

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Е. В. Лебедева

**ГОРОДСКАЯ СРЕДА
В СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ
ТРАНСФОРМАЦИЯХ
БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА**

МИНСК
БГУ
2021

УДК 316.334.56(476)
ББК 60.546.21(4Бел)
Л33

*Печатается по решению
Редакционно-издательского совета
Белорусского государственного университета*

Рецензенты:

доктор социологических наук, профессор *Д. К. Безнюк*;
доктор социологических наук, доцент *А. Г. Филипова*

Лебедева, Е. В.

Л33 Городская среда в социокультурных трансформациях белорусского общества / Е. В. Лебедева. — Минск : БГУ, 2021. — 195 с.
ISBN 978-985-881-122-8.

Книга является результатом более чем десятилетнего опыта исследований, посвященных жизни постсоветских городов. Общей темой, объединившей разнородные, на первый взгляд, исследовательские вопросы (советское публичное пространство, новые технологии и цифровые города, городская социализация, тактический урбанизм, функции городской среды и др.), стала идея создания дружественного города. Представлен теоретический анализ разнообразных подходов и направлений интерпретации понятия «городская среда», рассмотрены факторы и механизмы формирования городской среды на современном этапе, предложена структурно-функциональная модель дружественного города, а также система параметров и критериев его эмпирической оценки.

**УДК 316.334.56(476)
ББК 60.546.21(4Бел)**

ISBN 978-985-881-122-8

© Лебедева Е. В., 2021
© БГУ, 2021

ВВЕДЕНИЕ

Город – одно из самых неоднозначных изобретений человечества. С одной стороны, он часто подвергается критике: города ухудшают экологию, обостряют социальные конфликты, приводят к углублению неравенства и концентрации бедности. Города – это переполненные автомобилями дороги, болезни, преступность, отчуждение и одиночество. Однако с другой стороны, именно в городах зарождается дух свободы и инноваций, именно города позволяют использовать ресурсы наиболее эффективно, а также предоставляют максимальные возможности для образования и самореализации. Города – это новые технологии, приток капитала, разнообразие, выбор и сотрудничество. Очевидно, что корень всех проблем заключается не в самом существовании городов, а в том, как, куда и с какой скоростью они движутся в своем развитии.

В начале XX в. американской социолог Р. Парк метко назвал город социальной лабораторией, ибо, «...сотворив город, человек, невольно и не представляя себе отчетливо смысла этой работы, преобразил самого себя»¹. Сейчас же мы можем констатировать усложнение этой лаборатории и экспериментов, осуществляемых городскими властями, городскими службами, бизнесом и разными группами горожан в ней. Обратная сторона урбанизации (ухудшение экологии, ослабление и утрата социальных связей между индивидами, нарастание тенденций сегрегации и индивидуализации, доминирование автомобильной культуры и т. д.) запустила процесс бегства населения из города в пригород, малые города или сельскую местность, однако стимулировала социальный запрос на преобразование городской среды, повышение степени ее комфортности и безопасности.

¹ См.: *Парк Р.* Город как социальная лаборатория // Социол. обозрение. 2002. Т. 2, № 3. С. 4.

Метафорически город можно представить как банк для хранения и приумножения человеческого капитала. Соответственно, надежность «банка» определяется качеством городской среды, ее дружелюбностью по отношению к человеку. Одни города как надежные «банки» притягивают людские ресурсы, активно способствуют их капитализации, другие — напротив, приводят к истощению «размещенного» в них человеческого потенциала: горожане либо стремятся покинуть такие города, либо полностью прекращают свое развитие.

Как банки конкурируют между собой за деньги вкладчиков, так и современные города ведут борьбу за жителей — за их таланты, идеи и деньги. Цель этой борьбы — стать привлекательными для людей, сделать так, чтобы жителям было комфортно. В связи с этим в публичной риторике все чаще звучат такие словосочетания, как «дружественная городская среда», «доброжелательная городская среда», «город гармоничного развития», «город, пригодный для жизни» и др. Интерес к городу проявляют не только исследователи, но и управленцы, практики, вовлеченные в деятельность различных городских служб, представители органов, обеспечивающих безопасность в городе и на дорогах.

Казалось бы, за последние десятилетия активного научного поиска любая из всевозможных проблем городской жизни была исследована, любой из многочисленных ее аспектов детально описан. Тем не менее как только начинается практическая работа по созданию города (планирование новых районов, уплотнение старых, репрофилирование территорий, строительство дорог и новых зданий и др.), архитекторы и градона начальники неизменно сталкиваются с трудностями. Становится очевидным, что ни накопленный исследовательский материал, ни апробированные методы социологического изучения города не позволяют в полной мере понять его социальную специфику, раскрыть глубинные механизмы. И дискуссии по поводу предмета и методов городских исследований разгораются с новой силой.

Отчасти объяснить данную ситуацию можно тем, что город — сложный объект для изучения, потому при анализе социальных процессов, происходящих в нем, необходим междисциплинарный подход (совместная работа над исследованием социологов, антропологов, архитекторов, культурологов, психологов, экономистов и т. д.). Усложняет ситуацию и то, что русскоязычное направление городских исследований до сих пор остается неинституционализированным и представляет собой скорее компиляцию отдельных парадигм, принципов и частного исследовательского опыта.

Несмотря на популярность городских исследований, сохраняющуюся на протяжении последнего десятилетия, по-прежнему наблюдается недостаток работ, посвященных измерению качества городской среды. До настоящего момента не выработано четкое определение понятия «дружественная городская среда», а используемые смысловые значения данного термина могут значительно различаться в зависимости от контекста. С другой стороны, употребляется множество различных по звучанию, однако сходных по смыслу определений – «дружественная городская среда», «доброжелательная городская среда», «город гармоничного развития» и т. д. Кроме того, нет универсального подхода к выделению критериев измерения качества городской среды, что значительно затрудняет проведение ее сравнительного анализа, а также вносит субъективизм в построение любых рейтингов городов или жилых районов с точки зрения их дружественности.

Исходя из сказанного, в процессе работы над книгой были поставлены следующие *задачи*:

1) систематизировать имеющиеся социологические подходы к интерпретации понятия «городская среда», определить роль публичного пространства в функционировании городской среды;

2) проследить периоды социокультурной эволюции среды белорусских городов (советский, переходный и современный);

3) обозначить основные черты новейшей истории развития белорусских городов;

4) выявить роль внешних и внутренних факторов (техногенные, социокультурные и др.), оказавших наиболее заметное влияние на роль городов в современном белорусском обществе;

5) построить структурно-функциональную модель городской среды и предложить комплексные критерии измерения ее качества.

Теоретической основой монографии выступили представления о «производстве пространства» А. Лефевра, теория структуризации и теорема дуальности социальных структур Э. Гидденса, а также некоторые положения структурного функционализма Р. Мертона (в частности, его представления о функциях и дисфункциях). Интерпретация собранного эмпирического материала осуществлялась с применением феноменологической редукции (А. Шюц, Г. Гарфинкель).

Общие *методологические принципы* книги:

- принцип историзма (исследование процесса развертывания сущностных характеристик города через конкретные историко-территориальные и социокультурные феномены);

- принцип синергетики (изучение города как самоорганизующейся, сложной, нелинейной и открытой системы);
- принцип антропологизма (внедрение в процесс управления городом принципов человеческой целостности и приоритета человеческих потребностей).

Понимание города в духе антропоцентрического подхода предполагает, что главная ценность городской среды – развитие человеческого капитала (который, в свою очередь, легко конвертируется во все остальные виды – экономический, культурный, технологический и т. д.). Для анализа эмпирической информации также использовался *структурно-функциональный подход* как универсальный логический принцип анализа социальной реальности. Городская среда в этом смысле представляется как гетерогенное, неустойчивое образование, сложная, многоуровневая функциональная система, в основе которой лежит системообразующая функция – общий интерес (общий фактор). Устойчивость (гомеостаз) данной системы зависит от того, насколько точно учтены потребности горожанина как объекта воздействия городской среды.

Эмпирической основой монографии стали результаты качественных и количественных исследований, проводимых автором в течение пяти лет (с 2016 по 2021 г.). Сюда вошли: анкетный опрос студенческой молодежи (прил. 1), экспертные интервью со специалистами в сфере коммуникации и связей с общественностью (прил. 2), экспертные интервью со специалистами по созданию дружественной городской среды для детей и молодежи (прил. 3), массовый анкетный опрос и телефонное интервью (САП), проведенное с жителями г. Минска (прил. 4 и 5). Кроме того, в качестве вспомогательных были использованы методы ретроспективного глубинного интервью (пункт 1.2), качественный анализ содержания соседских чатов (пункт 1.3), а также глубинное интервью о рисках, связанных с использованием цифровых технологий (пункт 2.1).

Структура издания соответствует поставленным задачам исследования. Первая глава является преимущественно теоретической и раскрывает возможности и направления социологического анализа городской среды. В пункте 1.1 городская среда рассматривается как определенный культурный срез, функциональное единство различных культурных форм, представленных как в территориальном (физическом), так и в пространственном (социальном) выражении. Отдельное внимание уделяется описанию роли публичного пространства как важнейшего структурообразующего элемента городской сре-

ды. Фактически публичное пространство — тот связующий элемент, который делает город городом, превращает атомизированное собрание разнородных элементов в живой социальный организм. Пункт 1.2 посвящен историческому ракурсу анализа городской среды. В нем изложен авторский взгляд на эволюцию среды белорусских городов, ее движение от советского (через переходный) к новейшему этапу. Завершается первая глава (пункт 1.3) анализом современного состояния городской жизни. Изучаются основные предпосылки, сделавшие возможными текущие трансформации городской среды, — преобразование экономической основы развития, глобализация, усиление международных экономических связей и повышение мобильности населения, активное внедрение в городскую среду инновационных технологий (развитие умных городов) и пандемия коронавируса нового типа, охватившая весь мир в 2020 г. Вышеперечисленные факторы привели к тому, что город все чаще воспринимается горожанами как коллективный ресурс, результат кооперации, «близость, плотность и соседство»¹. Исследовательский дискурс обогащается новыми понятиями. Среди них центральное место занимает право на город как возможность активного преобразования городской среды, приведение ее в соответствие с артикулируемыми потребностями горожан.

Во второй главе исследовательский ракурс смещается в сторону факторов и механизмов развития городской среды на современном этапе. Города как сложные системные образования (своего рода «живые организмы») не существуют в вакууме, они (как и настоящие живые организмы) находятся в тесной взаимосвязи с окружающей средой. Жизнь городов обусловлена такими факторами, как специфика политического устройства конкретного государства, состояние его экономики, культурные и религиозные традиции, социальные нормы и ценности. Понимая безусловную важность и необходимость изучения всех названных аспектов внешней среды, акцент в данной книге мы делаем на трех группах факторов: техногенных (роль цифровых технологий в функционировании белорусских городов), социокультурных (влияние ценностных трансформаций), а также коммуникативных (значение коммуникативных механизмов в развитии городов).

В третьей главе представлены возможности эмпирического анализа городской среды. В пункте 3.1 приводится аргументация в пользу

¹ См.: *Глейзер Э.* Триумф города. Как наше величайшее изобретение делает нас богаче, умнее, экологичнее, здоровее и счастливее. М., 2014.

выбора структурно-функционального метода исследования города, на основе качественных и количественных данных строится структурно-функциональная матрица дружественной городской среды, обозначаются ключевые принципы ее устойчивого развития. Пункт 3.2 углубляет сделанные выводы о функциях города и переводит их в плоскость эмпирических индикаторов, подходящих для комплексного замера качества городской среды. Подчеркивается важность ориентации на междисциплинарный подход, совмещения территориальных и пространственных критериев, т. е. объективных и субъективных, а также отказ от абсолютизации количественных показателей в проектировании городской среды и смещение в сторону реализуемых функций.

Считаем, что книга будет представлять интерес не только как теоретико-методологические рекомендации для социологов, но и как источник новых идей и творческого поиска для урбанистов, архитекторов, преподавателей, магистрантов и аспирантов. Адресуется широкому кругу читателей, небезразличных к тому, что происходит сегодня в сфере городского развития и городских преобразований.

Выражаем признательность рецензентам монографии, экспертам, принимавшим участие в опросе, администрации Белорусского государственного университета, а также тем, кто способствовал опубликованию работы и ее представлению научному и профессиональному сообществу.

Глава 1

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ РАКУРС ИССЛЕДОВАНИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

1.1. Интерпретация феномена «городская среда» в социологии

В разное время вопросам городской социологии посвящали работы М. Вебер, Г. Зиммель, Ф. Тённис, представители Чикагской школы (Э. Бёрджесс и Р. Парк, Л. Вирт) и многие другие. Ранние социологические концепции города характеризовались широкими теоретическими границами, которые охватывали и характерные формы ассоциации и социальной жизни в городской среде (Ф. Тённис [1]), и роль городского развития в социальном изменении (М. Вебер [2]), и особенности ментальной жизни горожан (Г. Зиммель [3]). По мере накопления эмпирического материала городская социология смещалась в сторону структурно-функционального анализа и начала концентрироваться на изучении проблем социальной структуры и социального порядка, специфики организации городской жизни, а также социальных характеристик различных районов в пределах города. Основу такому исследовательскому фокусу положили идеи представителей Чикагской школы, среди которых стоит отметить экологический подход Р. Парка [4], теорию концентрических кругов Э. Бёрджесса [5], концепции гетто Л. Вирта [6] и работу У. Уайта «Общество на углу улицы» [7]. Несмотря на то что современные направления социологии города отличаются значительным разнообразием, включая и этнологические городские исследования (Р. Редфилд [8]), и антропологические (С. Лоу [9]), и символический ракурс (городские символы и коммуникативный потенциал городской жизни Д. Джекобс [10]), изучение

социальной структуры города как ключевой категории городской социологии не утратило актуальности.

За последние несколько десятилетий диапазон социологических исследований города значительно расширился. Городская социология ранее опиралась на производственно-экономическую парадигму, однако постепенно приобрела теоретический характер и обратила внимание на административно-хозяйственное устройство города (М. Вебер), специфику городских социальных взаимосвязей (Ф. Тённис), особенности психической жизни горожан (Г. Зиммель), городской образ жизни (Л. Вирт), а также отличительные свойства городского социального пространства.

Несмотря на разнообразие существующих исследовательских курсов, в основе большинства из них по-прежнему лежит понятие «городская среда». Однако, прежде чем перейти к детальному анализу концепта «городская среда», необходимо обратиться к более широкому термину «социальное пространство».

Стоит отметить, что понятие «социальное пространство» базовое для теоретической социологии (пространственному анализу уделяли внимание такие классики, как О. Конт, Э. Дюркгейм, П. Сорокин, Т. Парсонс и П. Бурдьё), но именно в рамках городской социологии оно получило наиболее полное развитие. Фундамент городских пространственных исследований заложили представители Чикагской школы Р. Парк и Э. Бёрджесс, разработав упомянутую концепцию концентрических кругов. Французский философ и социолог А. Лефевр впервые представил социальное пространство города как социокультурное, определив предметом социологического исследования такой градообразующий компонент, как архитектура [11]. Его идеи получили развитие в работах Лос-анджелесской социологической школы (Э. Сойя, М. Дэвис, Д. Харви, Д. Митчел и др.), сделавшей девизом исследований постулат «исходить из пространства».

Начиная с конца XX в. «пространственный поворот» (усиление пространственно-географической компоненты) проявляется во многих социально-гуманитарных науках (философия, литературоведение, антропология, социология и др.), которые начинают активно оперировать разнообразными метафорами пространства. Современные исследователи даже говорят о возникновении новой дисциплины – культурной географии, рассматривающей пространство как социальный продукт, результат экономического и культурного производства. Основой пространственной парадигмы городской социологии считаются идеи Анри Лефевра, озвученные им в известной работе

«Производство пространства» (1974) [12], дополненные критическими представлениями Эдварда Сойи в книге «Постмодерные географии: восстановление пространства в критической социальной теории» (1989) [13] и Дэвида Харви в публикации «Право на город» (2003) [14]. Суть пространственной парадигмы можно свести к тому, что непосредственное пространство индивидуальной жизнедеятельности конструируется социумом в процессе экономического и культурного функционирования. Учитывая марксистские корни данного направления, за основу любого города берется его физическая пространственная организация («способ производства» города), которая создает особый тип социальных практик, по-своему утилизирующих и преобразующих физическое «тело» города. При этом изменения в «способе производства» (преобразование городской территории) способны сформировать новые социальные практики (привести к появлению новых форм городской жизни).

Прослеживается и обратная связь — новые социальные практики способны преобразовывать старую городскую территорию: «Когда новые социальные практики формируют новое социальное пространство, на обломках старого города возникает новый» [15, с. 275]. Анри Лefевр называет этот бесконечный процесс написанием пространственного кода — «...не просто способ чтения и интерпретации пространства, это скорее способ жизни в этом пространстве и также способ производства его» [12, с. 47—48]. Указанный автор впервые вводит в городскую социологию понятие «право на город», понимая его как процесс постоянного присвоения (но не владения) городского пространства, как право на публичную городскую жизнь, изменение сложившегося порядка вещей.

На практике реализация концепции «право на город» означает то, как в городской среде представлены разные социальные группы (женщины, дети, пожилые люди, люди с ограниченными возможностями, этнические и религиозные меньшинства и т. д.), насколько они «видимы» или «невидимы» в городе.

