч» и «городской пульс».

В исследованиях выделенных авторов основным элементом «духа места» выступает ландшафт как элемент, влияющий на представление человека о месте. Не менее важной составляющей является архитектура, отражающая региональные и культурные особенности места и влияющая на поведение человека. Также важными составляющими «духа места» являются функция места и исторический контекст, пронизывающий все описанные элементы. Последней и самой подвижной составляющей является человек. Архитектура и городское пространство в целом развиваются и формируются благодаря деятельности человека [3].

Принятая в 2008 г. Квебекская декларация ИКОМОС об охране «духа места» определила «дух места» как единство материальных и нематериальных составляющих городской среды, формирующих уникальность места. Этот принцип положен и в основу Рекомендаций ЮНЕСКО по охране исторического городского ландшафта (НУЛ), принятых в 2011 г. В соответствии с Хартией Бурра (1979–2013) признается роль как материальных, так и нематериальных компонентов (отношения между обществом и природой) [4]. В Рекомендациях ЮНЕСКО предложен ландшафтный подход для выявления, сохранения и управления историческими районами в их более широком городском контексте путем рассмотрения взаимосвязей объектов, их пространственной организации и связи с остальной территорией города, особенностями рельефа, а также социальными, культурными и экономическими ценностями [5]. Одна из ключевых отличительных черт подхода НУЛ – подчеркивание разнообразия и множественности исторических слоев (старых и новых), ценностей наследия (природных, культурно–материальных и нематериальных), а также акцент на гражданскую активность за пределами исторического ядра [6].

В отечественной практике понятию духа места посвящены исследования: О.А. Аврамченко, А.А. Пастовой, А.А. Иванова, И.А. Полякова. В работе «Концепция духа места в архитектуре» А.А. Пастова выделяет в качестве составных элементов духа места: материально-культурное содержание места (в т.ч. архитектура), природно-ландшафтные особенности и событийно-историческую оболочку. По мнению А.А.Пастовой, оптимальный подход, должен строиться на сочетании нововведений и принципов местного своеобразия. [7]. А.А. Иванов сохранение духа места (души места) выделяет как «краеугольный камень» стратегии сохранения градостроительного наследия. По его мнению, с изучения и принятия во внимание духа данного места должна начинаться работа над территорией [8].

На основании всего выше перечисленного авторы статьи выделяют ряд основных элементов, в основе которых лежат составляющие феномена «духа места» материально-культурное содержание места (в т.ч. архитектура), природно-ландшафтные особенности, событийно-историческую оболочку и компоненты, представляющие собой принципы местного своеобразия (культурный код) и новизны (дизайн-код), являющиеся обязательными составляющими при работе с историческими территориями.

Одним из способов популяризации и развития уникальных материальных и нематериальных характеристик территории, способствующих формированию ее позитивного имиджа в восприятии жителей и туристов, является ее брендинг. Брендинг территорий – относительно новое направление научных исследований. Однако на сегодняшний день оно имеет уже достаточно широкий круг последователей как в зарубежной, так и в отечественной практике. Вопрос брендинга территорий рассматривается в работах Анхольта [9], Бэкера [10], Бикфорд-Смита [11], Динни [12], Котлера, Асплунда, Рейна и Хайдера. Среди российских ученых стоит отметить исследования Г.Л. Багиева, О.В. Жердевой, Т.В. Мещерякова, А.П. Панкрухина, Т.В. Савчук, О.У. Юлдашевой и др [13]. По мнению Е. Н. Кукина бренд территорий должен отражать идентичность места, его непреходящие ценности, неповторимые оригинальные потребительские характеристики, которые получили широкую известность и общественное признание у потребителей. Среди ключевых параметров территориального бренда можно выделить его уникальность, идеологию и обоснованность факторов [14]. Наличие бренда территории становится одним из ключевых критериев ее эффективного развития. Брендинг территории призван выявить характеристики присущие только данному месту, играющее роль ее своеобразной визитной карточки. Бренд территории – это ее неповторимое лицо, несопоставимое с другими. Поэтому результатом территориального брендинга становится продукт выявления и развития уникального характера территории [15].

На сегодняшний день широко распространены маркетинговые подходы к брендингу территорий, рассматривающий территорию и ее наполнение как некий конкурентный продукт на рынке [16]. При маркетинговом подходе ключевым параметром эффективности бренда становится положительная оценка товара, его положительное восприятие потребителем. Однако для успешности брендинга территорий одинаково сильное влияние оказывают как экономические, так социальные и культурные аспекты. Культура – это прежде всего глубокие смыслы, уникальные истории, неповторимое сочетание этнических, исторических, культурных, эстетических особенностей, частного и общего. Все эти категории составляют основу культурного бренда территории. Цели, задачи и смыслы культурного бренда определяются уникальной культурной спецификой территории. А.А. Гуцалов выделяет два ключевых шага в процессе брендинга территорий – брендинг уникальных феноменов данного народа и места, а также и последующее брендинг территории со всеми ее составляющими [18]. В основе культурных феноменов лежат материальные и нематериальные аспекты территории.

