



NATIONAL RESEARCH
UNIVERSITY

HSE University

YasenFest:
Community festival
as a tool of organic place branding
and creative community engagement

Ivan Mitin,
Associate Professor,
Vysokovsky Graduate School of Urbanism,
Faculty of Urban & Regional development



AAG Annual Meeting 2022,
New York (online),
February 25 – March 2, 2022

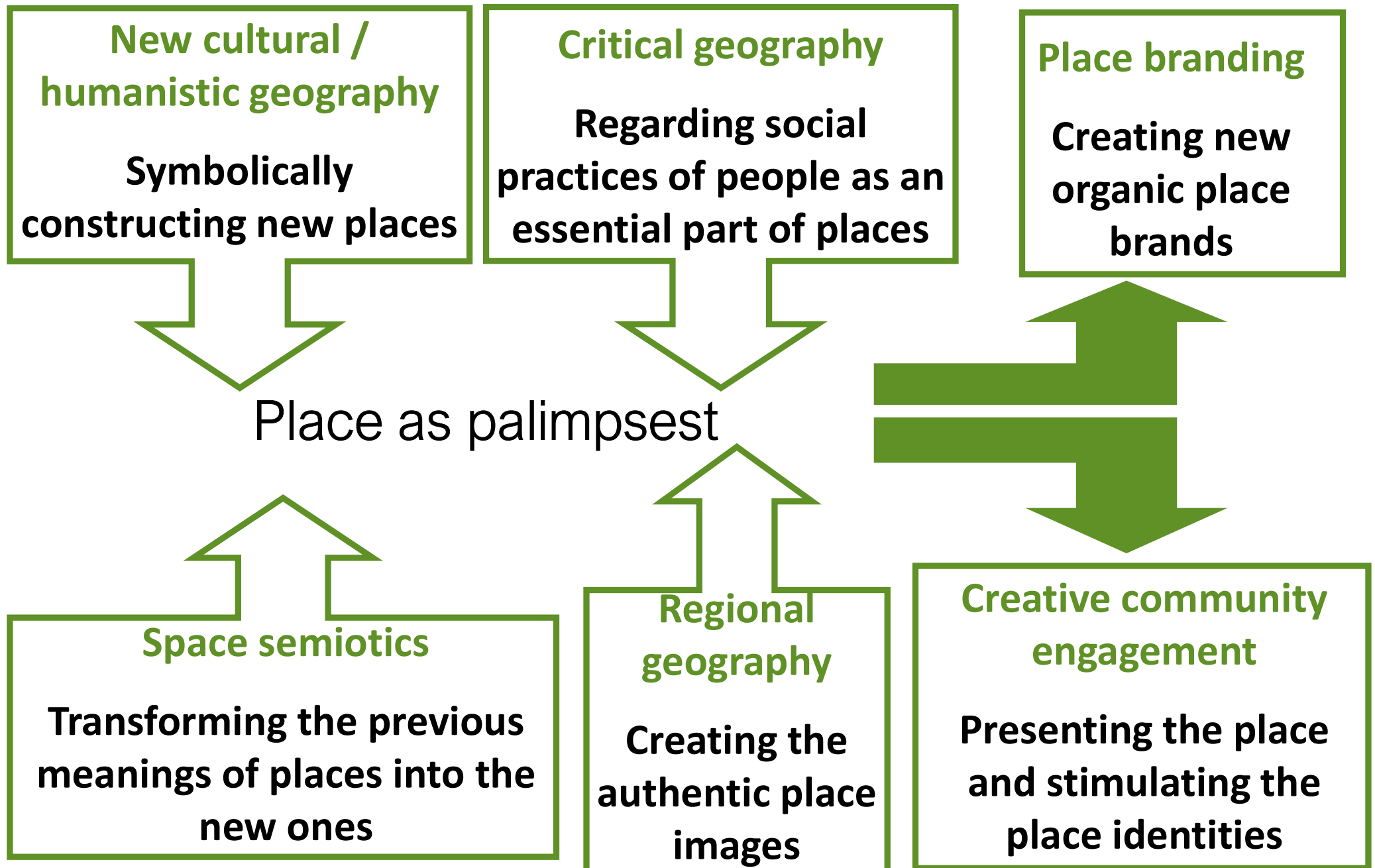


Placelessness of the urban peripheries

The majority of the cities all over the world have their symbolic capital concentrated in the central areas. The attempts of place management to create better urban environments and comfortable living conditions, are often limited to the rebranding and remaking the central squares, streets and/or areas.