Э. Сойа анализирует особенности производства пространства в эпоху капитализма, который, по его мнению, отличается неравномерным развитием, порождая неизбежный дисбаланс между экономически развитыми и отсталыми районами, обеспечивающими резерв как рабочей силы, так и рынков сбыта, по сути разделяя город на продавцов и покупателей [13, с. 176]. Капитализм создает пространственное разделение труда, что приводит к жесткой пространственной сегрегации города (рабочие кварталы и бизнес-центры, зоны

активного потребления и промышленные зоны, элитная жилая застройка и городские трущобы). При этом борьба за реализацию права на город часто выливается в массовые уличные беспорядки, когда национальные, социальные или гендерные меньшинства пытаются отстоять свое место в городской среде (к примеру, лос-анджелесский бунт в 1992 г.¹).

Д. Харви смещает исследовательский фокус с масштабных изменений пространственного ландшафта на отдельные географические локусы, впервые вводя в городскую социологию понятие «место», иными словами, осуществляет переход с уровня *space* («пространство») на уровень *place* («место»). При этом любое место есть результат воздействия определенных социальных и экономических механизмов (Д. Харви отвергает феноменологическую традицию приписывания различным местам самопорождающихся сакральных смыслов, таких как «дом», «чувство корней» и т. д.). Автор также подчеркивает, что право на город опосредовано «пространственной организацией политической власти» [14, с. 87], т. е. тем, как именно репрезентирована политическая власть в городском пространстве, что находит отражение в городском планировании, повсеместном видеонаблюдении, установлении правил поведения в публичных местах и т. д. Американский неомарксист Дон Митчелл отметил особое значение публичного пространства для реализации права на город, поскольку это «место, которое позволяет быть видимым»; создавая и присваивая публичные пространства, социальные группы сами становятся публичными, обозначая тем самым свое место в городской среде [16].

Если рассматривать человеческую историю как последовательно разворачивающуюся во времени системную архитектонику, то замыкать ее будет город как самоорганизующаяся система, построенная на сложной совокупности обратных связей, непрерывно стремящаяся к гомеостатическому состоянию, балансу внутренней системности и внешней среды, городской территории и городского пространства. Города обладают рядом специфических особенностей: сложной социально-стратификационной системой, широкими рамками социального взаимодействия, высокой интенсивностью информационных потоков, культурно-духовным многообразием и др. Поведение горо-

¹ Массовые беспорядки в Лос-Анджелесе, продолжавшиеся с 29 апреля по 4 мая 1992 г., унесли жизни 53 человек и были спровоцированы применением неоправданной жестокости со стороны белых полицейских при задержании чернокожего водителя, остановленного за превышение скорости.

жан детерминируется не только и не столько статусной нормативностью (положением в социальной иерархии), но и нормативностью, формирующейся в сообществах и субкультурах, — городской идентичностью, которая представляет собой территориальную идентичность, возникающую из совместной жизни в плотных и гетерогенных городских областях, что можно назвать «пространственным своеобразием урбанизма» [17].

Акторами городской жизни являются мужчины, женщины, пожилые люди, владельцы собак, подростки, родители маленьких детей, велосипедисты, представители творческой интеллигенции, которые в рамках одной культурной среды стремятся удовлетворить свои потребности (реализовать свое право на город). Городская среда представляет собой подвижное образование — бесконечное множество разнообразных и разнонаправленных взаимодействий и взаимоотношений индивидуальных акторов, протекающих в рамках большого количества постоянно меняющихся ситуаций. При этом одни и те же акторы в различных ситуациях взаимодействия могут руководствоваться различными потребностями и преследовать различные цели. Это, в свою очередь, влияет и на ожидаемые ответные действия других, и на восприятие формируемого городского пространства. К примеру, отношение к большому количеству людей, собравшихся на городском празднике, будет значительно различаться в зависимости от тех целей, которые преследует в данный момент времени каждый конкретный человек, — получить доступ к ограниченным ресурсам или же ощутить причастность к чему-то грандиозному, погрузиться во всеобщее веселье. Используя терминологию Т. Парсонса [18], можно сказать, что принципиально важным моментом является взаимодополнимость ожиданий, что позволяет от конфликта интересов перейти к кооперации горожан.

В структуре городской среды, согласно представлениям П. Бурдье о физическом и социальном пространстве [19, с. 49], можно выделить непосредственно саму *территорию* как совокупность объектных аспектов жизнедеятельности человека и *пространство* как совокупность субъектных аспектов, имеющее информационное, социально-нормативное, диспозиционное, коммуникативное, ментальное измерение. Разграничение городской среды на территорию и пространство отсылает нас к концепции Г. Зиммеля, посвященной переходу от традиционного общества к цивилизации, от территориально-хозяйственного типа социальности к «общественному единству» [3]. И если территория города выражается преимущественно в физических единицах,

то пространство города представляет собой скорее социологический факт, обозначающий место соединения разнородных духовных элементов (взгляды, ценности, смыслы), а также центр кристаллизации специфических для города социальных связей.

В классическом понимании социальное пространство представляет собой «систематизированное пересечение связей, объединяющих субъектов, обладающих общими признаками» [20, с. 139]. Чем ближе друг к другу находятся позиции субъектов, групп или институтов, тем больше у них общего, и наоборот, степень удаленности индивидов друг от друга в социальном пространстве отражает социальную дистанцию. Города являются местом исключительного социокультурного разнообразия, они привлекают всевозможных приезжих (чужаки, гости и мигранты), которые несут с собой инновационные идеи.

Важное условие формирования социального пространства города — наличие подходящей для этого территории, а также структурирование взаимодействия горожан путем создания различных поводов для его активизации и интенсификации. В процессе освоения городской территории образуются площадки (локации) взаимодействия горожан, социальное пространство постепенно наделяется различными субъективными значениями и смыслами и начинает выполнять коммуникативную функцию. Классическим примером таких локаций служат места, присвоенные определенными группами горожан (велосипедисты, молодые мамы, «ночные жители», представители субкультур и др.) для своего времяпрепровождения [21], а также крупные открытые территории (проспекты, площади, скверы и др.). При этом городское социальное пространство конструируется не только наличествующими субъектами, но и определенным вкладом, сделанным субъектами прошлыми, что и обуславливает исключительную социокультурную уникальность городов (даже при их внешней архитектурной схожести).

Основные факторы включенности индивида в социальное пространство города — это территориальная идентичность (ощущение места) и социальная активность. Российским исследователем О. С. Чернявской были предложены эмпирические показатели включенности горожан в социальное пространство города: знание о разнообразных территориальных сообществах, членство в ряде сообществ, активная социальная деятельность, связанная с жизнью города в целом или интересами отдельных территориальных сообществ [21].

Как было отмечено ранее, изменения в городской территории вызывают изменения в городском пространстве, и наоборот [12]. Так,

горожане преобразуют городскую территорию, адаптируя ее согласно своим потребностям (например, ул. Октябрьская в Минске). В свою очередь, перемены во внешнем облике городской территории могут влиять на поведение горожан, вызывая как положительные эффекты (к примеру, популярность дополнительного образования, связанная с появлением так называемых открытых пространств), так и отрицательные (рост равнодушия и отчужденности жителей на фоне уплотнения городской застройки). Следовательно, городскую среду можно представить как взаимосвязанное единство территории (географический ландшафт, архитектурная застройка, доступная инфраструктура) и пространства (люди и события) (рис. 1).

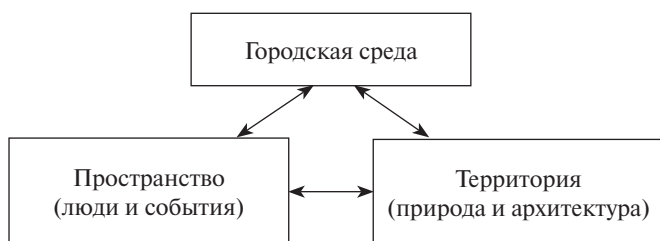


Рис. 1. Городская среда как единство территории и пространства

Учитывая способность к самоорганизации, любая ситуация взаимодействия в границах городской среды может быть описана как интегральное целое (иначе бы город распался на миллионы отдельных атомов). Значит, составными частями города как динамической системы выступают не отдельные функциональные единицы, а культуры как относительно интегрированные системные образования.

Иными словами, *городская среда* — это определенный культурный срез, функциональное единство различных культурных форм, представленных как в территориальном (физическом), так и пространственном (социальном) выражении.

Отдельное внимание в рамках данной темы следует уделить социологической концептуализации городских публичных пространств.

Публичное пространство как структурообразующий элемент городской среды. Публичное пространство — важный структурообразующий элемент городской среды. Оно оформилось на ранних этапах развития города и видоизменялось по мере усложнения функциональной нагрузки, выполняя общественную, торговую, зрелищную, религиозную, политическую и другие функции. До середины XIX в. экологи-

ческая среда города была вполне комфортной, однако с развитием транспортных коммуникаций и промышленности облик европейских городов стал постепенно меняться. Переход от доиндустриальной к индустриальной эпохе обусловил трансформацию публичного пространства, превратив его из средства стимулирования человеческих контактов в «собрание незнакомцев», среди которых горожанин не может чувствовать себя в безопасности. Информационная революция (развитие общенациональных вещательных систем, распространение интернета, виртуализация повседневной жизни горожан) усложнила существующий порядок вещей и привела к тому, что сформировавшееся медийное пространство со временем «колонизировало» пространство публичное, взяв на себя выполнение его ключевых функций.

Вышеперечисленные факторы обусловили значительный рост интереса социологов к изучению публичного пространства города. Одной из первых социально-философских трактовок понятия «публичное пространство» стали представления Ханны Арендт о публичности как, с одной стороны, о всеобщей открытости, а с другой — о противоположности приватности: «Публичное пространство, подобно общему нам миру, собирает людей и одновременно препятствует тому, чтобы мы, так сказать, спотыкались друг о друга» [22, с. 69]. В настоящее время существует множество различных подходов к пониманию городского публичного пространства: как своего рода агоры, «места встреч, споров и диалога между индивидуальным и общим, частным и общественным» (З. Бауман) [23, с. 137]; как публичной сферы, функционирующей исходя из принципа коммуникативной рациональности (Ю. Хабермас) [24]; как совокупности множества конкурирующих между собой публичных сфер, находящихся в противоборстве с доминирующей буржуазной публичной сферой (Н. Фрезер) [25]; как сцены для социального действия [26] и представления себя другим [27].

В российской исследовательской традиции проблематика городского пространства также часто встречается. Так, В. Вахштайн фокусируется на повседневных практиках в городской среде [28], А. Желнина — на протестном потенциале публичного пространства [29], А. Хохлова — на культурном производстве и потреблении городского публичного пространства [30].

Вышеперечисленное многообразие взглядов можно условно разделить на две группы: публичное пространство как агора — место, где осуществляется выработка важных решений, не связанных напрямую с частными интересами отдельных индивидов (Ю. Хабермас, Х. Арендт, З. Бауман и др.), и публичное пространство как сцена —

место, где протекает публичная жизнь, осуществляется социальное взаимодействие (И. Гоффман, Ш. Зукин, Д. Джекобс, Л. Лофланд, Р. Сеннет, Р. Ольденбург и др.).

Для первой группы (публичное пространство как агора) характерно преобладание политического оттенка в интерпретации публичного пространства: данный термин, как правило, употребляется в контексте борьбы за право на город, выработки различных политических решений или решения общественно значимых вопросов¹.

Вторая группа подходов (публичное пространство как сцена) рассматривает публичность как социальность (sociability) – способность к осуществлению социального взаимодействия, социальной жизни. Под публичными пространствами в данном случае подразумевают пространства, где имеют место «множественные незапланированные взаимодействия», где «незнакомые люди могут встречаться и наслаждаться компанией друг друга» [26, с. 60], пространства, выступающие в роли «универсального социального смесителя» [31, с. 21] или сцены для «представления себя другим в повседневной жизни» [27, с. 164]. Это могут быть как промежуточные пространства (городские площади, улицы и тротуары, парки и скверы, аллеи и бульвары), так и разнообразные третьи места (кофейни, пабы, клубы по интересам и т. д.). Форма здесь вторична, поскольку самая важная характеристика городского публичного пространства заключается в том, что в нем происходит (или может происходить).

В интерпретации Линн Лофланд всевозможные городские места условно разделены на две большие группы, характеризующие их принадлежность к публичной или частной сферам городской жизни. Для каждого места свойственен особый тип социальных практик: личные социальные отношения (реализуются в частной сфере: в семье, среди друзей и т. д.), публичные социальные отношения (взаимодействия незнакомцев, характерные для публичной сферы), а также промежуточный местно-локальный тип социальных отношений (к примеру, соседские сообщества) [32, с. 12]. Безусловно, граница между частным и публичным в городском пространстве условна, а в определенных ситуациях может и вовсе исчезать, однако функциональность этих двух сфер существенно различается. По мнению американского социолога Шарон Зукин, публичное пространство характеризуется возможностью самостоятельно «режиссировать» собственную активность (устанавливать «правила игры») и свободным доступом для всех

¹ Более подробно указанный подход будет рассмотрен в пункте 1.3.

[33, с. 33]. Подчеркнем, что фундаментальной мотивацией посещения публичного пространства не может быть ни личная выгода, ни гражданский долг.

Задача городского публичного пространства заключается в том, чтобы обеспечивать неформальное, неструктурированное и необязательное общение горожан, выступать в качестве ключевой точки неформальной публичной жизни, а также «делать возможной коммуникацию между разнородными индивидами и группами, что создает такой положительный феномен, как космополитизм» [32, с. 214].

Публичные пространства важны городам как средство реализации потребности в публичной культуре и практиках, как *площадка для событий, конституирующая общество*. Философ Борис Гройс цитирует в книге «Публичное пространство: от пустоты к парадоксу» знаменитого французского архитектора Жана Нувеля, который подчеркивал, что его задачей является «создание вакуума, создание пустоты, в которой общество могло бы себя осознанно конституировать» [34]. Речь в данном случае идет о так называемых нулевых пространствах – пространствах, обладающих потенциалом для конституирования социальности, удобных для осуществления различных коммуникативных практик, позволяющих незнакомым ранее людям смешиваться и образовывать сообщества. Оно должно обладать такими характеристиками, как удобство для осуществления коммуникативных практик, наличие поводов для активизации коммуникации и др. К архитектурным особенностям публичного пространства в рассматриваемой интерпретации можно отнести: доступность, безопасность, оборудованность (присутствие травяного покрытия, тротуаров, обеспечение необходимых траекторий движения, пандусов, освещения, а также специализированного оборудования для маломобильных групп населения), возможность наблюдения, возможность самопрезентации, мультифункциональность (способность трансформироваться, подстраиваясь под потребности различных социальных групп) [35].

Современные формы организации городского публичного пространства должны быть достаточно мобильны, «они не требуют собственной территории, с удовольствием пользуясь “чужой”. Такие “пространства-трансформеры” могут не иметь собственной стабильной идентичности “места” – они определяются через ту активность, которую вмещают, превращаясь в “места-процессы”» [36]. По мнению Р. Ольденбурга, функцию третьего места могут выполнять небольшие магазинчики и аптеки, местные отделения почты, библиотеки и даже школы [31]. При этом какой-либо территориальный объект (библио-

тека или школа) может играть роль третьего места не на постоянной основе, а время от времени, например выступая в качестве площадки для реализации различных социальных инициатив. Временная (событийная) организация публичного пространства способствует поддержанию в нем *социальной гетерогенности*, предоставляя возможность встретиться с чем-то новым, незнакомым (опытом, людьми, идеями и т. д.). Жестко зафиксированное публичное пространство постепенно приобретает черты закрытого клуба для избранных, что способствует социальной сегрегации и, по мнению Р. Сеннета, является «восхвалением идеи гетто» [26, с. 337]. Кроме того, событийная организация публичных пространств позволяет по очереди использовать возможности городской территории и *снижает вероятность конфликта* между различными группами горожан за одно и то же третье место (что особенно актуально в густонаселенных городах, а также городах с недостаточно развитой инфраструктурой).

Как отмечалось ранее, важна не форма третьего места, а его содержание (то, что там происходит), насколько оно справляется с ролью сцены для социального действия. Часто внешний облик городских публичных пространств (кафе, прогулочные зоны, городские парки и т. д.) не позволяет в полной мере охарактеризовать их функциональность. Для этого необходимо более глубокое понимание роли и событийного наполнения третьего места в жизни современного горожанина, что и было осуществлено в ходе проведенного исследования (см. прил. 1). В качестве объекта исследования была выбрана студенческая молодежь Минска. Обосновать такой методологический выбор можно следующими обстоятельствами. Прежде всего, студенты располагают достаточными временными ресурсами, позволяющими организовывать свой досуг в границах городского пространства (только 31,1 % опрошенных студентов в свободное от учебы время регулярно подрабатывают). Кроме того, молодежная возрастная группа находится в процессе активного формирования круга социальных контактов, испытывает повышенную потребность в социальных связях, знакомствах, общении с новыми людьми, следовательно, чаще других будет обращаться к городским публичным пространствам как к универсальным социальным смесителям. И, наконец, небольшой объем материальных ресурсов, которыми чаще всего располагают студенты, способствует появлению у них разнонаправленных досуговых практик, выходящих за пределы традиционного посещения кафе и ресторанов, что более характерно для старших возрастных групп.