Выявление характеристик присущих территории, раскрытие ее новых возможностей и потенциала ее объектов, а также воссоздание и оживление городского пространства является неотъемлемыми этапами процесса ревитализации. Проблемам ревитализации промышленных территорий Казани (Республика Татарстан, Российская Федерация) с развитием креативного кластера на базе Льнопрядильной фабрики Алафузова посвящены исследования М.И. Тукмаковой, И.А. Фахрутдиновой [17]. Проблемам комплексного развития Адмиралтейской слободы в Казани посвящены работы А.А. Дембича [18].

## **Цели и задачи исследования**

Цель данной статьи – разработка рекомендаций по ревитализации территории Адмиралтейской слободы (Казань) в современных социальных, культурных и экономических условиях. В качестве основных задач были обозначены следующие: исследование исторических аспектов становления понятия «дух места»; выявление современных мировых тенденций и подходов к реорганизации бывших промышленных территорий, расположенных в исторических районах; определение составляющих «духа места» Адмиралтейской слободы; исследование способов брендинга территории в аспекте понятия «дух места».

## Методика исследования

Исследование территории было проведено в рамках воркшопа конференции «Реконструкция крупных территориальных городских фрагментов» проектной командой, состоящей из преподавателей и студентов кафедры градостроительства и планировки сельских населенных мест КГАСУ.

На предпроектном этапе работы команда студентов кафедры градостроительства и планировки сельских населенных мест КГАСУ обобщила и систематизировала результаты предыдущих исследований территории Адмиралтейской слободы, выполненные Научно-исследовательским центром «Интерра» КГАСУ (стратегический мастер-план «Адмиралтейская слобода», 2012–2013); Историко-краеведческим музеем РТ (2014); МУП Институтом Казгражданпроект (проект планировки территории «Старое русло и Адмиралтейская слобода», 2014 г.); Архитектурным бюро SPEECH (2017).

В рамках исследования были приняты следующие границы исследуемой территории: на юге территория ограничена акваторией р. Волги, на востоке – ул. Краснококшайской, на севере – ул. Болотникова, на западе – улицами 1-е Мая и Лазарева.

Для оценки текущего состояния территории Адмиралтейской слободы использован метод фотофиксации, а также общенаучные методы: теоретический сравнительный анализ, классификация, логическое моделирование, которые позволили систематизировать материал, выявить современные тенденции сохранения «духа места» при работе с историческими городскими ландшафтами, территориями бывших промышленных предприятий, подходы при брендировании и ревитализации территорий, тенденции формирования креативных индустрий; метод междисциплинарного синтеза, включающий проведение социологического опроса местных жителей, экспертов в области городского развития, который позволил получить данные о предпочтительных направлениях развития территории; ретроспективный анализ, направленный на выявление ключевых этапов развития Адмиралтейской слободы, заключающийся в сборе, систематизации и обобщении исторических данных, выявивший материальные и нематериальные составляющие «духа места» территории.

Демографический анализ выявил гендерный и возрастной состав, плотность населения в Кировском и Московском районах, на территории которых находится Адмиралтейская слобода. Градостроительный анализ позволил получить данные о текущем процентном соотношении различных функциональных зон, площади застройки территории, количестве культурных и деловых учреждений и объектов социального обслуживания, связанности территории Адмиралтейской слободы с остальными районами города. Ландшафтно-визуальный анализ общегородских панорам и видовых раскрытий показал связи находящегося на возвышении Зилантова монастыря с Казанским кремлем – объектом культурного наследия ЮНЕСКО, с акваторией р. Казанки, с Кировской дамбой и с основными транспортными магистралями.

## Проблемы территории и ресурсы развития Адмиралтейской слободы

На основе проведенного комплексного исследования выявлены следующие основные проблемы территории (рис. 1.):

- низкая транспортная связанность исследуемой территории с центральным ядром города;
- значительное количество неэксплуатируемых промышленных объектов и заброшенных территорий;
- разрушение памятников истории и культуры;
- значительный физический износ застройки, большое количество ветхих и аварийных объектов;



- низкий спрос и предложение на жилищное строительство в районе Адмиралтейской слободы;
- низкая плотность населения;
- недостаточная оснащённость территории общественным транспортом;
- низкая интенсивность пешеходного движения на территории;
- низкий уровень благоустройства территории;
- отсутствие единой системы общественных пространств и рекреационного каркаса.

Наличие этих проблем серьезно сказывается не только на качестве городской среды, но и на уровне социальной безопасности территории.