Meanwhile, the majority of people, especially in the bigger cities, live in the distant residential areas outside the center. In the post-socialist realm these peripheries are formed of the standardized housing estates, the product of industrial large housing projects of the socialist times. Urban peripheries lack symbolic capital, unique imageries, and local identities. Standardized housing creates the sense of placelessness and uprooting.

People lack any shared values which could form their shared local identities and create cohesive neighborhoods. The increasing residential mobility together with the globalized imageries of the urbanity add to the point turning the vast urban peripheries into the deserts of 'nowhereness'.



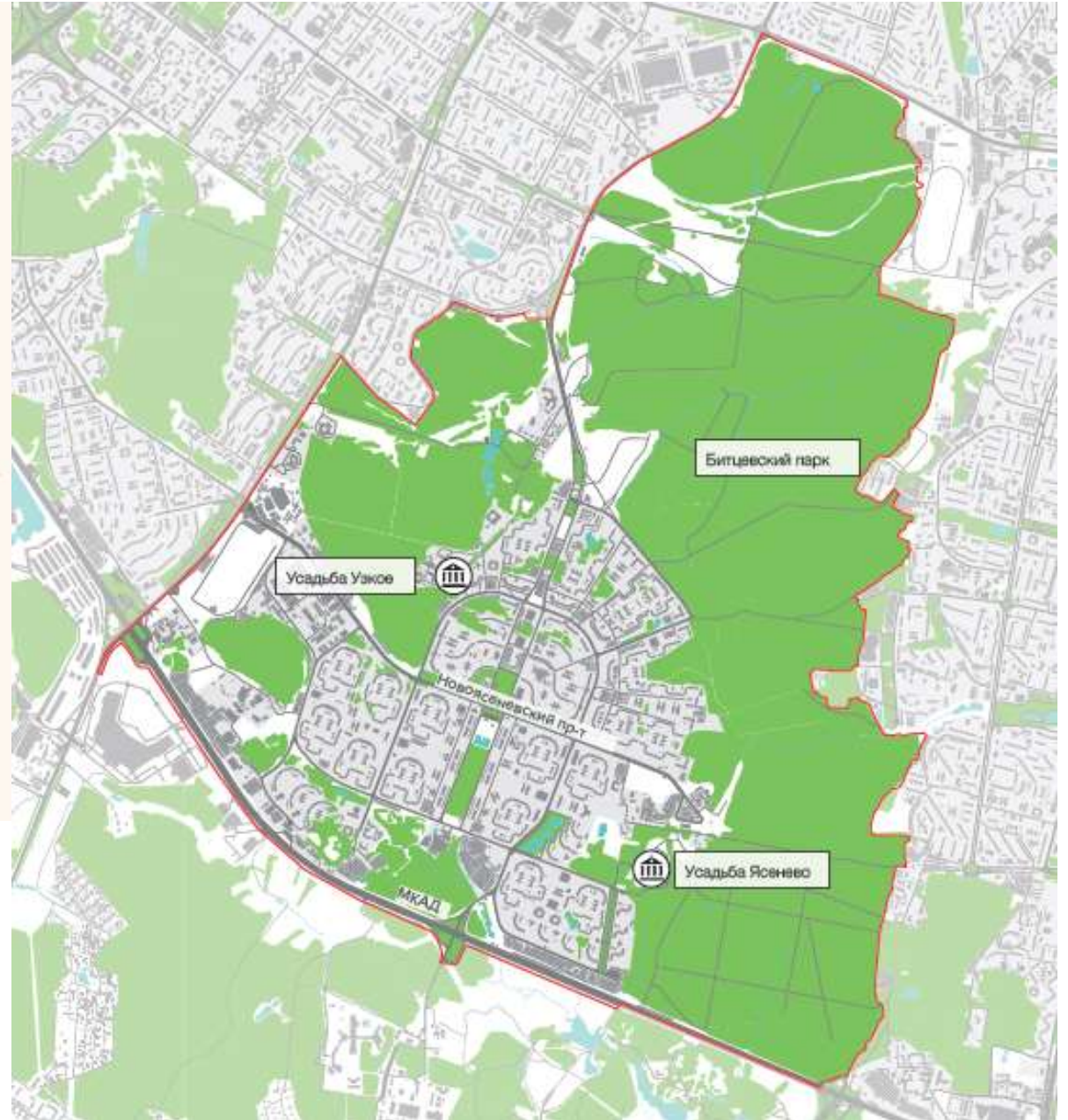
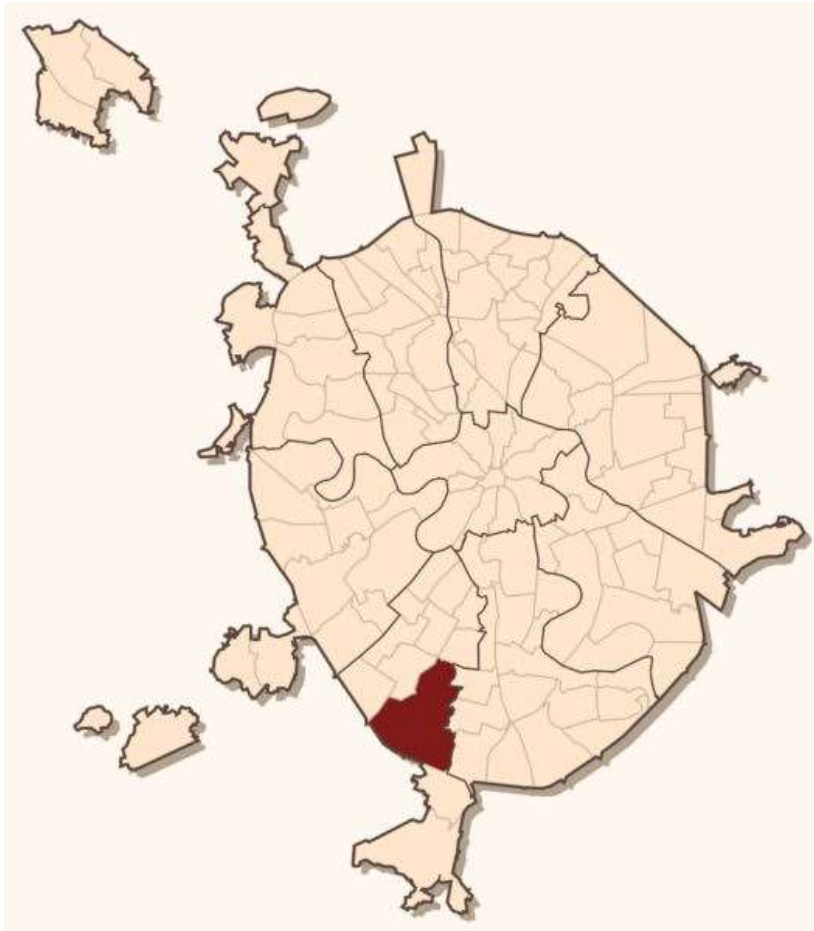


Creative community engagement and participatory placemaking

Place management is a sphere which works with the spirit, personality and sense of place combining place marketing, place branding and placemaking. Organic, or geocultural place branding is the ‘internal’ identity-based place branding.

Every place has its own characteristics and is “uniquely efficient at delivering [its own] value” (Vander, Ark, Tom, 2020, p. 10) creating the one and only ecosystem, around which a community can grow.