Тот факт, что наиболее популярные досуговые практики современных студентов связаны с новыми информационными технологиями (интернет, игры, фильмы, общение в социальных сетях и т. д.), не является достаточным основанием для отказа от пространственной парадигмы в изучении их городской жизни. Виртуальное пространство не заменяет (и не заменит) собой всю сферу городского пространственного опыта. Подавляющее большинство горожан живут локально и воспринимают свое пространство как какое-то определенное место (или набор мест). В подтверждение этой мысли 82,6 % опрошенных студентов регулярно проводят свободное время вне дома. Около половины (48,1 %) отметили наличие конкретного своего места в городе, еще 19 % активно осваивают городское публичное пространство в поисках новых локаций.

Минск был выбран в качестве площадки для сбора эмпирической информации как классический образец советского города, фактически заново отстроенный в период расцвета советской власти (после 1945 г.), «мифическо-символический “город Солнца”, т. е. идеальный город советской мечты» [37, с. 33], обязанный советскому строю и внешним видом, и обновлением. Обратимся к результатам исследования.

Л. Лофланд выделяет три типа мест, или локусов городской жизни: памятные места, фиксирующие моменты коллективной памяти (храм, публичный парк), знакомые места (местный продуктовый магазин, бар, забегаловка) и домашние территории (места, где люди чувствуют себя как дома, свободны вести себя так, как захотят) [32]. Анализ пространственной локализации свободного времени студенческой молодежи позволил разбить городское публичное пространство на три большие группы, сходные по содержанию с вышеуказанными типами.

1. *Повседневное пространство*, в котором студенты обитают чаще 2–3 раз в неделю. По результатам исследования к таким местам относятся различные территории, прилегающие непосредственно к жилой зоне (пространство жилого двора, парка или сквера), а также прогулочные зоны (улицы) в центральной части города. Данные места в качестве повседневных локусов городской жизни выбрали 46,2 % респондентов.

По мнению американской урбанистки Джейн Джекобс, «тротуары в больших городах служат множеству иных целей, помимо передвижения пешеходов... Если улицы города выглядят интересно, интересным выглядит и сам город; если они выглядят уныло, унылым выгля-

дит и сам город. Если мы говорим, что город представляет опасность, это означает, что опасными нам кажутся городские улицы» [10, с. 49]. Чем лучше городские улицы будут приспособлены для комфортно-го взаимодействия индивидов, тем более они будут оживленными и, следовательно, безопасными, так как «оживленная городская улица, как правило, безопасна, а безлюдная городская улица может таить в себе опасность» [10, с. 49]. Оживленность достигается как подходящим внешним видом улицы (наличие уличных кафе, удобных скамеек, безопасных игровых зон и т. д.), так и разнообразной событийной наполненностью (выступления уличных музыкантов, работа уличных художников и т. д.). Если же улицы города захвачены автомобилями, нуждаются в благоустройстве или по каким-либо другим причинам представляют собой некомфортные, пугающие и безжизненные пространства, то городская социализация чаще всего приобретает маргинальный (а в ряде случаев криминальный) характер.

2. Пространство привычного досуга (третье место). К этой группе можно отнести локации, в которых студенты регулярно проводят свободное время (от 1–2 раз в неделю до 2–3 раз в месяц). Наиболее востребованными третьими местами минских студентов стали: торговый центр (48,8 %), кафе или пиццерия (45,6 %), кинотеатр (40,4 %). Более подробно с выбором различных третьих мест можно ознакомиться в табл. 1. Концепция третьего места (дом вдали от дома) в последнее время приобрела значительную популярность в городских исследованиях. По мнению американского социолога Р. Ольденбурга, наличие разнообразных третьих мест делает город соразмерным человеку, значительно повышая качество жизни горожанина. Для многих западноевропейских стран характерна развитая культура третьего места, активными завсегдатаями которого в числе прочих являются студенты. Результаты опроса показали, что эта традиция недостаточно распространена среди минских студентов (только 31,1 % респондентов отметили наличие привычного места, в котором обычно собирается вся компания). При этом наблюдается так называемая преданность компании вместо преданности месту – 44,3 % респондентов сообщили, что им важнее находиться в компании друзей, тогда как место, в котором они собираются, имеет второстепенное значение. В итоге складывается ситуация, при которой молодые люди слабо соотносят себя с какой-либо частью городской территории. Нивелирование значимости территориальных связей постепенно приводит к ослаблению чувства идентичности с собственным городом и формирует пользовательское отношение к городской среде.

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос: «В каких местах вне дома вы обычно проводите свое свободное время (встречаетесь с друзьями, общаетесь, отдыхаете после учебы)?»

Ответ	%
В торговом центре (в том числе и в кафе внутри торгового центра)	48,8
В кафе или пиццерии	45,6
В кинотеатре	40,4
В ресторанах быстрого обслуживания, фаст-фудах	37,3
В кофейне	34,8
В спортивной секции (тренажерном зале), фитнес-клубе	31,2
В музеях, театрах, на выставках	25,3
В баре или пабе	22,5

В качестве основных причин указанного явления следует упомянуть отсутствие свободного времени (из-за работы или учебы) – 49,3 %, а также недостаток денег (31,4 %). Кроме того, 14,7 % опрошенных отметили неспособность самостоятельно организовать свой досуг, у 16,9 % респондентов нет подходящей компании для того, чтобы куда-то сходить.

3. *Незнакомые (чужие) места.* К данной группе относятся те части города, в которых студенты бывают крайне редко (1–2 раза в год) или не бывают никогда. По результатам опроса чужими пространствами для минских студентов являются различные клубы по интересам (71,8 % опрошенных посещают 1–2 раза в год или реже), игротки/квест-румы (81,9 %), бильярд / боулинг-клубы (68,1 %), а также библиотеки (57,7 %). Общая черта вышеуказанных мест – их ориентация на взаимодействие с другими индивидами (в том числе с незнакомыми), а не на внешние стимулы (еда, просмотр кинофильмов, совершение покупок и т. д.). Напомним, что именно эта характеристика выступает конвенциональной в определении городского публичного пространства (Р. Сеннет, Л. Лофланд, Р. Ольденбург и др.), когда публичность рассматривается как социальность, способность к осуществлению социального взаимодействия, социальной жизни.

Таким образом, город представляет собой совершенно особый тип социальности, сущностной чертой которой является интеграция разнообразных видов жизнедеятельности в единую саморазвивающуюся систему с собственными механизмами поддержания устойчивости

и порядка. Удовлетворенность жизнью, успешность самореализации, комфорт горожанина во многом зависят от городской среды, создаваемой руками, поступками, эмоциями как проживающих на данной территории, так и тех, кто организует и управляет городом. Иными словами, «человеческое общество и, в сущности, все формы социальных отношений и социальной жизни возникают, развиваются и меняются в материально реальном и социально воображаемом контексте городов» [17, с. 133], что можно назвать социальным производством городской среды.

Социологическое рассмотрение городской среды, как правило, базируется на трех ключевых принципах: *принципе историзма* (исследование процесса развертывания сущностных характеристик города через конкретные историко-территориальные и социокультурные феномены), *принципе синергетики* (изучение города как самоорганизующейся, сложной, нелинейной и открытой системы) и *принципе антропологии* (рассмотрение города как особым образом организованного пространства жизнедеятельности человека).

Известный урбанист Льюис Мамфорд определил значение города как сцены для социального действия, тогда как «все остальное: искусство, политика, образование, коммерция — служит только тому, чтобы сделать социальную драму более богатой» [38, с. 87]. Российские социологи рассматривают город как «созданную в ходе исторического творчества людей искусственную среду обитания, представляющую собой динамическую открытую систему социокультурных территориально-пространственных мест и потоков» [39, с. 98]. С этой точки зрения город выступает не как совокупность функций (производственных, административных, символических и др.), живых и неживых объектов, расположенных на определенной территории, а как особый порядок отношений (между людьми и зданиями, между местами и людьми, между местами и зданиями и т. д.).

Если допустить, что динамика культурных взаимодействий в границах городской среды — это дискретное, точечное движение, тогда каждое состояние взаимодействия в единицу времени можно описать в понятиях различной степени интеграции, приняв за крайние точки абстрактные состояния полной аккультурации или полного деструктивного конфликта. Успех такого взаимодействия зависит от того, насколько точно учтены потребности горожанина как объекта воздействия городской среды. Потребности в данном случае аналогичны производящим причинам: люди поступают определенным образом, поскольку ими движут личные цели. Однако их действия структури-

руются различными внешними факторами: власть и закон, существующие обычаи и традиции, природный и архитектурный ландшафт, исторический багаж, доминирующие ценности, доступные ресурсы, объем располагаемого капитала и т. д.

Несмотря на то что тема среды западных городов разработана достаточно подробно, анализ ее постсоветской специфики не так популярен в русскоязычных исследованиях. Работы, касающиеся структурно-функциональной организации городской среды, малочисленны и опубликованы главным образом в англоязычных изданиях. Не претендуя на исчерпывающую картину текущего состояния городских исследований на постсоветском пространстве, кратко обозначим их основные векторы:

1) *урбанистический* – сборное название множества различных практик исследования города, общим для которых является смещение фокуса на анализ архитектурного пространства как градообразующей социокультурной составляющей городов. Урбанистические исследования делают акцент на физических, территориальных характеристиках городской среды, придавая первостепенную важность масштабу городской застройки, экологии и возможностям для мобильности (зеленые насаждения, доступные объекты инфраструктуры, освещенность, удобные для перемещения улицы и т. д.);

2) *социопсихологический* – вектор, который концентрируется на изучении процессов взаимовлияния окружающей среды и особенностей личностного становления и развития, появления устойчивых, повторяющихся моделей поведения, формирования новых смыслов и ценностей в городском социуме. Город в данном случае воспринимается прежде всего как пространство социализации, объектно-субъектные условия, в которых происходит непосредственное становление личности;

3) *управленческий* – вектор, который базируется на специфике взаимодействия общества, государства и бизнеса как источнике гармонизации городской среды, способе уменьшить негативное влияние города на индивида. Названный подход лежит в основе различных международных инициатив и программ, ориентированных на поиск возможностей объединить усилия городских властей и локальных сообществ (к примеру, инициативы «Город, дружественный детям»¹ или «Глобальная сеть обучающихся городов», созданная под эгидой

¹ См.: Child Friendly Cities Initiative [Electronic resource]. URL: <https://childfriendlycities.org> (date of access: 19.03.2020).

ЮНЕСКО¹). В отличие от двух предыдущих управленческий подход не является оформленной теоретической парадигмой, а представляет собой перечень методических рекомендаций по преобразованию городской среды и инструментов для эмпирической оценки достигнутых результатов.

При несомненных преимуществах описанных выше подходов к пониманию дружественности городской среды (урбанистический, социопсихологический, управленческий) стоит признать, что каждый из них имеет определенные методологические ограничения. Слабость урбанистического подхода заключается в том, что часто он ограничивается преобразованием материального «тела» города, которое, безусловно, очень важно, однако не является единственным источником социальных перемен. В результате вместо «проектирования шага ближайшего развития конкретного города предлагаются образцы дизайнерских и транспортных решений, которые стали итогом развития западных городов» [40] в расчете на то, что в европейской городской среде самостоятельно сформируется европейское городское сообщество. Процесс же производства пространства гораздо сложнее и предполагает сложное, разнонаправленное взаимное влияние города и горожан друг на друга.

Социопсихологический подход воспринимает город как данность, как уже существующие условия, в которых происходит становление личности, и выводит за рамки изучения агентов формирования городской среды, рассматривая горожанина скорее как потребителя дружественной либо недружественной городской среды. Кроме того, невозможность однозначной операционализации ряда важных элементов дружественности (например, отсутствие риска насилия или включенность в жизнь городского сообщества) оставляет открытым вопрос о выделении универсальных индикаторов.

Управленческий подход делает акцент на коммуникации между ключевыми субъектами, ответственными за развитие города, – властью, бизнесом, локальными сообществами. Это, безусловно, является важным условием понимания истоков дружественности городской среды, однако сдвигает фокус в сторону внешнего, управленческого воздействия на город (что должно сделать государство, что должны сделать инвесторы и др.), уходя в сторону от анализа обычной, повседневной жизни горожан, их личной активности. Из-за международного проис-

¹ См.: International Association of Educating Cities [Electronic resource]. URL: <http://www.edcities.org> (date of access: 19.03.2020).

хождения данного подхода в нем слабо выражена культурно-историческая специфика, не учитываются особенности конкретных городов, предлагаются усредненные общемировые принципы и критерии.

Решением существующих проблем фрагментарности описания и эмпирической оценки городской среды может стать **использование структурно-функционального подхода** как универсального логического инструмента, описывающего взаимодействие общества, личности и культуры. Применение в городских исследованиях структурного функционализма имеет значительные преимущества: 1) позволяет оценить городскую среду в единстве материального и социального, преодолев ограничения урбанистических трактовок городских преобразований; 2) дает возможность рассматривать индивида не только как пассивного потребителя городских благ и услуг, но и как активный источник развития города, позволяя изучать и саму дружелюбность городской среды как данность, и агентов ее формирования и поддержания; 3) позволяет изучать как внешнюю, управляемую, публичную сторону городской жизни, так и повседневное взаимодействие между горожанином и городской средой. Кроме того, полученная функциональная матрица может стать основой построения универсальной системы принципов конструирования дружелюбной городской среды, а также критериев ее оценки.

Библиографические ссылки

1. Тённис Ф. Общность и общество // Социол. журн. 1998. № 3/4. С. 207–229.
2. Вебер М. Город // Избранное. Образ общества. М. : Юрист, 1994. С. 309–440.
3. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. № 3/4 (34). 2002. С. 23–34.
4. Парк Р., Николаев В. Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок // Социол. обозрение. 2006. Т. 5, № 1. С. 11–18.
5. Бёрджесс Э. Рост города: введение в исследовательский проект // Соц. и гуманитар. науки. Сер. 11, Социология. 2000. № 4. С. 122–136.
6. Вирт Л. Урбанизм как образ жизни // Избранные работы по социологии : сб. пер. М : ИНИОН, 2005. С. 93–118.
7. Whyte W. F. Street corner society: The social structure of an Italian slum Chicago. 4th ed. Chicago : University of Chicago Press, 1993. 398 p.
8. Николаев В. Г. Роберт Редфилд и его концепция «народного общества» в контексте чикагской социально-научной традиции // Личность. Культура. Общество. 2008. Т. X, вып. 5/6 (44/45). С. 99–113.
9. Low S. The Anthropology of Cities: Imagining and Theorizing the City // Annual Review of Anthropology. 1996. № 25. P. 383–409.

10. *Джекобс Д.* Смерть и жизнь больших американских городов. М. : Новое изд-во, 2011. 460 с.
11. *Лефевр А.* Социальное пространство [Электронный ресурс] // Неприкоснов. запас. 2010. № 2 (70). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/le1.html> (дата обращения: 10.08.2015).
12. *Лефевр А.* Производство пространства. М. : Strelka Press, 2015. 432 с.
13. *Soja E.* Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory (Radical Thinkers). New York : Verso, 2011. 228 p.
14. *Харви Д.* Право на город // Логос. 2008. № 3. С. 80–94.
15. *Черняева Н. А.* Культурная география и проблематика «места» // Изв. Урал. ун-та. Сер. 2, Гуманитар. науки. 2005. Вып. 9, № 35. С. 273–283.
16. *Mitchell D.* The End of Public Space? People's Park, Definitions of the Public, and Democracy // Annals of the Association of American Geographers. 1995. Vol. 85, № 1. P. 108–133.
17. *Сойя Э.* Как писать о городе с точки зрения пространства? // Логос. 2008. № 3. С. 130–140.
18. *Батыгин Г. С.* Структурный функционализм Толкота Парсонса // Вестн. РУДН. 2003. № 4/5. С. 6–34.
19. *Бурдые П.* Социология социального пространства М. : Ин-т эксперим. социологии. СПб. : Алетейя, 2007. 288 с.
20. *Бурдые П.* Социальное пространство и символическая власть // THESIS. 1993. Вып. 2. С. 137–150.
21. *Чернявская О. С.* Социальное пространство: обзор теоретических интерпретаций // Вестн. Нижегород. ун-та им. Лобачевского. 2008. № 5. С. 329–335.
22. *Арендт Х.* Vita activa, или О деятельной жизни. СПб. : Алетейя, 2000. 437 с.
23. *Бауман З.* Текучая современность. СПб. : Питер, 2008. 240 с.
24. *Хабермас Ю.* Социоструктурная трансформация публичной сферы (реферативный перевод Татьяны Тягуновой) // Публичная сфера: теория, методология, кейс-стади / под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой и П. В. Романова. М. : Вариант : ЦСПГИ, 2013. С. 226–266.
25. *Fraser N.* Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy // Social Text. 1990. № 25/26. P. 56–80.
26. *Сеннет Р.* Падение публичного человека. М. : Логос, 2002. 424 с.
27. *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни. М. : Канон-Пресс-Ц, 2000. 304 с.
28. *Вахштайн В. С.* Социология архитектурного объекта между формальной и практической рациональностью // Новое лит. обозрение. 2013. № 3 (121). С. 93–110.
29. *Желнина А.* «Тусовка», креативность и право на город: городское публичное пространство России до и после протестной волны 2011–2012 годов // Stasis. 2014. Т. 2, № 1. С. 260–295.
30. *Хохлова А. М.* Городские публичные места как площадки культурного производства и потребления // Журн. социологии и соц. антропологии. 2011. Т. 14, № 5. С. 182–191.