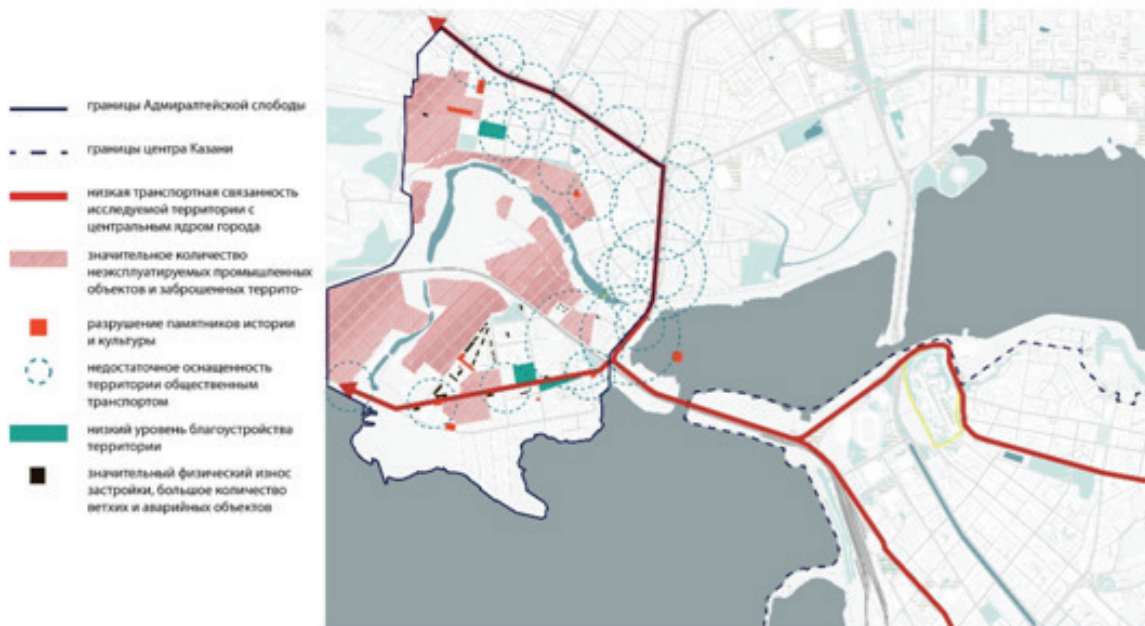


Рис. 1. Схема проблем территории. Сост.: А.В. Степанчук, С.В. Гафурова, М.С. Латыпова

К ресурсам территории, способствующих развитию, можно отнести (рис. 2.):

- крупный ландшафтно-рекреационный фрагмент городской среды – территория Старого русла;
- резервы территории бывших промышленных предприятий, намеченных к выводу с территории Адмиралтейской слободы;
- протяженность береговой линии р. Волги и р. Казанки;
- формирование силуэта и панорамы города со стороны акватории;
- визуальная связь территории Адмиралтейской слободы и главной исторической достопримечательности города – объекта Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО - Казанского кремля;
- наличие выявленных объектов культурного наследия и исторически ценных зданий, которые потенциально привлекательны для включения в туристические маршруты;
- сохранились выходы улиц к береговой линии;
- наличие различных видов транспортной инфраструктуры, являющихся базой для формирования связи территории Адмиралтейской слободы с остальной территорией Казани.

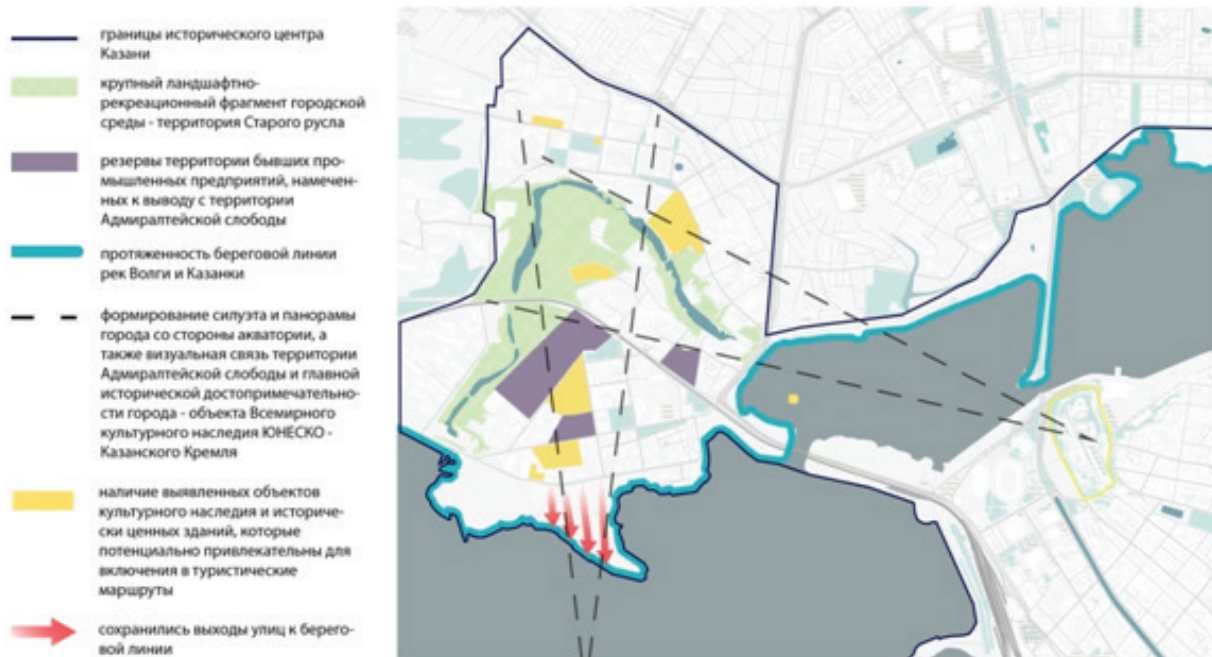


Рис. 2. Схема территориальных ресурсов. Сост.: А.В. Степанчук, С.В. Гафурова, М.С. Латыпова