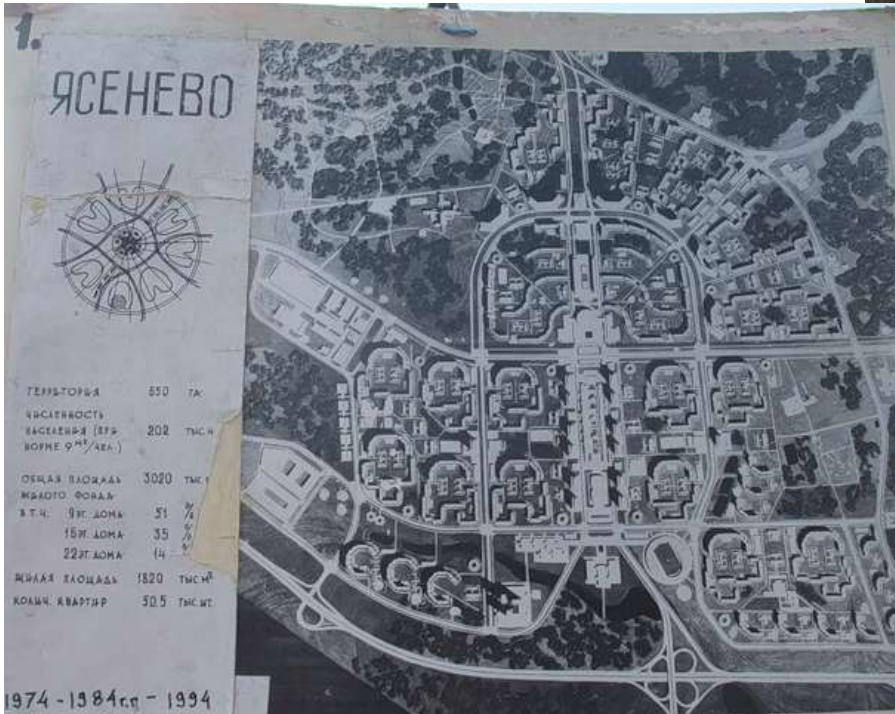
Symbolic cultural co-production is an effective tools of community engagement and stimulating the development of place identity based on unique place images.