31. *Ольденбург Р.* Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М. : Новое лит. обозрение, 2014. 456 с.
32. *Lofland L. H.* The Public Realm: Exploring the City's Quintessential Social Territory. New Brunswick, London : Transaction Publishers, 2009. 305 p.
33. *Zukin S.* The cultures of cities. Oxford : Blackwell, 1995. 366 p.
34. *Гройс Б.* Публичное пространство: от пустоты к парадоксу. М. : Stelka Press, 2012. 30 с.
35. *Пучков М. В.* Город и горожане. Общественные пространства как модератор поведения людей // Архитектон: изв. вузов. 2014. № 45. С. 34–44.
36. *Паченков О.* Публичное пространство города перед лицом вызовов современности: мобильность и «злоупотребление публичностью» [Электронный ресурс] // Новое лит. обозрение. 2012. № 117. URL: <http://www.nlobooks.ru/node/2638#sthash.ixC7rkWP.dpuf> (дата обращения: 21.04.2016).
37. *Титаренко Л. Г.* Городское развитие на постсоветском пространстве: теоретические модели и реальность // Постсоветские столицы: Минск. Вильнюс. Баку / под общ. ред. Й. Терборна ; науч. ред.: Л. Г. Титаренко, Ж. М. Грищенко. Минск : Изд. центр БГУ, 2009. С. 23–40.
38. *Mumford L.* What is a City // The City Reader / ed. by R. T. Legates, F. Stout. 4th ed. London : Routledge, 2007. P. 85–89.
39. *Заборова Е. Н., Исламова А. Ф.* Город как социальное пространство // Социол. исслед. 2013. № 2. С. 97–100.
40. Почему общественные пространства в России – это имитация урбанистики [Электронный ресурс]. URL: <https://www.the-village.ru> (дата обращения: 30.11.2018).

1.2. Социально-культурная эволюция среды белорусских городов

Городскую среду можно обозначить как своего рода культурный срез, единство культурных форм, представленных как в физическом, так и в социальном выражении. Безусловно, каждый регион и каждый город обладает уникальным культурным срезом, поскольку являет собой неповторимое сочетание различных исторических событий, архитектурных форм, культурных и политических артефактов и т. д. Однако, отбросив влияние случайностей, можно выделить черты городской среды, сформированной под воздействием общих внешних факторов. В фокусе данного исследования находится культурное образование, условно обозначенное понятием «постсоветский город».

Постсоветский город в разрезе представлен тремя самостоятельными культурными сферами:

- советская сфера (архитектурный модернизм, соединенный с исторической спецификой урбанизации – переселение рабочей силы из деревень, акцент на промышленную роль города и т. д.);
- переходная сфера (результат трансформации, сначала политической и экономической, а затем и культурной);
- сфера культурного взаимодействия (получившийся синтез советской и западноевропейской культур-прародительниц – этап гражданского подъема, стремления горожан артикулировать собственные представления о качестве городской среды, желание занять активную позицию в развитии города).

Советская и переходная сфера будут подробно рассмотрены ниже, а сфера культурного взаимодействия в силу ее многогранности выделена в пункт 1.3 книги.

Советская сфера. Характерна для советского периода (1920-е гг. – середина 1980-х гг.). Основные черты – модернизм, коллективизм, расцвет дворовых сообществ.

Рациональные принципы экономического планирования оказали значительное влияние на пространственную организацию советских городов. «Старые города, чей облик сформировался задолго до XX века, являлись в некотором роде исключением, но их растущие новые районы, а особенно же города, основанные за период советской власти, являют собой яркие примеры имплементации принципов рационального планирования» [1, с. 16]. Воплощенные в реальности, эти принципы отразились на внешнем облике большинства городов Советского Союза, что позволило исследователям говорить о существовании *общей модели советского города*. Характерными чертами советского города как образца архитектурного модерна являлись унифицированные пространственные паттерны, примерно одинаковая плотность застройки, равномерное распределение сооружений культурно-бытового обслуживания, максимально возможное сокращение времени, необходимого для преодоления расстояния «дом – работа», жесткое зонирование использования территорий, а также рационализация движения транспортных потоков.

Безусловно, рациональное градостроение встречалось и в работах западных урбанистов (например, сетка Кристаллера). Однако уже в 1960-х гг. позитивизм постепенно сменяется более гуманистическими и антропоцентрическими принципами городского планирования, тогда как в СССР монополия этого дискурса просуществовала значительно дольше. Согласно идеологии советского планирования сегрегация как социальное различие была невозможна. Незначительные

социально-пространственные и культурные различия в жизни горожан постепенно исчезали, не существовало таких привычных для западных городов явлений, как престижный район или этническое гетто. Единственно возможной дифференциацией в данном случае была дифференциация на основе производственного статуса. Разумеется, на практике встречались исключения (к примеру, эксклюзивный доступ к определенным местам городского пространства высокостатусных групп советского общества), однако в целом идеология социального равенства и приоритета производственных интересов доминировала.

Термин «публичное пространство» не встречался в советском городском планировании, так как вся территория города считалась публичной (т. е. принадлежащей в равной степени всем горожанам) по умолчанию. Вместо этого советские архитекторы использовали такие понятия, как «свободное пространство», «открытое пространство», обозначая участки города без какой-либо застройки. Если же речь шла о центральной части города, то употреблялся термин «общественное пространство», акцентирующий важную роль коллективизма в жизни социалистического города. Общественные пространства можно разделить на три большие группы: система общественных центров, система магистралей и система озеленения. Общественный центр выполнял важную политическую и идеологическую функцию, являясь наглядным воплощением коммунистических идей и ценностей. Архитектурные ансамбли центральной части советских городов стремились «создать идейно-художественный образ большой впечатляющей силы» [2, с. 10], что воплощалось и в проектировании (значительные размеры, монументальные пропорции), и в дизайне (большое количество политических символов) городских площадей, парков и проспектов. Проведение различных парадов, митингов и демонстраций считалось главной функцией общественного центра и в значительной степени обуславливало его внешний вид (к примеру, обязательное наличие прямых протяженных проспектов, организующих «прямой путь движения демонстрантов» [2, с. 13]).

Неконтролируемые и неуправляемые собрания людей в центральных открытых пространствах, напротив, были нежелательны, чему способствовал сам их внешний вид – огромные площади, проспекты, хорошо подходящие для организованного движения демонстрантов и абсолютно не пригодные для комфортного неформального общения. Безусловно, советское городское планирование предусматривало также широкий набор возможностей для отдыха и активного образа

жизни горожан (парки, катки, спортивные площадки и т. д.). Однако их существование артикулировалось как необходимый элемент социалистического образа жизни, как забота государства о гражданах, а не как возможность для развития локальной активности и местного самоуправления, самостоятельного освоения городской территории, реализации права на город.

Учитывая тот факт, что городская среда представляет собой значимый символический инструмент трансляции культурной идентичности и коллективной памяти, доминирующих идеологических и политических ценностей, возникает вопрос: как именно советские города определяли социокультурное развитие общества? Ответ может дать социологический анализ специфики советской городской среды.

Прежде чем перейти к эмпирическим данным, обратимся к теории. Современная социологическая трактовка публичного пространства советских городов фрагментарна и противоречива. Так, Энтони Гидденс, описывая особенности урбанизации в странах Восточной Европы, говорил, что «организация пространства советских городов определялась соображениями общественной пользы, а не рыночной стоимостью, как в западных странах» [3, с. 411]. Поскольку территория центральной части советского города (впрочем, как и любая другая) принадлежала государству и поддерживалась за счет государственного бюджета, то ее внешний вид часто был более презентабельным, чем запущенные районы в центре западных городов.

Э. Гидденс положительно оценил равномерную плотность застройки и отсутствие однородных этнических районов, как в городах Британии и Америки. Однако в целом в англоязычной литературе доминирует критическая интерпретация советского публичного пространства, тесно увязывающая его с существовавшим в те годы политическим режимом. Авторы отмечают, что формальный статус «общественное» не отражал реальных возможностей его использования: чаще всего это была «сцена», предназначенная для коллективных действий, организованных властями. Главная задача публичного пространства заключалась в том, чтобы «служить символическим инструментом трансляции необходимой идентичности» [4, с. 5], «превратить хаос городской жизни в логически организованное пространство человеческой деятельности, отвечающее потребностям доминирующей идеологии» [5, с. 289].

Советские центральные площади описываются как «хорошо подходящие для военных парадов и различных демонстраций, однако отчужденные и безжизненные с точки зрения межличностного

взаимодействия» [6]. Характерный признак «идеального советского ландшафта» – монументальность архитектуры центральных районов, подчеркивающая могущество советской власти и демонстрирующая главные достижения социализма. Названные факторы в значительной степени определили символическое наполнение советского общественного пространства, в котором «широкие народные массы превращались в крайне дисциплинированных граждан» [4, с. 7]. Кроме того, само существование публичных пространств в советских городах интерпретируется как «прозрачный намек на желание государства контролировать жизнь своих граждан всегда и везде» [5, с. 289]. Иными словами, «обширный политический контроль и надзор превратили “пространство-для-всех” в “пространство-ни-для-кого”» [7].

Критические замечания имеются и в современной российской урбанистике. Указывается, что организованное и контролируемое публичное пространство советского города постепенно утратило способность выполнять свои функции (выступать в роли социального смесителя, обеспечивать свободное и необязательное взаимодействие горожан и т. д.) и фактически сместилось с центральных городских районов в жилые кварталы, превратившись в неформальное (альтернативное) публичное пространство. «Неконтролируемые собрания людей в центральных открытых пространствах были нежелательны, и повседневные взаимодействия городских жителей были загнаны в приватную сферу или в пустые, ничейные места: кухни, гаражи, задние двory и пустыри, формируя именно в этих зонах жизнь, альтернативную той, что была навязана государством» [8, с. 269].

Идея третьего места в большей степени соответствовала неформальной части советского города, а не центральным улицам, проспектам или городским паркам. Жилые двory и примыкавшие к ним зеленые зоны выступали в качестве сцены для социального действия, позволяли горожанам взаимодействовать друг с другом, способствовали социализации подрастающего поколения, а также являлись инструментом неформального контроля, устанавливая негласные правила сосуществования.

Неудивительно, что 1950–60-е годы в городской исследовательской традиции именуют золотым веком советской дворовой культуры. Однозначного ответа на вопрос о том, что послужило катализатором дворовой активности, сегодня нет. Среди возможных факторов указываются и трансформация жилой застройки (появление идеи благоустроенного двора) [9], и активное переселение в города сельских жителей, имевших более выраженную, чем у «классических» горожан,

потребность в выстраивании взаимосвязей общинного типа [10], в результате чего «большинство жителей дома оказывается так или иначе вовлечено в дворовый быт» [9, с. 195], и упомянутое выше стремление противостоять официальной идеологии. Советский двор представлял собой сферу притяжения интересов большинства соседей. Любой чужак, случайно оказавшийся в его границах, любой нарушитель порядка никогда не оставались без внимания. Играющий во дворе ребенок, сушившееся белье всегда находились под присмотром. Во дворах формировались негласные соседские сообщества (коллектив жильцов), которые выступали в роли носителя правил дворовой жизни («у нас так не принято»), принимали на себя ответственность за сохранность дворового имущества и служили арбитром в случае возникновения конфликтных ситуаций («пусть соседи рассудят»). Соседское сообщество в полной мере было «новым хозяином обобщественных частей и территорий домовладения, в первую очередь — двора» [11, с. 157].

Осуществить полноценный анализ публичного пространства советского города на данный момент затруднительно, так как исследования на указанную тему проводились крайне редко. Тем не менее эмпирической основой могут быть воспоминания жителей города о соответствующем периоде времени. Такая информация была получена в ходе глубинных ретроспективных интервью, проведенных в августе — сентябре 2016 г. Информантами стали минчане 1950—70-х годов рождения, в качестве периода для описания были предложены временные рамки с 1970 по 1985 г. (в зависимости от возраста респондента). Всего было проведено 23 интервью. Площадкой для сбора эмпирической информации был выбран Минск, который «не только воспринял советскую логику выстраивания пространства — он стал ею» [12, с. 107].

Перечень вопросов глубинного интервью был разбит на два логических блока, описывающих формальное и неформальное публичное пространство советского Минска. Респондентам предлагалось вспомнить и описать типичные социальные практики, характерные для формального (центральные городские парки, проспекты, площади) и неформального публичного пространства (жилые дворы, пустыри и незастроенные участки, прилегающие к жилым домам, зеленая зона и спортивные площадки в непосредственной близости от дома и т. д.). Особое внимание уделялось таким аспектам, как взаимодействие с другими горожанами, механизмы социального контроля в границах описываемого пространства, а также ощущение безопасности. Обратимся к полученным результатам.

Ключевой особенностью **формального публичного пространства советского города**, по мнению информантов, являлось то, что времяпрепровождение в нем:

- предполагало специальную подготовку («*поездку в город всегда планировали заранее*», «*дети очень ждали*», «*как правило, наряжались, готовились*», «*выбирались всей компанией*»¹);
- требовало повода или внешнего стимула («*Чаще всего это было, конечно, по праздникам — 1 мая или День Победы. Но иногда могли и просто в выходной день в город выбраться. Если дети хорошо себя вели, устраивали им праздник*», «*нас, студентов, по разнарядке собирали на демонстрацию*»);
- имело определенную цель («*В парк мы всегда ездили с определенной целью*», «*Просто так выбирались редко, чаще всего ездили с конкретной целью — покататься на каруселях, поесть мороженого*», «*На проспект Ленина ездили для того, чтобы посетить кафе*», «*На проспект Ленина постоянно ездили смотреть новые фильмы в кинотеатрах*»).

Взаимодействие с другими горожанами в границах формального публичного пространства либо отсутствовало («*мы просто ехали в город погулять, и другие горожане нас не сильно интересовали*»), либо приобретало форму конкуренции («*кругом были очереди*», «*поедешь, полдня простоишь в очереди и только потом посидишь в кафе*», «*запомнились длинные очереди на аттракционы в парках*»). В ряде случаев отмечался общий дружелюбный настрой, однако это касалось главным образом городских праздников («*народ гулял, веселился*», «*все дружно шли поздравлять ветеранов*», «*мы все шли дружной колонной*»). В обычные же дни центр города, как правило, не выполнял функцию социального смесителя: «*Был ли городской парк местом взаимодействия горожан? Не в первую очередь. Люди больше общались своими компаниями*».

Что касается механизмов социального контроля, то респонденты отмечали наличие внутреннего, незаметного контроля: «*Я не помню, чтобы был внешний контроль, чтобы ходила милиция, но все равно было спокойно. Люди были заняты своим делом, никто никого не трогал*». Соответственно, формальное публичное пространство советского города описывалось как абсолютно безопасное («*чувствовали себя совершенно свободно*», «*никакой опасности ни днем, ни вечером*

¹ Здесь и до конца пункта 1.2 курсивом выделены цитаты из глубинных интервью.

мы не чувствовали», «можно было свободно и ночью ходить и ничего не опасаться», «спокойно гуляли там, где хотели», «никаких террористов не было, и слова такого люди не знали»).

Таким образом, преобладали развлекательная и рекреативная функции городского публичного пространства (*«культурная организация досуга людей», «кусочек живой природы в центре города», «место, где можно погулять», «организованно и целенаправленно проводить свободное время»*), также можно отметить его идеологическое значение (*«политическое место, там все очень торжественно», «место, где проходят государственные праздники»*).

Выделим ключевые характеристики **неформального публичного пространства советского города**. Рассматриваемое публичное пространство характеризовалось способностью объединять район. Оно описывалось как место, которым пользовались практически все жильцы близлежащих домов, где соседи могли периодически встречаться и хотя бы коротко разговаривать друг с другом; место, где каждый знал почти всех (*«во дворе были столы, за которыми взрослые собирались и играли в домино, в шашки, в шахматы», «были столики для игры в настольный теннис, мы часто играли с соседями», «дворами или как минимум подъездами отмечались все праздники — свадьбы, похороны», «мы во дворе носились толпой, все друг друга знали»*). Жилые дворы и примыкающие к ним территории выступали в роли нейтральной площадки для того, чтобы впервые свести соседей вместе, после чего они часто создавали другие формы общения (например, дружеские): *«мы сразу все перезнакомились, нашли общий язык», «позже я видел, что это были не просто соседи, а настоящие друзья», «жили все дружно, как одна семья», «соседи часто ходили в гости друг к другу, даже без особого повода»*.