Для Адмиралтейской слободы можно выделить следующие материальные и нематериальные аспекты развития:

Материальные аспекты:

- русла рек Волги и Казанки;
- морфология и структура застройки;
- выходы улиц к воде;
- система визуальных связей;
- ландшафт территории;
- силуэт города с панорамы Казанки;
- существующая трассировка улиц.

Нематериальные аспекты:

- значение территории Адмиралтейской слободы в структуре г. Казани и в структуре России;
- существующие и/или утраченные функции территории;
- знания и навыки, связанные с традиционными ремеслами и видами деятельности, традиции судостроения.

## Результаты исследования и рекомендации к развитию территории Адмиралтейской слободы

На основании проведенного предпроектного исследования Адмиралтейской слободы и выявленных элементов феномена «духа-места», была сформирована концепция ревитализации территории Адмиралтейской слободы, включающая в себя:

### 1. Формирование материально-культурного содержания территории.

С этой целью особое внимание необходимо уделить функциональному насыщению территории, реконструкции и развитию жилой застройки и объектов социального обслуживания (рис.3). Разнообразное функциональное насыщение – обязательное условие для формирования комфортной городской среды и экономической привлекательности территории. Политика

развития Адмиралтейской слободы в советский период исключительно в ключе промышленной зоны привела к монофункциональности территории и последующей ее стагнации в период промышленного застоя. Для выхода из этой ситуации территорию необходимо насытить новыми современными функциями.

С целью привлечения нового социального слоя населения необходимы реконструкция и формирование новой жилой застройки. В связи с ограниченным количеством территориальных ресурсов, предлагается рассмотреть под редевелопмент территорию Казанского вертолетного завода и территорию пескобазы «Песчаный мыс».

Развитие городской среды и формирование новых территориальных комплексов должно осуществляться в соответствии с пространственно-композиционными закономерностями (дизайн-кодом), на базе уже сложившихся морфотипов застройки, с учетом композиционных доминант и визуальных связей. Использование при проектировании форм и размеров характерных для исторически сложившихся кварталов, применение местных материалов, элементов, цвета и традиционного декора позволят сформировать среду присущую ранее Адмиралтейской слободе, а также усилит чувство патриотичности жителей.

Предлагаются следующие архитектурно-планировочные и дизайнерские приемы:

- смена функции без смены формы; - сохранение характера планировочной системы и морфологии застройки;
- использование индустриальных форм и символов в дизайне, позволяющих «читать ландшафт»;
- использование характерных материалов.

Для поддержания «духа места» так же необходимо сохранение существующих выходов улиц к акватории реки Волга, как в структуре существующей застройки, так и в структуре вновь формируемых комплексов, в том числе «Песчаного мыса».

**2. Формирование единого ландшафтно-рекреационного каркаса на базе существующих и вновь создаваемых общественных и рекреационных пространств (бульвары, скверы, площади,**