Yasenevo in Moscow

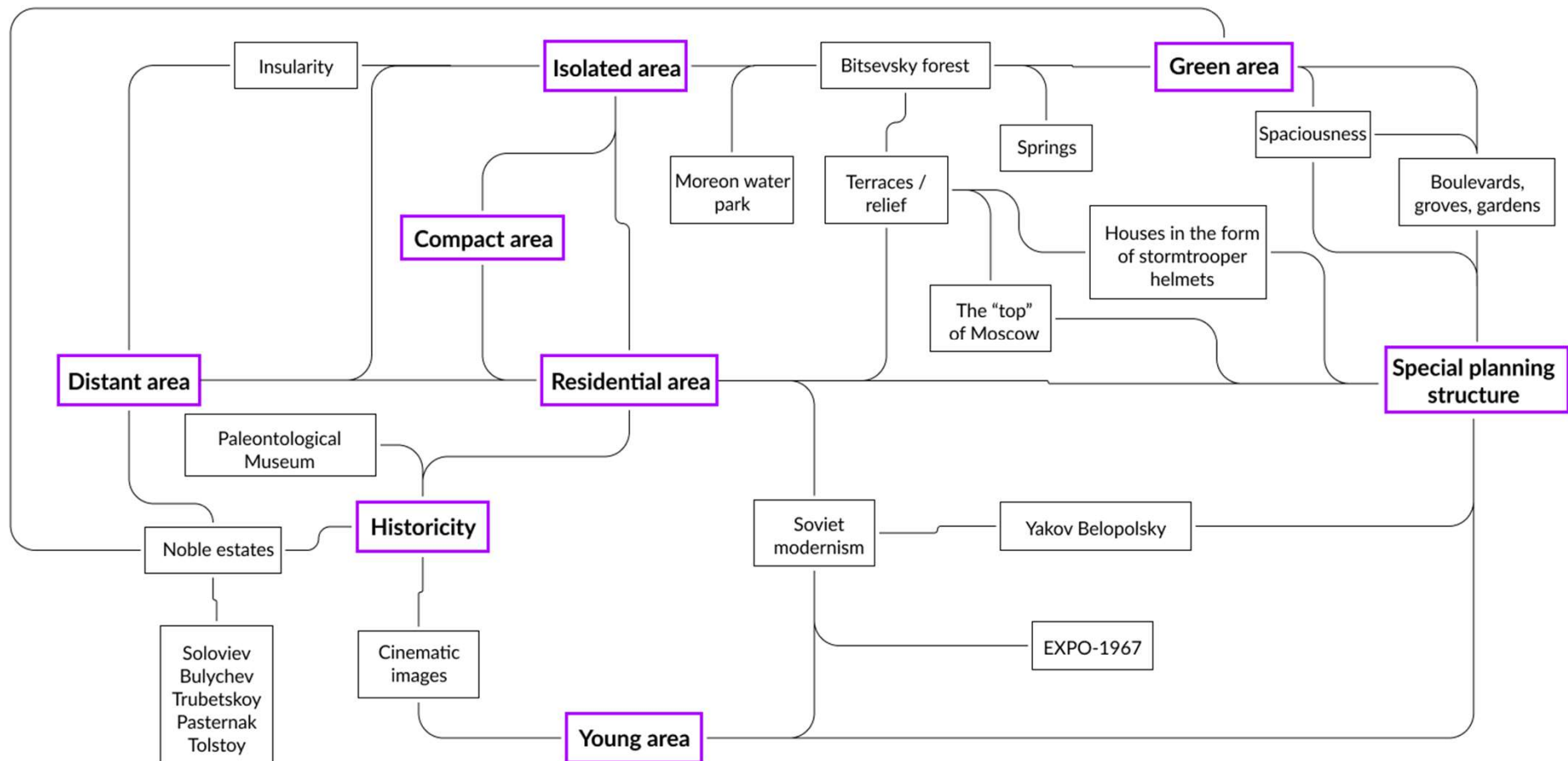


YasenFest: Community festival as a tool of organic place branding and creative community engagement





YasenFest: Community festival as a tool of organic place branding and creative community engagement





The exhibition “My Yasenevo” (2019) was aimed at the presenting Yasenevo as a unique, authentic place in spite of being a standardized large-scale housing project. The exhibition was based on the photos made by the residents and the quotations from the research interviews.



«Выходим на... технический балкон, и вот всё наше Ясенево, как на ладони, простирается, и оно всё зелёное. Там, на Соловьином проезде, лес, который до Чертанова доходит. Вот церковь, Узкое видно за церковью, там ещё одна маковка торчит. Зелень. Прямо перед нашими окнами — то есть я смотрю вот отсюда — и здесь вот лес, вот здесь лес, и вот здесь лес. Здесь, смотришь, тоже пруд — и тоже такой перелесочек. Район объективно такой зелёный. Это хорошо!»
Мария Заболотская

«Ну, так как мы из маленького городочка, то, естественно, у меня... первое очень благоприятное такое впечатление — это то, что очень много зелени. Частно говоря, Москву я не любила и переехала сюда только в силу обстоятельств... Очень я не хотела, но когда я переехала в Ясенево, то мне очень понравился район именно тем, что очень много зелени: очень много деревьев, вот этот Битцевский лес очень понравился, мы с детьми там часто гуляли. Понравилось то, что небольшой райончик, и я себе чувствовала достаточно комфортно, то есть... ощущение, как маленький провинциальный городочек.»
Любовь



«Вроде бы находишься в сердце города, тем более сейчас, когда он растёт на юго-запад, Ясенево стало почти центром города. Мама, когда приезжает ко мне в гости, говорит: «Я в Москве! Я из леса в лес перехожу. Я в Москве!» Её очень удивляет, что тут зелёный.»
Наталья Коноядина