Кроме того, неформальное публичное пространство обладало способностью выступать в роли организационного пункта: вовлекать жильцов в благоустройство двора (*«подъезд был убран, не было такого, что кто-то не хотел убирать, если подходила очередь», «был субботник — все выходили, цветы сажали, мусор убирали», «было стыдно не пойти на субботник и дома отсидеться», «взяли лопаты, грабли и пошли работать, было внутреннее желание», «во дворе поддерживали порядок все время, всегда было чисто, всегда возле подъездов цветы росли»*); давать возможность соседям оперативно помогать друг другу (*«надо тебе соль, надо тебе хлеб, надо тебе ребенка посмотреть — пожалуйста, никто никогда не отказывал», «соседи могли одолжить что-то, попросить, могли детей оставить посмотреть, могли угостить*

чем-то»). Такая способность к самоорганизации обеспечивала жилой двор публичными персонажами (старожилами) – неформальными лидерами, которые могли поддерживать порядок (*«в любом подъезде были свои старожилы, которые следили за порядком», «бабушки на лавочке всегда могли замечание сделать, если что, могли родителям рассказать, мы этого боялись»*), распространять идеи солидарности (*«моя мама была очень активная, она всегда на субботник первая выходила, глядя на нее, и остальные подтягивались»*), выступать в роли узнаваемого символа, обозначая границы локального сообщества (*«был у нас один сосед, на гармошке играл по праздникам, его все знали»*).

Характерно для описываемого публичного пространства чувство принадлежности к дворовой территории и ответственности за ее состояние. Жилые дворы описывались информантами как «мой дом», «моя крепость», «наша территория» (*«мы там себя чувствовали спокойно и безопасно, как на своей земле», «относились к жилому двору как к своей земле, клумбы делали, деревья сажали», «понимали, что это наш двор, нам здесь жить и ломать тут ничего нельзя»*).

Взаимодействие с другими горожанами в границах неформального публичного пространства приобретало черты локального сообщества: наличие определенной территории, воспринимаемой всеми членами сообщества в качестве своей; общность интересов, ценностей или образа жизни (*«дети наши в одну и ту же школу ходили», «вместе с колясками во дворе гуляли», «вместе квартиры получили в новом доме»*); способность к самоорганизации и кристаллизации автономных структур управления (*«все взрослые во дворе присматривали за всеми детьми»*); эмоциональная связь членов сообщества, способная длительно существовать через преемственность поколений (*«все события переживали вместе с соседями», «родители дружили, теперь дети их подросли и между собой семьями дружат»*); способность принимать на себя ответственность в зоне своих интересов (*«сами выходили и делали, это ведь нам в первую очередь нужно было»*).

Социальный контроль над неформальным публичным пространством осуществлялся скорее на уровне «незримого постоянного слежения со всех сторон» [13, с. 20] (*«соседский контроль существовал в виде сплетен – кто-то увидел, рассказал, и уже весь двор обсуждает», «старшие контролировали младших»*), что и обуславливало чувство безопасности, о котором говорили все информанты.

Сравнение формального и неформального публичного пространства города (на примере Минска) представлено в табл. 2.

**Публичное пространство советского города
(по материалам глубинных ретроспективных интервью)**

Тип	Формальное публичное пространство	Неформальное публичное пространство
Пример пространств	Центральные городские парки, проспекты, площади	Жилые двory, пустыри и незастроенные участки вблизи жилых домов
Общая специфика	Наличие особых ритуалов подготовки к посещению, необходимость повода или внешнего стимула для посещения, наличие конкретной цели посещения	Способность объединять район, способность выступать в роли организационного пункта, чувство принадлежности к дворовой территории и ответственности за ее состояние
Взаимодействие с другими горожанами	Либо отсутствовало, либо выражалось в форме конкуренции (борьбы за ограниченные ресурсы)	Общность интересов, ценностей или образа жизни; способность к самоорганизации и кристаллизации автономных структур управления; эмоциональная связь членов сообщества, способная длительно существовать через преемственность поколений; способность принимать на себя ответственность в зоне своих интересов
Механизмы контроля	Преобладание внутреннего социального контроля и самоконтроля	Сочетание внешних (соседских) форм контроля и внутренних (самоконтроль)
Ощущение безопасности	Высокое	Высокое

Проведенное исследование подтвердило гипотезу о том, что в советском городе третьими местами были не центральные городские парки, площади и проспекты, а неформальные публичные пространства (жилые двory и примыкавшие к ним зеленые зоны). Именно они становились сценой для социального действия, делали возможной

коммуникацию горожан друг с другом, обеспечивали социализацию подрастающему поколению. Во дворах формировались негласные соседские сообщества (коллектив жильцов), которые выступали в роли носителя правил дворовой жизни («у нас так не принято»), принимали на себя ответственность за сохранность дворового имущества и становились арбитром в случае возникновения конфликтных ситуаций («пусть соседи рассудят»).

Переходная сфера. Характерна для переходного периода (1990–2000-е гг.). Основные черты – пространственная трансформация, кризис публичности, феномен чужака.

Произошедшие после падения советской системы перемены преобразили облик советских городов, наделив их такими западноевропейскими элементами инфраструктуры, как деловые районы, торговые и пешеходные улицы, торгово-развлекательные центры. Постепенно запустились процессы приватизации и коммерциализации городского публичного пространства, социоэкономической поляризации общества (в том числе маргинализации его отдельных элементов), произошли значительные изменения в системе ценностных ориентаций горожан. Отметим также идеологический сдвиг, поставивший под сомнение политическое значение публичного пространства как ресурса национальной идентичности и коллективной памяти [7].

В результате смены экономической базы городская идентичность начала формироваться вокруг процессов потребления, а не производства, как было раньше. Географическая конфигурация города также переформировалась вокруг новых узлов, в качестве которых выступили разнообразные пространства потребления (торговые центры, «барные» улицы, многочисленные кафе и кофейни). Публичная жизнь постепенно начала смещаться от периферии к центру и наполняться новыми смыслами – в основе любого взаимодействия лежали потребительские практики (выбор еды, одежды, досуга, идентичности и т. д.).

Как следствие, описанные выше черты публичного пространства все реже обнаруживаются в жизни постсоветского города. Д. Харви называет такую трансформацию пространственным кризисом, когда ландшафт, приспособленный к определенной фазе развития, становится барьером для последующей трансформации города. В ситуации смены экономической базы развития города его географическая конфигурация должна быть переформирована вокруг новых транспортных и коммуникационных инфраструктур, новых центров и стилей производства и потребления, новых скоплений рабочих рук и транс-

формированных социальных инфраструктур. «Старые места должны быть обесценены, разрушены и перестроены, в то время как новые места – созданы заново» [14, с. 296]. Пространственный кризис затронул не только постсоветские города. Современные архитектурные решения часто контролируют публичную сферу, делая ее непубличной – «управляемой, гомогенной и предсказуемой» [15, с. 200]. Можно даже говорить о нарастающем кризисе публичности, причина которого – рост приватизации и коммодификации публичного пространства, тенденции антиурбанизма, возрастающая боязнь Других, а также виртуализация повседневной жизни. В понятийном аппарате городской социологии появилась такая категория, как «псевдопубличное пространство» («не-место»), не способствующая развитию культуры общения и взаимодействия людей, а, наоборот, увеличивающая социальную сегрегацию горожан.

Пространство как таковое становится нейтральным, некомфортным и пустым с точки зрения смыслов и культурных ценностей. Такое пространство не воспринимается как ценное и выпадает из «театра» городской жизни, а также может быть захвачено и приватизировано маргинальными элементами городского сообщества или стихийными и неконтролируемыми сообществами [16]. Зигмунт Бауман описывает «не-места» как неприветливые и безлюдные «высокомерные» пространства, в которых некомфортно находиться (например, пустынные центральные площади или переполненные автомобилями городские улицы), где «все в пределах видимости вселяет страх и не вызывает желания задерживаться» [17, с. 105]. К «не-местам» относятся и разнообразные пространства потребления (торгово-развлекательные центры), создающие иллюзию общности и сходства, но при этом избавляющие от потребности во взаимодействии и общении (поощряющие действие, а не взаимодействие).

Кризису публичности также способствуют появление густонаселенных микрорайонов, застроенных однотипными зданиями с большим количеством гомогенных (гладкие стены) и агрессивных (ряды одинаковых элементов) визуальных полей, уплотнение устоявшихся жилых территорий, предпочтение многоэтажной застройки, что приводит к эффекту психологического подавления человека. Вышеперечисленные архитектурные приемы нередко превращают градостроительство в один из мощных инструментов социально-территориальной сегрегации населения. Очевидно, что жизненная среда организует человеческую активность, задавая объективные формы

социального взаимодействия. Если она «не располагает к общению с другими людьми, если детям негде поиграть и они во дворе собственного дома маневрируют среди машин, если подросткам и молодежи негде собираться, если люди используют городское пространство лишь для того, чтобы как можно скорее добраться до места работы, учебы или домой» [18, с. 26], то многие негативные черты городской жизни (безразличие горожан друг к другу, потребительское отношение к городу и ослабление чувства личной ответственности, изоляция индивидов, утрата идентификации с городом) будут сохраняться.

Последствия влияния указанных процессов на городскую среду были крайне негативными: городские сообщества (в первую очередь соседские) пришли в упадок, способность горожан к самоорганизации на местном уровне значительно снизилась, а публичное пространство из социального смесителя и сцены для социального взаимодействия превратилось в «гигантский экран, на который проецируются частные заботы, место, где публично разглашаются частные тайны и интимная жизнь» [17, с. 48]. Горожанин, превратившись в пассивного потребителя городской среды, практически утратил возможность участвовать в процессе ее производства, что, в свою очередь, привело к росту отчуждения и равнодушию к своему окружению.

Такая ситуация обуславливает характерное для большинства крупных городов преобладание интеллектуального, внеэмоционального характера межличностных взаимоотношений, в которых превалирует функциональное, статусное восприятие личности, интерес к выгоде вместо чувства единства, наблюдается утрата непосредственности в общении, формализация отношений, снижение значения родственных и территориальных связей. Целостность социального пространства нарушается, на смену «пространству мест» приходит «пространство потоков», не имеющее устойчивого территориального ядра. М. Кастельс отмечает: в современных городах появляются параллельные пространства, у обитателей которых формируются собственные жизненные миры, что способствует отчуждению горожан от места проживания, а также их разобщенности [19].

Рассмотрим проявления кризиса публичности, обусловленного произошедшими в постсоветский период социоэкономическими трансформациями на примере *взаимодействия городских властей и представителей бизнеса*.

В качестве эмпирической основы анализа коммуникативных разрывов использованы материалы экспертных интервью (апрель 2015 г.). Всего было проведено девять экспертных интервью, информантами

выступили представители городской власти, курирующие контакты с предпринимателями, сотрудники крупных коммерческих организаций, ответственные за взаимодействие с государственными органами, члены бизнес-ассоциаций, а также специалисты, оказывающие консультационные услуги по оптимизации взаимодействия с государственными органами.

Социологическое рассмотрение понятия «социальное взаимодействие» предполагает выделение в нем двух отдельных структур – внутренних и внешних интеракций. Внутренние социальные взаимодействия происходят между членами четко определенной группы, связанными друг с другом единством принадлежности к ней. Вторую структуру образуют отношения группы вне своих границ с не принадлежащими ей индивидами или группами, т. е. внешние отношения [20]. Анализ полученных результатов показал, что механизм взаимодействия между бизнесом и городскими властями осуществляется главным образом путем внешних интеракций и имеет форму предоставления услуги (получить разрешение на осуществление какой-либо деятельности, решить сложности, возникшие в связи с применением новой законодательной нормы и т. д.). В большинстве рассмотренных случаев такое взаимодействие вынужденное, инициируется при появлении какого-либо конфликта и не подразумевает активизацию коммуникации (среди ответов респондентов встречались следующие формулировки: *«Если норма применяется хорошо, то нет обращения, если она применяется не совсем корректно, то есть вопросы, есть обращения»*, *«Бизнес всегда зависим и коммуницирует с властями только в том случае, когда от этого есть прямая выгода. Он приходит и выбивает какие-то свои частные интересы»*).

Чаще всего коммуникация с городскими властями проходит в максимально обезличенной форме: в виде официального письма, отправленного на имя определенного должностного лица (*«Основным каналом, по сути дела, нашим материальным носителем являются письма»*). Обращение по электронной почте, телефонный звонок, личная встреча также используются, но скорее как каналы вспомогательные, поясняющие: *«мы вам собираемся писать, подскажите, как это лучше сделать»* или *«мы вам отправили письмо, получите и посмотрите»*. Причина популярности традиционной бумажной почты, по мнению представителей бизнеса, заключается в том, что это единственный канал коммуникации, гарантирующий какую-либо обратную связь (*«Нет бумаги – значит нет поручения. Нет поручения – никто ничего*

делать не будет», «Направление письменного запроса гарантирует получение на него ответа»).

Для членов любой группы внешние интеракции (в отличие от простых и понятных внутренних) лишены ясности и последовательности, их развитие носит скорее фрагментарный, прерывистый характер (*«Если у тебя нет какой-то проблемы, которую нужно решать, то и общение с властями тебе не нужно»*). По мере накопления опыта внешних интеракций члены группы могут найти негласные правила, законы такого взаимодействия, в то время как неподготовленность снижает эффективность коммуникации (*«Если идти просто так, без подготовки, то может оказаться, что будет сделано много лишних движений»*). Например, официальное письмо, адресуемое городским властям, должно быть составлено по определенным правилам: во-первых, содержать четко изложенную проблему, сформулированную с учетом полномочий адресата (*«Если в письме нет просьбы, то и ответ будет соответствующий»*, *«Чиновник не будет ничего выполнять, если он чувствует, что это не относится к его должностным обязанностям»*); во-вторых, быть лаконичным, но вводить в курс дела; в-третьих, не быть типовым, так как типовая формулировка письменного обращения чаще всего влечет за собой типовой ответ на него (*«Если положен отказ, то письмо сразу идет в стопку с отказами, и никто не будет разбираться»*). При этом, согласно информации большинства информантов, знакомство с правилами внешних взаимодействий происходит исключительно на личном опыте, методом проб и ошибок: *«Если ты эти законы знаешь, все идет легче, если нет, получается “футбол” (письмо перебрасывается из одного кабинета в другой до бесконечности)»*.

Преобладание внешних, кратковременных и фрагментарных интеракций способствует отчуждению индивида от происходящих вокруг него событий, увеличению социальной дистанции до них. Применительно к другим индивидам нарастает обезличенность: человек в большом городе контактирует с целыми группами, и при этом индивидуальная специфика практически полностью стирается. Указанная особенность находит отражение и в восприятии представителями бизнеса взаимодействия с городскими властями: *«У чиновника нет столько времени, чтобы вникать во все тонкости одного конкретного взятого посетителя»*.

В городской социологии используется три понимания дистанции: территориальная дистанция (характеризует пространственное расположение объектов относительно друг друга), степень эмоциональной вовлеченности или отдаленности, а также степень, в которой индиви-

ды разделяют схожие чувства и настроения [20]. Для включения индивида в социальное пространство города первостепенную роль играет сокращение второго и третьего типов дистанции. Следовательно, возможна ситуация, когда отдельные индивиды или социальные группы (городские власти) не всегда могут идентифицировать себя с городом, на территории которого они находятся, что обуславливает их социальную дистанцированность от других социальных групп (городских предпринимателей).

Рассмотрим данное явление, оперируя категорией «чужак» (Stranger), предложенной Г. Зиммелем [21]. В классической интерпретации чужак — это индивид, проживающий на городской территории, но не вписывающийся в городское социальное пространство, тот, кто не похож на большинство, непонятен ему, не разделяет его взгляды. Физически чужак находится в тесном взаимодействии с остальными горожанами, но символическая, социальная дистанция при этом остается значительной. Чужаки не соотносят себя с городским сообществом, не связывают свои интересы с интересами города, не ощущают собственную включенность в городское социальное пространство. К чужакам могут быть отнесены целые социальные группы, подвергающиеся отторжению со стороны городской среды, состоящей из других социальных групп, что ведет к острым конфликтам, которые могут проявляться вспышками либо приобретать глобальные размеры. Чужак, выступающий частью внешнего окружения группы, идентифицируется как нечто неконкретизированное, размытое, не имеющее четко определенных границ. При взаимодействии в социальном пространстве города основных субъектов (бизнес, власть и городские жители) в роли чужака в различных ситуациях может выступать любая из этих групп. В случае, когда чужаком являются городские власти, бизнес воспринимает представителя городской власти как временного функционера, человека при должности (*«Просто исполняющий обязанности, а не душа города, а нужен человек, который бы вкладывал душу в то, чем он занимается»*).

По мнению Г. Зиммеля, характерный признак взаимодействия с чужаком — появляющееся при этом чувство страха (часто иррациональное). Чиновник опасается тесного взаимодействия с представителями бизнеса из страха быть обвиненным в коррупции (*«Когда мы приглашаем к себе на предприятие, просим познакомиться с продукцией, это чаще всего воспринимается как попытка дать взятку»*). Представители бизнеса, в свою очередь, в городской власти видят потенциальную угрозу для себя как для конкурентов государственных

предприятий (*«Все чиновники, словно заговоренные, защищают беспрекословно любые интересы госпредприятий»*). При этом чувство страха имманентно присуще любой коммуникации с чужаком, независимо от сложившихся объективных обстоятельств (реальной опасности чужака).

Г. Зиммель рассматривает чужака как один из социальных типов и обозначает его отличительные черты.