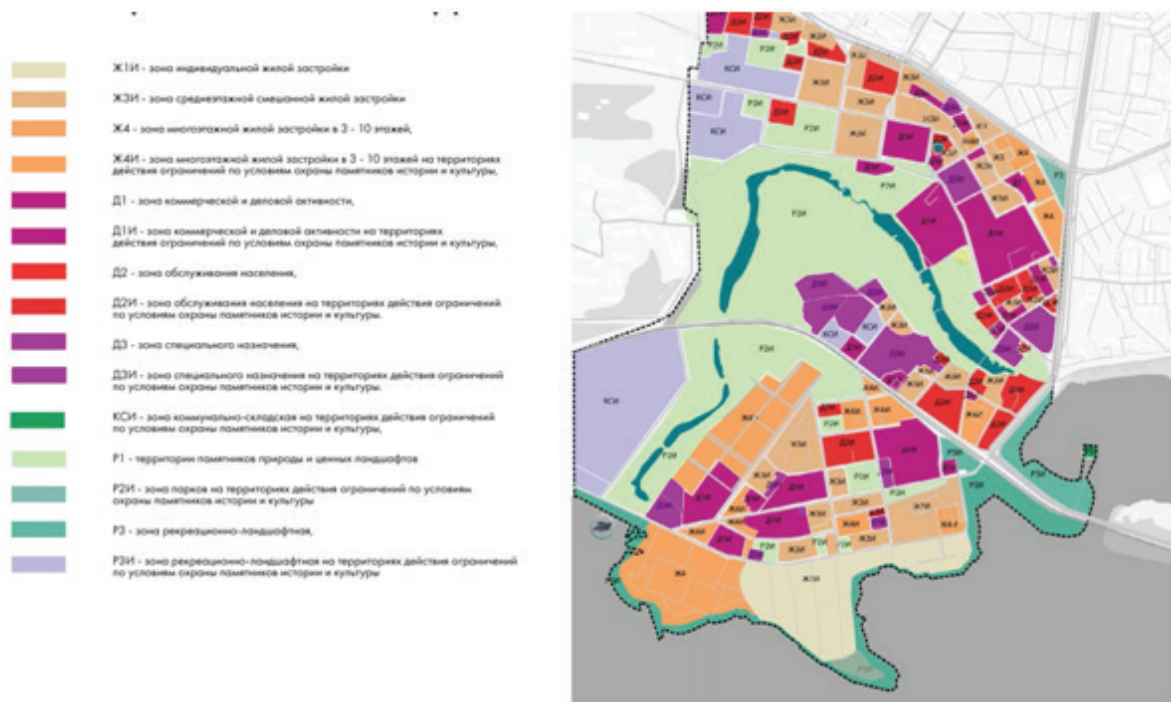


Рис. 3. Функциональная модель территории. Сост.: А.В. Степанчук, С.В. Гафурова, М.С. Латыпова



набережные и т.д.) (рис. 4). Одним из ключевых ресурсов территории Адмиралтейской слободы является крупный ландшафтно-рекреационный фрагмент городской среды – территория Старого русла. Предлагается рассматривать данный ключевой элемент зеленого каркаса в качестве ее планировочного и смыслового ядра – Парка мирового класса «Старое русло» – позиционируемого как центр притяжения для жителей и гостей города.

Парк мирового класса – это обширная озелененная территория, как правило, не менее 10 га, многофункционального направления рекреационной деятельности, обладающая уникальным планировочным, архитектурным, ландшафтным и идейно-смысловым решением, всесезонного использования, отражающая ландшафтное разнообразие своего региона, обеспеченная высокой транспортной и пешеходной доступностью, предназначенная для массового отдыха населения и гостей города. Создание парков мирового класса служит не только инструментом формирования идентичности территории, но и укрепления экономического ландшафта, повышения качества городской среды.

В архитектурно-пространственной организации парка «Старое русло», его функциональном насыщении могут найти последовательное отражение ключевые исторические этапы, повлиявшие на развитие территории: периоды правления Петра I, Екатерины II, советского и современного периодов. Благоустройство набережной реки Казанки так же решается в ключе сохранения духа места, отражая период развития поселения Биш-Балта, формируя, таким образом, своеобразный «мост времени», подчеркивая связь поколений. В каждой функциональной зоне парка предлагается размещение экономузеев как форма возрождения к жизни (ревитализации) нематериального культурного наследия Адмиралтейской слободы, с трансляцией знаний современному поколению, на примере современного использования.

Для развития единой ландшафтно-рекреационной системы необходимо формирование зеленых связей, способствующих объединению разрозненных рекреационных фрагментов и существующих общественных пространств в единую структуру. В качестве основных зеленых коридоров предлагается выделить следующие улицы: Адмиралтейская, Мало-московская, Клары Цеткин, Кызыл Армейской, Архангельской, Жуковка, Богатырева и Энгельса.



Рис. 4. Схема реорганизации территориальных фрагментов территории. Сост.: А.В. Степанчук, С.В. Гафурова, М.С. Латыпова

### 3. Формирование событийно-исторической оболочки территории (культурного кода).

Одной из форм архитектурно-пространственных решений в ключе указанного подхода является формирование культурно-креативных кварталов/кластеров (рис. 5). Существовавшие ранее промышленные производства заменяются на мелкие предприятия так называемых «креативных индустрий», организуются образовательные пространства, где возможна трансляция нематериального наследия следующим поколениям, учитываются современные потребности местного населения и варианты привлечения туристов, рассматривается значение территории для города в целом.

В Адмиралтейской слободе целесообразна организация культурно-креативных кварталов на территориях бывших Алафузовских мануфактур, завода Сантехприбор и на базе деревянной застройки улицы Жуковка. Отреставрированную деревянную застройку улицы Жуковки можно органично вписать в современную застройку, расположив в них небольшие мастерские с музейными и торговыми помещениями, с видом на Зилантов монастырь и парк «Старое русло». В здании Алафузовских мануфактур возможна организация лофт пространства с размещением креативных индустрий, интерактивного музея и образовательных пространств. Так же, на территориях культурных кварталов могут быть расположены мастерские с помещениями для организации мастер-классов, кафе и рестораны, университеты и колледжи, культурно-познавательные и культурно-развлекательные объекты, экономузеи, совмещающие мелкое производство и демонстрацию процесса. При этом в планировочной организации объектов креативных индустрий и ремесленных мастерских необходимо предусмотреть помещения для мастер-классов, как наиболее показательной формы знакомства туристов с нематериальным наследием территории и сохранения «духа места».

Культурный брендинг территории может стать эффективным инструментом актуализации историко-культурного наследия, а брендинг территорий в их взаимосвязи и при комплексном и дифференцированном подходе способно привести к новому импульсу их развития.