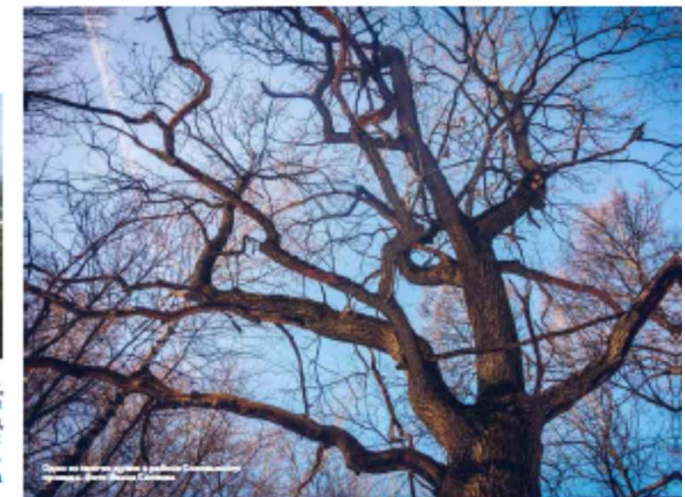
ЗЕЛЁНЫЙ РАЙОН

«Мне нравится. Я считаю, что это хороший район: зелёный. Зелёный, зелёный и ещё раз зелёный.»
Александр Зотов



«Мне как раз... очень приятно, что у меня в районе есть лес — и не один. Я могу туда пойти и совершенно не забываю о том, что я в Ясенево, как раз мне приятно, что это часть нового района, хотя формально, потому что там, к счастью, нет никакого строительства, жилых массивов и так далее.»
Михаил Казарцев

«В этом районе вот этот вот огромный лес... И такой большой лес, что, наверно, процентов на 70, как в вику, сохранён именно в виде леса, а не в виде парка.»
Любовь





‘YasenFest’ festival = 45th Anniversary of Yasenevo (2021)

Bottom-up approach and the focus on the commons.

The locals’ voices and visions instead of spatial representations as our research results.

Focus on the ideas, claims and emotions of the local residents, making their voices heard and thus stimulating local identities to become the shared values uniting the cohesive local communities.

Фестиваль «ЯсенФест»





The exhibition “Gazing into my Yasenevo” formed by the photos gathered by one of the local social network communities.

*“The locals are the best photographers
of Yasenevo. Only they can single out
the unusual in their everyday lives,
like a lovely sunset or a picturesque
person walking by”*