1. Незакрепленность и неподчинение территориальным границам (мобильность). Классический чужак не принадлежит к какой-либо территориально ограниченной группе (у Г. Зиммеля – это купцы или ограниченные в праве землевладения евреи). Однако современный чужак скорее характеризуется тем, что не владеет не столько непосредственно городской территорией, сколько жизненной субстанцией (например, определенной социальной средой). Мобильность в таком случае также можно представить как свободу менять дистанцию от любого объекта в социальном пространстве. Во взаимоотношении «бизнес – городские власти» это свойство может проявляться в том, что разработка некоторых регулирующих документов, затрагивающих сферу деятельности городского бизнеса, происходит без обсуждения с соответствующими представителями бизнеса (*«Люди, которые разрабатывали определенный документ, даже не хотели нас слушать, стоя на позиции “мы знаем лучше, чем другие”, при этом, не будучи в бизнесе, не до конца понимая, что именно они регулируют и что именно меняют»*).

2. Объективность – следствие отстраненности чужака от группы, большой социальной дистанции между ними. По своей природе чужак изначально не принадлежит к группе, не разделяет ее уникальную историю и опыт, модели взаимодействия, не обладает специфическими качествами (чувство солидарности, общности), всем тем, что является багажом предшествующей деятельности группы. Чужак не «укоренен» во внутригрупповых отношениях и слабо связан с интересами отдельных членов группы. В этом смысле он свободен от конвенций – обязательств и правил, которые приняты внутри группы и объединяют ее членов. Благодаря этому чужак имеет возможность взглянуть на внутригрупповые отношения со стороны и может играть роль объективного наблюдателя, задача которого заключается в регулировании взаимоотношений внутри других групп, разрешении возникающих конфликтов и т. д. Применительно к нашему предмету исследования фиксируется взаимное отторжение представителей бизнеса и городской власти, когда первые выбирают тактику игнорирования чужака

(«*Бизнес на текущий момент не умеет говорить, когда у него есть проблемы... проще закрыть, продаться, уехать в другую страну*»), а вторые отмахиваются от представителей бизнеса, пытающихся повлиять на принимаемые решения («*Встретились, поговорили “для галочки”, а с точки зрения реальных действий эффективность нулевая*», «*Они готовы слушать, но это не значит, что готовы что-то делать*»).

3. Нарушение соотношения физической и психической близости. С одной стороны, чужак физически близок (разделяет городскую территорию с представителями других социальных групп). Соответственно, для членов группы логично разделять общее с ним чувство солидарности и испытывать некое психологическое ощущение близости и родства («*У нас у всех общие цели – прибыль, налоги, новые рабочие места*»). Однако этого нет, и, с другой стороны, чужака воспринимают как того, кто физически должен быть далеко, не должен вмешиваться («*зачем это регулирование вообще надо*»). Подобное положение приводит к замешательству членов группы, и они искусственно ограничивают свое взаимодействие с чужаком. Во взаимодействиях с группой он становится лишь выражением некой абстрактной функции, в противоположность отношениям солидарности между членами группы («*дает ответ на поставленный вопрос*», «*формально реагирует на запрос в установленные сроки*», «*действует в рамках определенного вектора*» и т. д.). С точки зрения взаимодействующей с ним социальной группы занятия чужака носят более абстрактный характер, чем занятия остальных людей; он редко бывает привязан к конкретным вещам или к практическим навыкам («*просто перекладывает бумажки*»). Таким образом, даже пересекая групповые границы, чужак по отношению к группе продолжает оставаться на определенной дистанции, ограждаясь от отношений внутригрупповой солидарности («*не видит, не слышит и не хочет видеть и слышать*»).

Современная урбанистка Линн Лофланд считает, что чужаки могут быть двух типов: формальные (фактически не знакомые, но имеющие похожий культурный код и живущие примерно в той же системе ценностей и правил) и реальные (являющиеся представителями абсолютно незнакомой или даже враждебной культурной среды, «люди, которые пришли из других миров») [22]. Степень напряженности (страха) при контакте с формальным чужаком ниже, и социальная дистанция может сокращаться по мере знакомства, тогда как реальные чужаки практически не имеют возможности вписаться в социальную среду города. Рассматривая природу взаимоотношения бизнеса и городских властей, можно сделать вывод, что здесь речь идет о первом социаль-

ном типе чужака (по мере нарастания интенсивности коммуникаций социальная дистанция между ним и социальной группой сокращается).

Напомним, что дистанция в данном случае понимается не как территориальное расстояние, а как отражение двойственной природы чужака, которая проявляется и в его близости к группе, и в отдаленности от нее. Дистанция чужака с группой мала в том смысле, что он взаимодействует с большим числом ее членов (представители бизнеса часто обращаются по различным вопросам к городским властям). Однако в то же время эта дистанция велика, поскольку чужак строит свое взаимодействие непосредственно, опираясь на конкретную ситуацию, воспринимая ее как внешний объективный наблюдатель, тогда как члены группы взаимодействуют на основании ожиданий, закрепленных родством, общностью или совместными занятиями. Как было отмечено выше, внешнее развитие взаимодействий и тесное формальное общение с чужаком не способствует сокращению социальной дистанции (следствие отмеченного Г. Зиммелем свойства двойственности чужака, способности быть близко и далеко одновременно).

Одним из механизмов преодоления коммуникативных разрывов является формирование и развитие сообществ, основанных не на формальном общении, а на **общности** целей и ценностей¹. Необходимость применения указанного механизма во взаимодействии бизнеса и власти отмечали и информанты в ходе экспертных интервью (*«Бизнесу и власти нужна общая цель, необходимо сесть за один стол и посмотреть друг на друга как на партнеров»*, *«Следует находить области взаимного интереса, и тогда все будет решаться и получаться»*, *«Контакты нужно налаживать тогда, когда нет проблем. Когда чиновник знает ваше предприятие, знает, кто вы такой и что вы делаете, он будет охотнее вам помогать»*). Осознание общей цели, характерное для членов любого сообщества, позволит решить такие проблемы, как пассивная позиция бизнеса (*«Я государству плачу налоги, я ему больше ничего не должен, оно должно мне угождать»*), отказ бизнесменов принимать участие в законодотворчестве (*«Зачем я буду тратить свое время, это все бесполезно»*). Создание различных сообществ не просто добавляет бизнесу вес, но и делает коммуникацию более безопасной, позволяет снизить уровень страха, неизбежно возникающий при взаимодействии с чужаком, повысить уровень доверия между бизнесом и вла-

¹ Анализ городских сообществ как инструмента преодоления коммуникативных разрывов осуществлен в пункте 2.3 монографии.

стью и, как следствие, сократить социальную дистанцию между ними как субъектами коммуникации.

Подведем итог проделанному анализу социокультурной эволюции городской среды в советский и переходный периоды.

Рациональные принципы советского городского развития, подкрепленные существовавшей на тот момент идеологией государства, в значительной степени обусловили социокультурную специфику белорусского (как и любого другого советского) общества. Социальная активность, уходя от регулирующего влияния советской архитектуры, концентрировалась в неформальных публичных сферах — жилых дворах. Неудивительно, что советские дворы представляли собой классический образец общественного пространства: обладали способностью создавать сообщество (объединять вокруг себя жителей близлежащих домов), обеспечивать его узнаваемыми символами (неформальные лидеры, публичные персонажи), тем самым обозначая и закрепляя границы данного сообщества, выступать в роли организационного пункта (вовлекать жильцов в благоустройство двора, давать возможность соседям оперативно помогать друг другу), служить инструментом неформального контроля, устанавливая негласные правила сосуществования.

Однако произошедшие после падения советской системы экономические и политические перемены запустили процессы, которые в итоге привели к значительному затуханию дворовой активности. В городском дискурсе появился термин «кризис публичности» [15], обозначающий фактический захват публичного пространства, использование его в коммерческих целях, возрастающую боязнь незнакомцев (*stranger danger* [23]), расслоение и сегрегацию жильцов, отчуждение и равнодушие к тому, что происходит за пределами собственной квартиры. Изменилось само понимание того, что значит жить в городе. На смену обитанию (*inhabit*) как комплексу практик (социальная и культурная активность, способность к коллективному действию, самоорганизация, участие в жизни сообществ) пришло жилище (*habitat*) — отчуждение, разобщенность и подозрительность [24]. Иными словами, при сохранении прежней территориальной дистанции степень эмоциональной и социальной вовлеченности горожан значительно снизилась.

Подобные перемены сопровождались появлением в городской среде чужаков — индивидов, проживающих на городской территории, но не вписывающихся в городское пространство, тех, кто не похож на большинство, непонятен ему, не разделяет его взгляды. При этом

тесное формальное общение с чужаками (например, каждодневные встречи соседей в подъезде или лифте) не способствует сокращению социальной дистанции. В итоге социальное (связующее) значение городской среды ушло на второй план. В связи с этим возрождение и поддержка публичного пространства, обладающего потенциалом конструирования социальности – инклюзивного, удобного для осуществления различных коммуникативных практик, способного активировать межличностное взаимодействие и обеспечивать возможности партисипативного участия горожан в его производстве, превратились в одну из наиболее острых задач градостроительного планирования.

Библиографические ссылки

1. *Чешкова А. Ф.* Методологические подходы к изучению пространственной сегрегации // Российское городское пространство: попытка осмысления / отв. ред. В. В. Вагин. М. : МОНФ, 2000. 165 с.
2. *Матвеева Н. М.* Общественные центры городов // Архитектура СССР. 1972. № 7. С. 9–13.
3. *Гидденс Э.* Социология. М. : Едиториал УРСС, 2005. 632 с.
4. *Diener A. C.* From Socialist to Post-Socialist Cities. Cultural politics of Architecture, Urban Planning and Identity in Eurasia. London : Taylor & Francis Ltd, 2014. 206 p.
5. *Engel B.* Public space in the «blue cities» of Russia // The Post-Socialist City. Urban Form and Space Transformations in Central and Eastern Europe after Socialism. 2007. Vol. 92. P. 285–300.
6. *Hatherley O.* Soviet squares: how public space is disappearing in post-communist cities [Electronic resource] // The Guardian. URL: http://www.theguardian.com/cities/2016/apr/21/soviet-squares-public-space-post-communist-cities?CMP=share_btn_tw (дата обращения: 21.04.2016).
7. *Neugebauer C. S.* Loss and (re-)construction of public space in post-Soviet cities [Electronic resource] // International J. of Sociology and Social Policy. 2015. Vol. 35, is. 7/8. URL: <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/IJSSP-04-2015-0042> (дата обращения: 20.09.2016).
8. *Желнина А.* «Тусовка», креативность и право на город: городское публичное пространство России до и после протестной волны 2011–2012 годов // Stasis. 2014. Т. 2, № 1. С. 260–295.
9. *Пиир А.* Окно во двор (к описанию дворового пространства) // Антропология. Фольклористика. Лингвистика : сб. ст. СПб. : Изд-во Европ. ун-та в Санкт-Петербурге, 2002. Вып. 2. С. 194–230.
10. *Герасимова Е. Ю., Чуйкина С. А.* От капиталистического Петербурга к социалистическому Ленинграду: изменение социально-пространственной

структуры города в 30-е годы / ред. Т. Вихавайнен // Нормы и ценности повседневной жизни. СПб. : Нева, 2000. С. 27–74.

11. Пиир А. «Утраченный двор» (к описанию феномена ленинградской дворовой культуры) // *Cahiers slaves*. 2010. № 11/12. Р. 149–171.

12. Клінаў А. Малая падарожная кніжка па Горадзе Сонца : раман. Мінск : Логвінаў, 2008. 202 с.

13. Джекобс Д. Назначение тротуаров: безопасность // *Логос*. 2008. № 3. С. 3–23.

14. Harvey D. *Justice, Nature & The Geography of Difference*. New York : Blackwell Publishing, 1996. 468 p.

15. Lofland L. H. *The Public Realm: Exploring the City's Quintessential Social Territory*. New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 2009. 305 p.

16. Пучков М. В. Город и горожане. Общественные пространства как модератор поведения людей // *Архитектон: изв. вузов*. 2014. № 45. С. 34–44.

17. Бауман З. *Текучая современность*. СПб. : Питер, 2008. 240 с.

18. Дридзе Т. М. Вернуть столицу горожанам // *Обществ. науки и современность*. 1997. № 5. С. 26–34.

19. Кастельс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. М. : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2000. 606 с.

20. Краснопольская И. И., Солодова Г. С. Восприятие чужака группой в социологии Г. Зиммеля // *Социол. журн*. 2012. № 4. С. 24–35.

21. Зиммель Г. *Экскурс о чужаке // Социологическая теория: история, современность, перспективы*. СПб. : Владимир Даль, 2008. С. 7–13.

22. Lofland L. H. *A World of Strangers: Order and Action in Urban Public Space*. London : Waveland Pr. Inc, 1985. 223 p.

23. How stranger danger changed the way children play [Electronic resource]. URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8399749.stm> (date of access: 04.03.2021).

24. Lefebvre H., Kofman E., Lebas E. *Writing on cities*. Cambridge, Mass, USA : Blackwell Publishers, 2010. 250 p.

1.3. Город как коллективный ресурс: новейшая история развития белорусских городов

Как было сказано ранее, постсоветские города в своем становлении прошли через ряд сходных этапов развития. Первый этап можно условно назвать **возрождение идентичности** (1925–1960), основной идеей которого стала реконструкция национальной идентичности в рамках советского идеологического фрейма. Этап **социалистического строительства** (1961–1985) – проектирование масштабных городских массивов, дающих возможность разместить большое количество людей на небольшой территории в эпоху индустриализации и урбанизации. Далее следует **постсоветская разруха** (1986–1992) – кризис

Советского государства и девальвация ценностей, созданных прошлым режимом, упадок строительства, начатого советскими властями, дефицит ресурсов для реализации новых проектов, а также *этап бесконтрольной приватизации* (1993–1998) — эксплуатация всех возможных городских пространств со стороны мелких предпринимателей (без какого-либо архитектурного концепта и градостроительной перспективы, без участия и контроля государства).

Первую декаду нового столетия можно условно обозначить как *этап капитализма* — постепенное привлечение в развитие городской среды значительных финансовых ресурсов, вследствие чего началось конструирование крупных строительных объектов (дороги, проспекты, высотные модернистские здания), развитие деловых, коммерческих, торговых кварталов (часто по образу и подобию западных мегаполисов) [1]. Несмотря на очевидный выход из застоя и появление относительно устойчивого вектора в развитии, данный период становления постсоветской городской среды актуализировал ряд серьезных социальных противоречий. Горожанин из активного субъекта превратился в ресурс для города, средство поддержания его «жизни», ценность отдельного человека постепенно начала сводиться к его платежеспособности.

Особенно уязвимы к этим переменам оказались молодые люди, которые, с одной стороны, находились на важнейшем этапе личностного становления и развития, поиска и конструирования жизненных стилей, приобретения социального опыта, накопления социального капитала, а с другой — имели крайне мало возможностей влиять на свое жизненное пространство и нередко чувствовали себя в городе чужими. В результате мы могли наблюдать появившиеся проблемы гражданского участия — отчужденное отношение жителей к городу, нежелание брать на себя ответственность за его благоустройство, поддержание порядка; исключительная слабость локальных сообществ, их ограниченное участие в городской жизни, принятии решений, связанных с видоизменением пространства города; дисбаланс в отношениях между властью и гражданами (восприятие городской власти как всемогущей силы, способной решить любые проблемы или же уничтожить неугодных).

Две данные культуры (советская и переходная) тесно переплелись друг с другом, образовав так называемую сферу взаимодействия. А. Лефевр описывает это как бесконечное множество различных социальных пространств, которые проникают и/или накладываются друг на друга [2]. При этом пространство способно что-то принимать

в себя, а что-то отбрасывать. В случае если «стираются» части пространства, выполняющие важные социальные функции (социализацию или идентификацию), то их нагрузка распределяется на другие элементы. Р. Мертон называет такое явление латентной функциональностью [3, с. 146] (когда досуговую функцию начинают выполнять элементы публичного пространства, изначально для этого не предназначенные, – фойе торговых центров).

В последнее время постсоветские города переживают своеобразный *этап гражданского подъема*, для которого характерно осмысление совершенных ошибок, попытка восстановить утраченное, осознание необходимости остановить процесс наращивания жилого фонда и коммерческого пространства в пользу развития рекреационных зон, садов и парков, наличия свежего воздуха и создания инклюзивной среды для детей, подростков, людей пожилого возраста, а также людей с инвалидностью. В каждом отдельном случае этот гражданский подъем выглядит по-разному. Так, в Ереване толчком к его активизации стала Бархатная революция 2018 г., благодаря которой увеличились возможности гражданского участия и коммуникации между городскими властями и жителями города. В Минске городское участие реализуется преимущественно в виде разнообразных проявлений так называемого тактического урбанизма (самоорганизация дворовых сообществ, локальное преобразование городских мест с учетом собственных потребностей, организация местных дворовых праздников и пр.). В Санкт-Петербурге практики участия развиваются сверху и снизу: с одной стороны, через инициирование городской властью общественных голосований по поддержке разных городских проектов, реализацию программ благоустройства придомовых территорий на условиях совместного финансирования (из городского бюджета и бюджетов товариществ собственников), а с другой – через практики проектирования новых городских общественных пространств силами самих горожан (как, например, набережная р. Карповки) [1].

Происходят перемены также и в границах городского публичного пространства. Дворовая культура постсоветских городов переживает своеобразное возрождение: наблюдается рост количества соседских чатов в социальных сетях и мессенджерах, возвращаются традиции дворовых праздников, чаепитий и субботников, отмечаются примеры успешной борьбы жителей двора за «свою» территорию (сквер, детская площадка и пр.). Горожане все чаще пытаются стать видимыми, заставляя городских управленцев прислушиваться к мнению обычного человека.