Рис. 5. Схема природно-рекреационной модели. Сост.: А.В. Степанчук, С.В. Гафурова, М.С. Латыпова

В качестве основных культурных феноменов территории, обладающих привлекательностью как для жителей, так и для гостей города и лежащих в основе территориального бренда Адмиралтейской слободы можно выделить следующие объекты:

- Петровская верфь (восстановленная в виде музейно-выставочного комплекса вблизи парка «Старое русло»);
- парк «Старое русло», рассматриваемый как парк мирового уровня, посвященный истории развития Адмиралтейской слободы;
- Зилантов монастырь как крупный паломнический центр;
- культурно-креативные кварталы/кластеры (Жуковка, Алафузов-лофт, Сантехприборы).

Для усиления бренда территории необходимо включить район Адмиралтейской слободы и располагающейся рядом с ней Ягодной слободы в существующую систему городских туристических маршрутов. Сформировать на базе объектов культурного наследия, культурно-креативные кварталов/кластеров, общественных и рекреационных пространств систему туристических маршрутов, включающую в себя пешеходные, автобусные маршруты и маршруты водного транспорта (рис. 6). Развитие туризма на территории способно сформировать новые рабочие места.



Рис. 6. Схема системы туристических маршрутов. Сост.: А.В. Степанчук, С.В. Гафурова, М.С. Латыпова

## Выводы

Территория Адмиралтейской слободы, как уникальная по своим характеристикам территория Казани, является носителем «духа места» города, его «генетического кода». Материальные и нематериальные культурные аспекты потенциала территории, а также природно-ландшафтные характеристики, могут стать импульсом для восстановления Адмиралтейской слободы и возвращения ей былой значимости и утерянного престижа.

Выявление и комплексный учет составляющих феномена «дух места» территории – материально-культурного содержания места (дизайн-код), природно-ландшафтных особенностей (ландшафтный код), событийно-исторической оболочки (культурный код) позволит сохранить своеобразие Адмиралтейской слободы в ходе ревитализации.

Создание разнообразного функционального насыщения территории в соответствии с исторически сложившимися пространственно-композиционными закономерностями городской сре-



ды, сохранением существующих выходов улиц к акватории р. Волги являются составляющими дизайн-кода этого важного для Казани района.

Формирование единого ландшафтно-рекреационного каркаса на базе существующих и вновь создаваемых общественных и рекреационных пространств, с ключевым элементом – территорией Старого русла подчеркнет ландшафтный код территории Адмиралтейской слободы.

Трансляция культурного кода и сохранение событийно-исторической оболочки территории осуществляется, в том числе, организацией культурно-креативных кварталов/кластеров, где происходит трансляция нематериального наследия следующим поколениям и знакомство туристов с местным нематериальным наследием. Создание и развитие на базе объектов культурного наследия, культурно-креативных кварталов/кластеров, общественных и рекреационных пространств системы туристических маршрутов с активным брендингом Адмиралтейской слободы увеличит приток посетителей на территории и создаст новые рабочие места.

Предложенные мероприятия будут способствовать формированию позитивного имиджа территории, позволят существенно трансформировать социокультурную среду и контингент жителей, сделать Адмиралтейскую слободу местом развития малого бизнеса и предпринимательства, увеличить туристическую привлекательность Казани, сохранив при этом историю и «дух места».

## Библиография

1. Сочалин, О. Притцкеровскую премию 2020 впервые получили архитекторы из Ирландии // ARCHITIME.RU – информационно-образовательный ресурс. 2020.– URL: [http://architime.ru/news/pritzkerprize2020/grafon\\_architects.htm](http://architime.ru/news/pritzkerprize2020/grafon_architects.htm) (дата обращения 11.03.2020).
2. Ujma-Wasowicz, K., Sulimowska-Ociepka, A. Genius Loci – Examples of Changes of the Image of Post-industrial Areas in Poland in the Region of the Upper Silesian Conurbation. / Ujma- K. Wasowicz, A. Sulimowska-Ociepka // *Advances in Human Factors*. – Springer, Cham, 2018. – Pp. 53–63.
3. Полякова, И.А. Антропология места, или культурные метаморфозы Genius Loci / Полякова И.А. // *Вопросы культурологии*. – 2011. – №10. – С. 46–51.
4. Аврамченко, О.А. «Дух места» в малых уральских городах // ГАУК СО «СОУНБ им. В.Г. Беллинского». 2007. – URL: [http://book.uraic.ru/project/conf/txt/005/archvuz14\\_pril/31/template\\_article-ar=K41-60-k43.htm](http://book.uraic.ru/project/conf/txt/005/archvuz14_pril/31/template_article-ar=K41-60-k43.htm) (дата обращения 11.03.2020).
5. Girard, L.F., Nocca, F., Gravagnuolo, A. Matera: city of nature, city of culture, city of regeneration. Towards a landscape-based and culture-based urban circular economy/ L.F. Girard, F. Nocca, A. Gravagnuolo // *Aestimium*, 74 – 2019. – P. 5–42.
6. Ricca, S., Luo, X. The Implementation of the UNESCO Historic Urban Landscape Recommendation / S. Ricca, X. Luo // *Proceedings of the International Expert Meeting, WHITRAP*. – Shanghai, 2018.
7. Žlender, V., Gemin, S. Testing urban dwellers' sense of place towards leisure and recreational peri-urban green open spaces in two European cities. / V. Žlender, S. Gemin // *CITIES* 98. – 2020. – P. 1–6.
8. Пластова, А.А. Концепция «духа места» в архитектуре / А.А. Пластова // *Архитектурные концепции и экспериментальные проекты: мифы и реальность: мат-лы Всеросс. науч.-практ. конф.* / Под ред. Ю.С. Янковской. – Екатеринбург, 2013. – С. 32–33.
9. Иванов, А.В. Сохранить невидимое? Дух места и архитектурная этика (случай Ичери Ше-хер, Баку) / А.В. Иванов // *Вестник Евразии*. – 2008. – №1. – С. 204-241.