From the news release

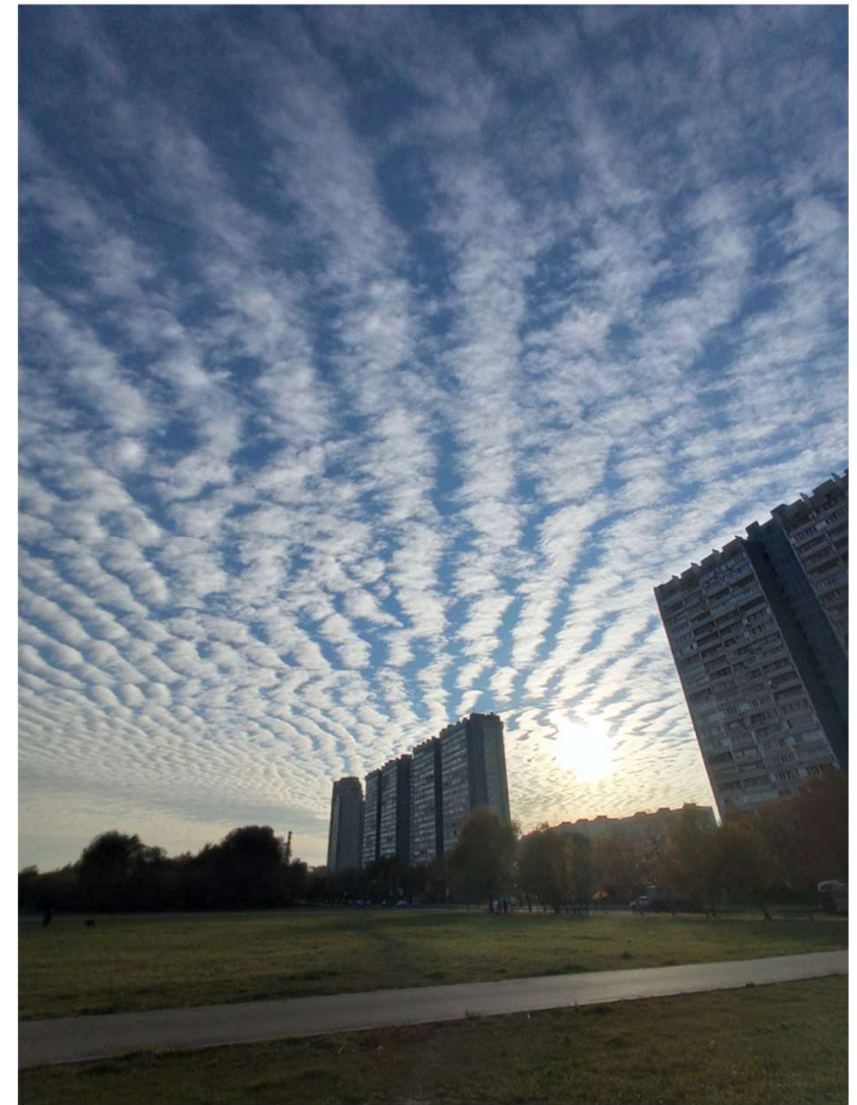
4 themes of the exhibition:

Feeling the nature close

Seeing the nature entering our neighborhood

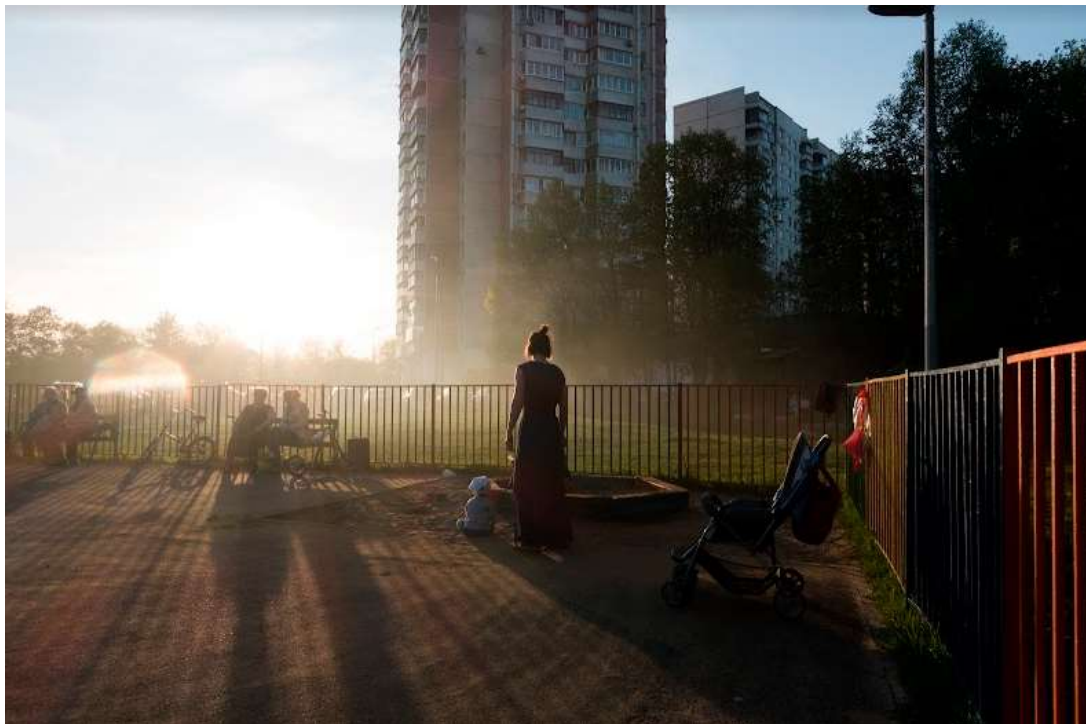
Learning the geometry of modernism

Recognizing ourselves as Yasenevo dwellers





YasenFest: Community festival as a tool of organic place branding and creative community engagement