Очевидно, сейчас мы имеем возможность наблюдать качественно новый период в развитии постсоветских городов – период переосмысления горожанами своей роли в качестве активных субъектов преобразования городской среды, осознанно реализующих собственное право на город. В связи с этим возникает большое количество исследовательских вопросов: что выступает катализатором роста гражданской активности горожан (политические трансформации, цифровизация городской среды, социокультурные преобразования или что-то другое), способны ли разобщенные, стихийные проявления активности горожан эволюционировать в более институционализированные формы (участие в принятии общественно важных решений для развития городской инфраструктуры, в обсуждении социальных и градостроительных проектов), как повлияет полученный опыт городского участия на коллективную идентичность, социальный капитал, национальное самосознание. Некоторые ответы на вопросы, связанные с новейшим этапом развития белорусских городов, будут предложены в данном пункте.

Прежде чем приступить к анализу современного периода городской среды, обозначим предпосылки, оказавшие наиболее значимое влияние на ее становление.

1. *Преобразование экономической основы развития города.* В последние годы исследователи все чаще отмечают перемены в конфигурации социально-экономического пространства современных городов [4]. Если судьба советского города напрямую зависела от состояния промышленного производства, локализованного в нем, то «в постсоветских городах доля промышленных функций и доля промышленных территорий в пространственной структуре города сократились значительно» [4, с. 356]. И наоборот, культура, искусство, сфера услуг, образование, которые в советский период рассматривались как второстепенные виды деятельности, сегодня часто выходят на передний план.

Формирование креативного сектора экономики признается городскими управленцами задачей не менее важной, чем развитие промышленных объектов. По мере увеличения в городской экономике доли креативного кластера меняется ее размерная структура, активнее развивается малый и средний бизнес, который становится все более заметным игроком в экономической сфере городов. Внешне это проявляется в создании многочисленных городских пространств, которые, развиваясь и объединяясь друг с другом, превращаются в креативные кластеры, кварталы и т. д. В свою очередь, креативное пространство становится объектом притяжения так называемого креативного клас-

са – людей свободных творческих профессий (художники, дизайнеры, музыканты), обеспечивает их сетевое взаимодействие, транслирует определенный набор ценностей и поведенческих установок.

Американский социолог Ричард Флорида еще в 2002 г. в известной книге «Креативный класс. Люди, которые создают будущее» [5] обозначил становление креативности как определяющий момент экономической жизни города. Источником креативности в данном случае выступает сама городская среда, ее уникальная способность сочетать в себе разнообразие, уникальность и взаимодействие.

2. Глобализация, усиление международных экономических связей и повышение мобильности населения. Глобализация мировой экономики привела к формированию единого рыночного и информационного пространства и либерализации мировой торговли товаров и услуг. Транснациональные корпорации (McDonalds, Ikea, Sturbucks и т. д.) сегодня влияют на социокультурную сферу города не менее сильно, чем традиционные архитектурные элементы (места с исторической застройкой, официальные культурные объекты и пр.). Усиление глобальных связей между городами способствует формированию глобальных деловых и финансовых центров, развитию крупнейших транспортных хабов, ориентированных на международные потоки. Глобализация воздействует на экономическую структуру города, затрагивает культурные, социальные, политические аспекты его жизни. Значительно возрастает мобильность горожан, которые получают возможность активно путешествовать, сравнивать условия жизни в различных городах, распространять по всему миру собственные ценности и модели поведения и «укоренять» в родном городе привозные.

3. Активное внедрение в городскую среду инновационных технологий (развитие умных городов). Одним из важнейших факторов, влияющих на функционирование современных городов, является активное внедрение в городскую жизнь цифровых технологий. Благодаря развитию технологий значительно меняется формат занятости горожан (популярность удаленной работы, рост количества самозанятых), трансформируются коммуникативные и досуговые практики (исчезают грани между личным пространством и пространством для работы), меняется качество жизни. Многофункциональность постепенно становится неотъемлемым качеством не только городской среды, но и самого человека.

4. Демографические изменения в составе городского населения. В данном случае подразумевается, во-первых, постепенное старение городского населения и, во-вторых, процесс смены поколений.

Старение городского населения сопровождается продолжением активной трудовой и общественной деятельности после достижения пенсионного возраста. Поскольку люди старшего поколения, как правило, медленнее усваивают и принимают технологические инновации, в городской среде возникают новые измерения социального неравенства — цифровая эксклюзия и техноэйджизм, речь о которых пойдет в последующих главах книги. Несмотря на то что теория смены поколений часто сталкивается с критикой, полностью исключать данное обстоятельство при анализе трансформационных процессов в современной городской среде нельзя. Ряд идей, которые указанная теория предлагает, могут быть полезными. Кратко обозначим ее суть. Теория поколений — это направление на стыке экономики, истории, технологий, культурологии и политологии, датой появления считается 1991 год (выход книги Уильяма Штрауса и Нейла Хоува «Четвертый поворот» [6]). Согласно рассматриваемой теории на смену поколению беби-бумеров (1944—1963 годы рождения), составлявших основу советского города, пришло поколение X (1964—1984 годы рождения), а затем поколение Y (1985—2003 годы рождения). В структуре ценностей горожан произошли существенные сдвиги: на смену коллективизму, скромности и доверию к авторитетам пришли индивидуальность, независимость, стремление к разнообразию, желание развиваться, иметь возможность выбора, наступила эра брендов и глобальных идей. Преобладавший ранее стандартизированно-технократический подход к строительству стал сменяться «персонализацией» создаваемых жилых и общественных пространств.

Своеобразным катализатором вышеперечисленных предпосылок выступила **пандемия коронавируса** нового типа, охватившая весь мир в 2020 г. Произошедшие за последнее время значительные социальные трансформации, связанные с пандемией, обусловили очередной этап эволюции представлений о городской среде. Обратимся к анализу социальных последствий пандемии, наиболее заметно изменивших жизнь больших городов, а также связанных с ними технологических преобразований. Пандемия коронавируса COVID-19 положила начало серьезным социальным проблемам. Обобщив существующий на данный момент исследовательский опыт, можно выделить три группы факторов, оказавших негативное влияние на функционирование и развитие городской среды.

1. Социальные последствия массовой вынужденной самоизоляции и дистанцирования. Ставший популярным в 2020 г. термин «социальная дистанция» имеет также и немедицинское значение — «прак-

тика поддержания определенной удаленности или эмоциональной отделенности от другого человека или социальной группы» [7]. Стоит отметить, что проблемы коммуникативных барьеров и ксенофобии проявлялись в жизни больших городов и до этого момента [8], однако COVID-19 вывел их на совершенно новый уровень. Публичные пространства (городские парки, улицы, дворы) как сцены для социального действия, конституирующие общество, опустели. Неформальное, неструктурированное и необязательное взаимодействие горожан, которое «делает возможной коммуникацию между разнородными индивидами и группами и создает такой положительный феномен, как космополитизм» [9, с. 214], оказалось под запретом.

Разнообразные третьи места (городские кафе и кофейни, культурные хабы и арт-площадки), способные выступать в роли нейтральной территории или организационного пункта, обеспечивать город публичными персонажами, организовывать совместное проведение досуга взрослых и молодежи [10], были закрыты (многие из них навсегда). Иными словами, потенциал реализации одной из важнейших функций городской среды – коммуникативной – был серьезно ослаблен. К негативным последствиям этого можно отнести: размывание территориальной идентичности, вызванное уходом в единственно доступную виртуальную плоскость, ослабление локальных сообществ и института соседства, сегрегацию и изоляцию.

В условиях самоизоляции отягчающим фактором для многих горожан стала цифровая некомпетентность. Особенно пострадали люди старших возрастных групп. По данным исследования, проведенного в России в 2020 г., только 16 % тех, кому за 65 лет, могут самостоятельно найти нужную информацию в интернете, 27 % – купить продукты через интернет, 30 % – вести переписку по e-mail [11, с. 395]. Лишившись возможности реализовывать повседневные практики традиционным способом (посещать магазины, аптеки, поликлинику, общаться с родственниками и знакомыми, оплачивать коммунальные услуги), далеко не все горожане оказались готовы одномоментно «виртуализировать» их. Обычная в таких случаях поддержка со стороны детей, внуков, консультантов в банке или в отделении почты стала недоступна. В результате значительная часть горожан¹ фактически «выпала» из городской среды, оказавшись в полной изоляции. Это не только негативным образом сказалось на их психологическом само-

¹ Более 30 % минчан находятся в возрастной группе старше 60 лет (по данным Национального статистического комитета за 2019 г.).

чувствию, но и увеличило нагрузку на социальные службы и систему здравоохранения, и без того работавшие в период пандемии на пределе возможностей.

2. Влияние инфодемии. С новыми угрозами столкнулись и те горожане, которые свободно владели цифровыми технологиями. Режим самоизоляции поспособствовал значительному росту объемов потребления цифрового контента. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), в России в апреле 2020 г. в цифровую среду были вовлечены 82 % жителей, 71 % из них пользовался интернетом каждый день (преимущественно для общения с близкими и получения новостей о стране и мире) [12]. При этом медийное воздействие на потребителей часто осуществлялось в режиме перенасыщения противоречивой и непроверенной информацией. На фоне напряженной эпидемиологической ситуации, а также невысокого уровня доверия общественности к сведениям о коронавирусе, предоставляемой из официальных источников, это привело к появлению феномена инфодемии – активному распространению через социальные сети и мессенджеры недостоверной, ложной информации (фейков), слухов, страхов, панических настроений, некомпетентных советов и пр.

По мнению Всемирной организации здравоохранения, «по скорости распространения так называемая инфодемия дезинформации и слухов значительно обгоняет вспышку новой коронавирусной инфекции (COVID-19). Она усиливает негативные последствия вспышки, в том числе путем стигматизации и дискриминации жителей затронутых вспышкой районов» [13]. Рассматривая каждого находящегося рядом человека как потенциального переносчика вируса и возможную угрозу, индивид перемещает его из позитивно окрашенной категории («сограждане», «соседи», «друзья») в негативную («источник эпидемиологической угрозы»). В результате к уже существующим в больших городах инструментам стигматизации добавляются новые («ковид-диссидент», «ковид-террорист»).

Негативным последствием инфодемии с точки зрения городской среды стал виртуальный уход горожан в собственный безопасный мир. Удаленная работа («офис дома»), неограниченные возможности интернет-покупок и курьерской доставки избавили горожан от необходимости покидать пределы собственной квартиры даже после снятия карантинных ограничений. Жизнь в своем «уютном коконе» постепенно превратилась в новую реальность современного цифрового города.

3. Тотальный контроль за горожанами, вызванный желанием властей остановить распространение вируса. Стоит отметить, что практика следить за перемещением горожан, используя развитые системы видеонаблюдения и фотофиксации, технические возможности геолокации и пр., а также хранить и анализировать большие объемы информации, которые при этом скапливались, существовала и до появления COVID-19. Цифровой контроль за городской средой, в отличие от естественного социального, неоднократно подвергался критике со стороны урбанистов и городских исследователей. По их мнению, жестко структурированное пространство, рассеченное заборами, контрольно-пропускными пунктами и другими атрибутами «архитектуры страха» (в том числе повсеместно распространенным видеонаблюдением), превращает большой город в пространство контроля и общество слежки [9; 14].

Однако в период пандемии COVID-19 существующие технические возможности контроля сделали возможным прямое директивное управление жизнью горожан. Например, в Москве функционировала специальная система слежения за пациентами с коронавирусом, находившимися на карантине в домашних условиях (специальное мобильное приложение отслеживало геолокацию и контролировало все перемещения заболевшего). В Польше власти обязали граждан предоставлять по первому запросу свои селфи с GPS-координатами, в Гонконге — носить специальные браслеты, позволяющие отслеживать их месторасположение. Даже учитывая некоторые положительные эффекты цифровой слежки, она вызывает серьезные опасения: насколько надежны системы хранения собранной информации? рискуют ли горожане, оказавшиеся в ковидных базах данных, стать жертвой киберпреступников? как долго накопленная информация будет храниться и с какими целями будет использована после того, как вирус пройдет? будут ли цифровые технологии контроля, отработанные во время пандемии, применяться впоследствии, уже с другими целями? К негативным эффектам цифрового контроля для городской среды эксперты относят возможное стремление горожан сбегать из-под «прозрачного колпака», где за ними постоянно наблюдают и наказывают за ошибки.

Как видим, произошедшие на фоне пандемии COVID-19 перемены оказали глубокое влияние на функционирование городской среды. Цифровые технологии, придуманные для того, чтобы повышать качество жизни в большом городе, начинают ставить под угрозу само его существование. Например, по данным ВЦИОМ, во время каран-

тина 2020 г. Москву покинуло от 3 до 5 млн человек [15]. У исследователей и экспертов нет уверенности в том, что данный процесс будет иметь обратимый характер. «Коронакризис» актуализировал ощущение уязвимости жизни в большом городе, которое может сохраниться и после окончания пандемии.

Отдельно стоит отметить политический аспект возрождения городской социальности. Можно было наблюдать ее достаточно интересную трансформацию: начавшись с разного рода политических арт-интервенций (нанесение протестных граффити, установка флагов, изображение символов), городское участие быстро приобрело черты, характерные для советского периода, – совместные чаепития, соседские спортивные матчи, коллективное благоустройство территории и т. д. Такое переплетение политических требований и житейских практик возвращает нас к дискуссии об идее права на город и ее роли в современном гражданском участии. Предположим, что возрождение дворовых сообществ является попыткой заложить основу для становления *института местного самоуправления* – непосредственного участия горожан в принятии решений, касающихся создания и преобразования городской среды («место за столом переговоров»), в дополнение к косвенному, опосредованному участию, такому как уплата налогов в городской бюджет, выборы местных депутатов и т. д. (в медийном дискурсе право на город часто трактуется как лозунг в духе Д. Харви – «это мой город»).

Учитывая наметившийся подъем городской активности, темы дворовых сообществ, соседства и городского участия в последние несколько лет активно прорабатываются исследователями. Появляются работы, посвященные роли креативного класса в городских преобразованиях [16], влиянию политического режима на ход борьбы за городское пространство [17], коммуникации локальных сообществ в социальных сетях [18], экономическому анализу социальной активности горожан [19], роли социального капитала в формировании феномена соседства [20], описанию конкретных практик и механизмов участия горожан в социокультурном развитии территорий [21]. Как правило, существующий исследовательский опыт сосредоточен в границах структуралистского конструктивизма – акцент делается на таких понятиях, как «социальная структура», «социальный капитал», «сетевое взаимодействие», «агенты», «креативная среда» и пр. Однако часть вопросов по-прежнему остается открытой. Например, не уделено должного внимания роли городского участия в преодолении феномена отчуждения (отстраненное, равнодушное отношение к соб-

ственному городу, эскапизм), не ясны механизмы формирования границ активности локальных сообществ, не до конца осмыслена роль дворовой событийности как инструмента формирования локальных сообществ. Рассмотрим восприятие горожанами собственного права на город, его границ и доступных форм реализации более подробно.

Анализ активности соседских сообществ в монографии осуществлялся в русле неомарксистской интерпретации критической теории (А. Лефевр, Д. Харви, Д. Митчелл). Ключевой идеей, вокруг которой выстраивалось исследование, стала концепция «право на город», впервые озвученная А. Лефевром [2] и за короткий период привлекавшая внимание множества специалистов [22; 23]. С точки зрения неомарксизма *городское публичное пространство* (в данном случае жилой двор) рассматривается как площадка для репрезентации политической борьбы, конфликтов или острых социальных противоречий. Иными словами, это территория, которую необходимо «отвоевать» у каких-либо внешних сил (в качестве таковых могут выступать как городские власти или местный бизнес, так и политический режим в стране в целом). При этом важно различать публичное пространство, разрешенное государством (например, добровольно-принудительное участие в официально объявленном городском субботнике), и «оккупированное» — то, которое создается силами самих горожан (часто в противовес официальному политическому режиму). Цель первого типа публичного пространства — продемонстрировать лояльность, поддержку доминирующей идеологии, тогда как целью второго типа является попытка стать видимыми, обратить на себя внимание, показать альтернативные точки зрения, выразить протест (создать «пространство репрезентации» согласно терминологии Дона Митчелла [23, с. 35]). «Отвоевание» подобного пространства может означать как его активное преобразование «в соответствии с нашими сокровенными желаниями» [22, с. 939], так и нахождение в границах данного пространства, даже вопреки желанию вышестоящих инстанций (так называемая коллективная власть тел). Место в этом случае имеет первостепенное значение, поскольку только в публичном пространстве право на город может быть заявлено и реализовано [23]. Учитывая вышесказанное, в исследовании особое внимание уделено описанию пространственных практик горожан (манипуляции с элементами дворовой территории, соседские праздники и чаепития).