10. Anholt, S. GMI nations brand index. How the world sees the world / S. Anholt // Place Brand Public Dipl, LNCS. – 2006. – № 2. – pp. 18–31.
11. Baker, B. Destination Branding for Small Cities /B. Baker. – The Essentials for Successful Place Branding, 2007. – p.192.
12. Bickford-Smith, V. Creating a city of the tourist imagination: The Case of Cape Town, The Fairest Cape of Them All / V. Bickford-Smith //Urban Studies. – 2009. – № 46 (9). – P. 1763–1785.
13. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / К. Динни. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.
14. Eidelman, B.M., Bunakov, O.A., Fakhrutdinova, L.R. The main directions of supply chain management development of territorial branding in Russia in modern conditions / B.M. Eidelman, O.A. Bunakov, L.R. Fakhrutdinova // International Journal of Supply Chain Management. – 2019. – 8 (4). – Pp. 561–566.
15. Кукина, Е. Н. Брендинг территорий: сущность и принципы разработки / Е. Н. Кукина // Известия волгоградского государственного технического университета. – 2011. – №4 (77). – С. 204–209.
16. Ferreira, P., Dionísio, A. City brand: What are the main conditions for territorial performance?/ Ferreira, P., Dionísio, A.// Sustainability (Switzerland). – 2019. – 11 (14). – P. 3959.
17. Pobirchenko V., Shutaieva E., Karlova A., Polyukhovich E. Territory brand: Approaches to definition, simulation methodology / V. Pobirchenko, E. Shutaieva, A. Karlova, E. Polyukhovich// Journal of Environmental Management and Tourism. – 2019. – №10 (6). – P. 1351–1364.
18. Гуцалов, А. А. Культурный бренд и брендинг территорий. / А. А. Гуцалов // Культурное наследие России. – 2018. – № 3. – С. 86–91.
19. Тукмакова, М.Р., Фахрутдинова, И.А. Творческие индустрии как метод ревитализации льно-прядильной фабрики Алафузова в г. Казани. / М.Р. Тукмакова, И.А. Фахрутдинова // Известия КГАСУ. – 2017. – № 2(40). – С. 45–51.
20. Дембич, А.А., Закирова, Ю.А. Методика комплексного освоения городской территории на примере Адмиралтейской слободы г. Казань. / А.А. Дембич, Ю.А. Закирова // Известия КГАСУ. – 2015. – №2(32). – С. 114–122.



Лицензия Creative Commons

Это произведение доступно по лицензии Creative Commons «Attribution-ShareAlike» («Атрибуция - на тех же условиях»).

4.0 Всемирная

Дата поступления: 16.11.2020

# «GENIUS LOCI» AS AN IMPULSE TO THE REVITALIZATION OF THE ADMIRALTEYSKAYA SLOBODA AREA IN THE CITY OF KAZAN

**Stepanchuk Alena V.**

PhD. (Architecture), Senior Instructor, Department of Urban and Rural Planning,  
Kazan State University of Architecture and Engineering  
Russia, Kazan, e-mail: [alena.stepanchuk@bk.ru](mailto:alena.stepanchuk@bk.ru)

**Gafurova Svetlana V.**

Assistant Instructor, Department of Urban and Rural Planning,  
Kazan State University of Architecture and Engineering  
Russia, Kazan, e-mail: [svetlanagaff@mail.ru](mailto:svetlanagaff@mail.ru)

**Latypova Maria S.**

Senior Instructor, Department of Urban and Rural Planning  
Kazan State University of Architecture and Engineering  
Russia, Kazan, e-mail: [latypovamary@gmail.com](mailto:latypovamary@gmail.com)

УДК: 711.585

ББК: 85.118

DOI: 10.47055/1990-4126-2020-4(72)-6

## Abstract

*The transformation of the concept of «genius loci» is considered in the context of redevelopment projects realized in the historical city center and the tangible and intangible aspects of the latter are elicited on the example of Admiralteiskaya Sloboda in Kazan. The study involved the use of general scientific methods, field research and interdisciplinary synthesis. A retrospective, demographic and urban planning analysis revealed challenges and resources of the site. Recommendations are given concerning the preservation of the spirit of the place and the shaping of Admiralteiskaya Sloboda environment's identity: functional enrichment of the area, development of a network of social services, residential reconstruction and construction, preservation of the cultural heritage and transformation of the industrial sites into modern cultural and creative clusters, organization of a landscaped recreational framework, and promotion of the area's cultural brand.*