YasenFest: Community festival as a tool of organic place branding and creative community engagement

**35 people participated in the opening of the exhibition on November 13, 2021.
2039 people visited the exhibition during 2 weeks in November.**





The presentation of the boarding game “United States of Yasenevo” as a competition for all the 18 blocks of Yasenevo, a virtual walk around the area and storytelling about its prominent sights and local histories



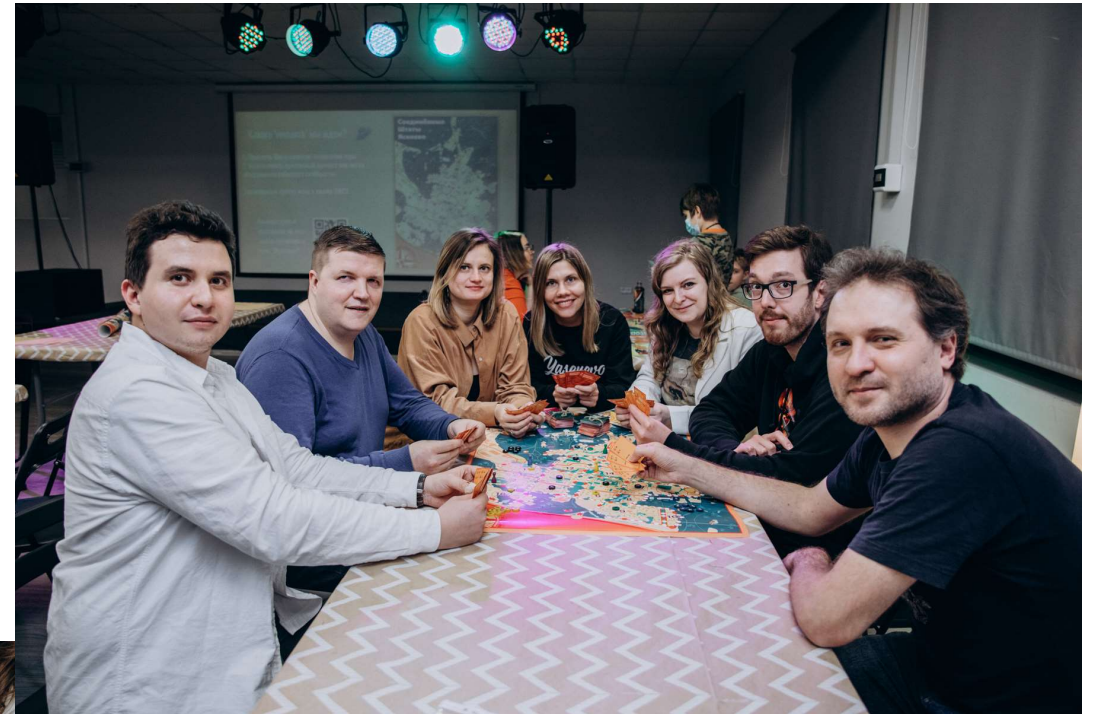


The first 35 testers played “United States of Yasenevo” boarding game on November 13, 2021





YasenFest: Community festival as a tool of organic place branding and creative community engagement





NATIONAL RESEARCH
UNIVERSITY



YasenFest:

Community festival as a tool of organic place branding and creative community engagement

Ivan Mitin,

Associate Professor,

Vysokovsky Graduate School of Urbanism,

Faculty of Urban and Regional Development,

National Research University Higher School of Economics

<https://www.hse.ru/en/staff/mitin>

imitin@hse.ru