## Keywords:

*genius loci, cultural brand of the territory, cultural and creative neighborhoods, historical landscape of the territory, morphotypes of residential environment*

## References

1. Sochalin, O. (2020) The 2020 Pritzker Prize 2020 awarded to architects from Ireland for the first time. [online] Architime.ru. Available at: [http://architime.ru/news/pritzkerprize2020/grafon\\_architects.htm](http://architime.ru/news/pritzkerprize2020/grafon_architects.htm) [Accessed 11 March 2020]. (in Russian)
2. Ujma-Wasowicz, K., Sulimowska-Ociepka, A. (2017). Genius Loci – Examples of Changes of the Image of Post-industrial Areas in Poland in the Region of the Upper Silesian Conurbation. In: Advances in Human Factors, Sustainable Urban Planning and Infrastructure, AHFE 2017, pp. 53–63.

3. Polyakova, I.A. (2011) Anthropology of place, or cultural metamorphoses of Genius Loci. *Questions of Cultural Studies*, No. 10, pp. 46–51. (in Russian)
4. Avramchenko, O.A. (2007) «Genius Loci» in small Ural towns. [online] GAUK SO «SOUNB im. V.G.Belinskogo». Available at: [http://book.uraic.ru/project/conf/txt/005/archvuz\\_14\\_pril/31/template\\_article-ar=K41-60-k43.htm](http://book.uraic.ru/project/conf/txt/005/archvuz_14_pril/31/template_article-ar=K41-60-k43.htm) [Accessed 11 March 2020]. (in Russian)
5. Girard, L.F., Nocca, F., Gravagnuolo, A. (2019). City of nature, city of culture, city of regeneration. Towards a landscape-based and culture-based urban circular economy. *Aestimum*, No. 74, pp. 5–42.
6. Ricca, S., Luo, X. (2019). The Implementation of the UNESCO Historic Urban Landscape Recommendation. *Proceedings of the International Expert Meeting, WHITRAP*, pp. 234.
7. Žlender V., Gemin S. (2020). Testing urban dwellers' sense of place towards leisure and recreational peri-urban green open spaces in two European cities. *CITIES*, No. 98, pp. 1–6.
8. Plastova, A.A. (2013). The concept of the «Genius Loci» in architecture. In: *Architectural concepts and experimental projects: myths and reality*. Yekaterinburg: Ural State University of Architecture and Art, pp. 32–33. (in Russian)
9. Ivanov, A.V. (2008). Save the invisible? Genius Loci and architectural ethics (the case of Icheri Sheher, Baku). *Bulletin of Eurasia*, No. 1, pp. 204–241. (in Russian)
10. Anholt, S. (2006) GMI nations brand index. How the world sees the world. *Place Brand Public Dipl, LNCS*, No. 2, pp. 18–31.
11. Baker, B. (2007) *Destination Branding for Small Cities*. In: *The Essentials for Successful Place Branding*. Portland, p.192.
12. Bickford-Smith, V. (2009) Creating a city of the tourist imagination: The Case of Cape Town, The Fairest Cape of Them All. *Urban Studies*, No. 46 (9), p. 1763–1785.
13. Dinnie, K. (2013) *City Branding. Theories and Cases*. Translated from English by Sechnaya, V. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber. (in Russian)
14. Eidelman, B.M., Bunakov, O.A., Fakhrutdinova, L.R. (2019) The main directions of supply chain management development of territorial branding in Russia in modern conditions. *International Journal of Supply Chain Management*, No. 4, pp. 561–566.
15. Kukina, E.N. (2011). Territory branding: the essence and principles of development. *Transactions of the Volgograd State Technical University*, No. 4(77), pp. 204–209. (in Russian)
16. Ferreira, P., Dionísio, A. (2019) City brand: What are the main conditions for territorial performance? *Sustainability (Switzerland)*, No.11 (14), p. 395.
17. Pobirchenko, V., Shutaieva, E., Karlova, A., Polyukhovich, E. (2019). Territory brand: Approaches to definition, simulation methodology. *Journal of Environmental Management and Tourism*, No. 10 (6), pp. 1351–1364.
18. Gutsalov, A.A. (2018). Cultural brand and territory branding. *Cultural Heritage of Russia*, No. 3, pp. 86–91. (in Russian)
19. Tukmakova, M.R., Fakhrutdinova, I.A. (2017). Creative industries as a method of revitalization of the Alafuzov flax spinning factory in Kazan. *Izvestiya KGASU*, No. 2 (40), pp. 45–51. (in Russian)
20. Dembich A.A., Zakirova, Yu.A. (2015). Methods of integrated development of urban territory on the example of Admiralteiskaya Sloboda, Kazan. *Izvestiya KGASU*, No. 2(32), pp. 114–122. (in Russian)