Различают несколько трактовок понятия «право на город». Во-первых, как право человека в городе — право иметь крышу над головой, достойную зарплату, право на безопасность, защиту чести

и достоинства и пр. Во-вторых, как право на *урбанность* — право на городской образ жизни, культуру городского досуга, возможность определять себя как горожанина. В-третьих, как право на производство пространства — допуск к принятию решений о преобразовании городской среды, а также непосредственное участие в таком преобразовании. В-четвертых, как право менять город под себя — право каждой из социальных групп, обитающих в городе, воспроизводить характерный для нее образ жизни. И, наконец, как право остаться в городе — возможность противостоять механизмам и процессам (экономическим, политическим, культурным), которые вытесняют горожан за пределы городской черты (например, вынуждают уехать в случае значительного роста цен на жилье или делают невозможным нахождение в общественных пространствах, вводя запреты на сборы и массовые мероприятия).

Право на город означает право на участие в производстве пространства на всех его уровнях: «...гораздо больше, чем просто планирование материального пространства города; оно так включает в себя создание и воспроизведение всех аспектов городской жизни» [24, с. 101]. При этом можно выделить воспринимаемое пространство (*perceived space*) — объективное пространство физических объектов, с которыми люди взаимодействуют в повседневной жизни; задуманное/постигаемое пространство (*conceived space*) — совокупность идей и представлений о том, как должно выглядеть окружающее людей пространство, что оно собой представляет и почему; жилое пространство (*lived space*) как комбинация воспринимаемого и задуманного [22]. Содержательно близко к категории «право на город» расположено понятие «городская совместность» (*urban commons*) как сложная социальная и политическая экология, которая артикулирует особые социопространственные практики, социальные отношения и формы управления, участвующие в ее поддержании, производстве и воспроизводстве [25].

Второй категорией, важной для темы, стало понятие *дворовое сообщество*, которое рассматривается в духе экологической традиции как некий социальный субъект, обладающий относительно высокой степенью социального единства [26] и имеющий определенный ареал обитания (от состояния которого в значительной степени зависит качество жизни членов сообщества). В этом смысле сообщество — «группа домохозяйств, расположенных в одном месте и связанных друг с другом функциональной взаимозависимостью, более тесной, чем аналогичная взаимозависимость с другими группами людей в рам-

ках социального поля, к которому принадлежит сообщество» [27, с. 40]. При определении объекта исследования принимались во внимание две характеристики дворовых сообществ — локальность (принадлежность к определенной территории¹) и социальная плотность (интенсивность взаимосвязей внутри сообщества выше, чем между его отдельными членами и внешней средой). Близким здесь является термин «соседство» (neighborhood) — сообщество, которое возникает в результате естественного разделения города на сегменты (жилые дворы) [27].

Эмпирической основой исследования стали результаты анкетного онлайн-опроса, проведенного в Минске в сентябре — октябре 2020 г. Выборка формировалась методом «снежного кома» (респондентов, заполнивших анкету, просили отправить ссылку на нее еще нескольким знакомым). Всего в опросе приняло участие 300 человек, из них 44,0 % — мужчины, 56,0 % — женщины (26,1 % в возрасте от 18 до 25 лет, 21,3 % — 26–35 лет, 36,0 % — 35–45 лет, 13,0 % — 46–60 лет, 3,7 % — 60 и старше). 69,3 % опрошенных имеют высшее образование, 10,7 % — среднее специальное, 20,0 % — учащиеся и студенты. По сравнению с генеральной совокупностью респонденты в выборке представляют более молодую возрастную группу, а также имеют более высокий уровень образования. Кроме того, в выборке меньше, чем в генеральной совокупности, минчан старше 60 лет (что объясняется способом распространения анкеты — через социальные сети и мессенджеры). Результаты опроса отражают мнение наиболее молодой и образованной части горожан (как мужчин, так и женщин) — так называемых ранних последователей, или раннего большинства.

Дополнительно использовался метод качественного анализа содержания соседских чатов Минска за период с августа по сентябрь 2020 г. Соседские чаты должны были соответствовать следующим критериям: основные участники чата должны быть соседями (проживать в одном доме или нескольких домах, расположенных рядом); преимущественная тематика сообщений чата должна концентрироваться вокруг событий, касающихся непосредственно места проживания участников (благоустройство территории, организация праздников, помощь соседям в решении каких-либо проблем и пр.). По указанным критериям было отобрано шесть чатов, расположенных в различных

¹ По этой причине за рамки эмпирического анализа были выведены соседские сообщества, не имеющие четких границ территориального единства: слишком широкий ареал обитания, преимущественная виртуальность совместных практик и пр.

районах города (два — в районах с новостройками, четыре — в районах смешанной застройки, в основном 1970–2000-х гг.).

Городское участие: субботник «по старой памяти» или тактический урбанизм? Пространственный подход — один лучших способов понять соседский активизм, поскольку домовладельцы видят себя не столько социальными агентами, сколько собственниками определенной территории [28], чьи интересы заключаются в первую очередь в ее преобразовании в соответствии с собственными нуждами. Исходя из этого, первая задача исследования состояла в описании типичных практик городского участия.

По результатам опроса степень активного участия в преобразовании придомовой территории минчан довольно низкая — регулярно это делают только 4,7 % респондентов, около 20 % горожан имеют эпизодический опыт городского участия (1–2 раза в год) (табл. 3).

Таблица 3

Участие в практиках по преобразованию городской территории

Участвовали ли Вы когда-либо в благоустройстве, украшении, преобразовании городской территории по собственной инициативе (самостоятельно либо совместно с соседями, другими горожанами)?	%
Да, участвую регулярно	4,7
Да, участвую несколько раз в год (редкое, эпизодическое участие, короткий опыт участия, недавно стал участвовать)	19,7
Нет, но хотел бы принять участие в таких инициативах	41,0
Нет и не планирую	15,7
Я ничего не слышал о таких инициативах	19,0

Наиболее активно участвуют в благоустройстве придомовой территории женщины в возрасте от 46 до 60 лет. Очевидно, это связано с отчасти сохранившейся советской традицией дворовых субботников (тем более что типичными практиками по преобразованию городской среды являются посадка цветов, деревьев (18,7 %) и уборка территории (12,3 %)). Стоит отметить, что, несмотря на изначально присутствующую в советском обществе политизированность субботника как формы коллективного действия, он никогда не воспринимался горожанами как акт реализации своего права на город. Это было скорее проявлением общинности, соседской солидарности, в чем-то даже конформизма («все вышли, как я могу не выйти»), желанием реализовать собственные утилитарные цели (например, заработать отгулы) [29].

Рассматриваемый тип городского участия не столько носит протестный характер, сколько связан с решением повседневных задач по благоустройству городской среды (в первую очередь руководствуясь собственными интересами: «*чтобы было красиво*», «*самим же будет приятно посмотреть*»¹). Речь в данном случае идет не о реализации собственного права на город (как желания участвовать в производстве городского пространства, символически обозначить собственное место в городе, высказать собственное мнение и т. д.), а о производстве городских совместностей [24] – низовой самоорганизации для достижения поставленных целей с наименьшими затратами. Городское участие по типу субботника слабо связано с урбанностью, о которой говорил А. Лефевр (особый образ жизни, характеризующийся широким спектром интересов за пределами приватного пространства), оно в меньшей степени способствует формированию чувства ответственности за свой город, привязанности к нему, желанию взаимодействовать с другими горожанами (табл. 4).

Таблица 4

Ценностный ракурс городского участия, %

Высказывание	Участие в благоустройстве городской территории		
	Да (регулярно либо эпизодически)	Нет, но хотел бы	Нет и не планирую
Я не чувствую большой привязанности к городу, в котором живу (допускаю возможность переезда, если появится такая возможность)	35,6	23,6	50,0
Я в основном провожу время в своей квартире либо возле своего дома и не интересуюсь тем, что происходит в других местах	13,7	8,9	37,5
Я ощущаю свою ответственность за благоустройство и привлекательность своего города	21,9	35,0	2,9

¹ Здесь и до конца пункта 1.3 курсивом выделены цитаты из соседских чатов.

Высказывание	Участие в благоустройстве городской территории		
	Да (регулярно либо эпизодически)	Нет, но хотел бы	Нет и не планирую
Я хорошо осведомлен о жизни в своем городе (о происходящих событиях, новостях, интересных людях, новых местах и т. п.)	41,1	48,8	20,2
Я готов прийти на помощь своим соседям, другим горожанам в трудных жизненных ситуациях	64,3	70,7	35,6

Принципиально иную точку зрения представляют респонденты, которые на момент проведения опроса не имели опыта коллективного преобразования городской среды, однако хотели бы принять участие, если появится такая возможность. Они представляют собой наиболее многочисленную группу – 41,1 % (в равной степени мужчины (47 %) и женщины (53 %) в возрасте преимущественно до 45 лет). В этом случае движущей силой выступает именно упомянутая выше урбанность – возможность определять себя как горожанина, желание оставить свой след в городской среде. Интерпретировать подобную активность можно, используя понятие *тактического урбанизма* [30] как определенного подхода к пониманию городского развития, основанного на использовании краткосрочных, низкочастотных, масштабируемых вмешательств для того, чтобы спровоцировать долгосрочные изменения (так называемая теория малых дел)¹.

При внешней схожести традиционного субботника и тактического урбанизма их суть различна. Если в первом случае городское участие представляет собой исключительно желание привести в порядок свой двор, то во втором появляется потребность выразить недоверие к городским властям, готовность взять ответственность за принятие решений на себя. Тут уместно вспомнить девиз тактического урбанизма (в понимании его основателя Майка Лайдона [31]): нелепо поручать ликвидацию последствий и исправление ситуации тем, кто сам

¹ Более подробно роль тактического урбанизма в развитии городской среды будет рассмотрена в пункте 2.3.

и виноват в возникших проблемах. В соответствии с этим принципом переустройство города силами самих горожан превращает их из простых потребителей городской среды в активных участников городского планирования, которое в дальнейшем может перерасти в нечто большее (например, принять форму муниципальных программ по поддержке местного самоуправления).

В логике неомарксизма тактический урбанизм можно осмыслить как преодоление сложившегося отчуждения между человеком и городом, модернизацию городской среды снизу, приведение в соответствие новых ценностей городской жизни и старых пространственных отношений. Ключевой мотивацией участия в практиках тактического урбанизма выступает попытка реализовать свои права на городскую среду (особенно учитывая, что активизация дворовых сообществ в Беларуси совпала по времени с глубоким политическим кризисом). Подтверждает данное предположение и тот факт, что большинство респондентов (88,7 %) уверены в своем праве самостоятельно преобразовывать (изменять, украшать, благоустраивать) территорию города или района проживания на основе собственных предпочтений (2,3 % полагают, что любыми преобразованиями городской территории должны заниматься только городские власти или коммунальные службы).

Это то, что А. Лефевр называет *городской демократией* [2] – важнейшей чертой урбанности как образа жизни, производной от таких качеств, как разнообразие и различие. В данном случае мы наблюдаем желание уйти от типового оформления жилых дворов, стремление к творчеству, индивидуальности, самовыражению (рис. 2).

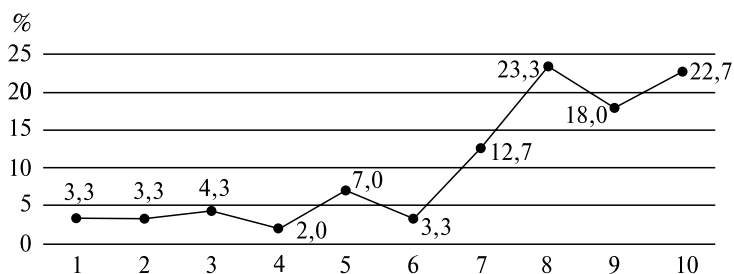


Рис. 2. Степень согласия с утверждением: «Горожане имеют право не только использовать городские ресурсы, но и менять город по своему усмотрению – менять названия улиц, наносить изображения, рисунки, организовывать городские праздники» (по шкале от 1 «полностью не согласен» до 10 «полностью согласен»)

Осознание своего права на город постепенно начинает выходить за рамки его утилитарного понимания и приобретает черты символического самоопределения (табл. 5).

Таблица 5

Символический ракурс городского участия

Имеют ли горожане право коллективно создавать, выбирать и размещать на видимых участках городской территории символы (флаги, эмблемы) своего города или района?	%
Да, если это не нарушает общепринятых морально-этических норм	82,0
Нет, созданием и размещением любых символов, эмблем и флагов должны заниматься городские власти и коммунальные службы	11,3
Затрудняюсь ответить	6,7

Подобная возможность упоминается и в соседских чатах («*Есть идея сделать логотип нашего чата, улицы или даже рестайлинг района*»). Кроме того, 80 % горожан, принявших участие в исследовании, хотели бы иметь возможность принимать участие в дворовых праздниках (совместные чаепития, концерты, ярмарки) вместе со своими соседями, при этом 61,9 % респондентов готовы выступить в роли организаторов (табл. 6).

Таблица 6

Событийный ракурс городского участия

Могли бы Вы выступить в роли организатора (участвовать в организации) какого-нибудь городского события, в том числе в своем районе (совместный праздник с соседями, субботник, ярмарка, уличный концерт и пр.)?	%
Да, если все будет организовано в рамках закона	21,6
Да, если мне ничего не будет угрожать (если я буду в безопасности)	22,4
Да, если у меня будут доступные ресурсы (в том числе материальные)	44,1
Нет, это исключено	38,1

Примечание. Сумма ответов больше 100 %, так как можно было выбрать несколько вариантов.

Впрочем, определенный потенциал развития активности горожан был обнаружен в сфере **событийного наполнения городского публичного пространства**.

Результаты исследования показали новую трактовку права на город как права на производство собственной идентичности, ослабление репрессивной функции городской среды (когда чиновники самостоятельно решают, чего хотят люди: какие деревья и где именно посадить, какого цвета должны быть скамейки в дворе, когда именно и где пройдет городской субботник и пр.). В этом ракурсе право на город иллюстрирует желаемое будущее, которое должно сложиться в результате коллективного действия горожан – проекция себя на окружающую среду, выражение себя через свойства городской среды и городской среды через собственную картину мира («создавая город, человек переделывал и себя» [32]).

Однако тут важен принципиально *низовой характер дворовой активности*, а не ее имитация, инициированная сверху¹. Согласно категориям неомарксизма речь здесь идет об универсальном социальном единстве, которое имеет ненасильственный характер, но при этом не является аморфным и релятивистским. Такое единство «не должно быть центрированным какой-либо субстанцией, но иметь событийную точку притяжения; оно должно обеспечивать солидарность людей, но не оборачиваться новым тоталитаризмом» [33, с. 37]. Однако встает вопрос об ограничениях реализации собственного права на город. Такой вопрос мы задавали в ходе анкетного опроса. Результаты исследования показали значительный приоритет внутренних, общечеловеческих, моральных барьеров над внешними, формализованными (идеология, законодательство). При этом на восприятие границ городской активности в наименьшей степени влияет соответствие предпринимаемых действий государственной идеологии (табл. 7).

Таблица 7

Ограничение реализации собственного права на город

В каких случаях право горожан на изменение городской территории, организацию городских событий или участие в них должно быть ограничено?	%
Если их действия наносят вред, могут быть опасны для других людей	89,0
Если их действия наносят вред внешнему облику города, ухудшают его состояние, выводят из строя городскую инфраструктуру	83,3

¹ Как, например, КОТОС (коллегиальный орган территориального самоуправления), эффективность которого из-за отсутствия реальных полномочий достаточно невысока.

В каких случаях право горожан на изменение городской территории, организацию городских событий или участие в них должно быть ограничено?	%
Если их действия оскорбляют других людей, вызывают общественное возмущение, доставляют дискомфорт другим людям	63,0
Если их действия противоречат действующему законодательству	55,0
Если их действия противоречат официальной государственной идеологии	11,6

Подобное понимание права на город перекликается с идеей Л. Болтански и Л. Тевено о гражданском мире, для которого характерны внимание индивидов к коллективным интересам и стремление к коллективным действиям во имя общего блага, в том числе демонстрация единения в формах физического присутствия (особенно в конфликтных ситуациях, при символическом объединении против официальных властей) [34]. Иными словами, подобные показатели могут свидетельствовать, во-первых, о зарождающихся процессах формирования гражданского общества (в отношении городского населения) и, во-вторых, о назревшем противоречии между существующими идеологическими и законодательными нормами и коллективно разделяемыми представлениями о правильном поведении («низы не хотят по-старому, верхи не могут по-новому»).

Д. Харви отмечал, что при реализации права на город частные запросы одних социальных групп будут находиться в постоянном конфликте с запросами других [22]. Право на город может оказаться своеобразной ловушкой (*local trap*), когда локальные интересы какой-либо части местных жителей (например, активистов) затмевают интересы более широкой части общественности, что является прямым противоречием самой идеи городской демократии [35]. Особенно это актуально при низком уровне доверия горожан друг к другу и отсутствии сплоченности (по результатам опроса только 15,3 % минчан доверяют людям, с которыми живут по соседству, 13,6 % ощущают поддержку со стороны соседей). Разрешить указанное противоречие можно, договорившись об общественном благе, когда любые преобразования городской среды допустимы лишь в тех случаях, когда они соответствуют представлениям о принятых в конкретном сообществе нормам. На передний план в такой ситуации выходит проблема коммуникативных разрывов, а сама идея права на город перемещается в плоскость коммуникации с соседями.

Коммуникация с соседями: групповые чаты и онлайн-сообщества.

Развитая цифровая инфраструктура играет важную роль в процессах производства и воспроизводства городского пространства. Внимание к соседским онлайн-коммуникациям позволяет «переосмыслить не только организацию соседских сообществ, но и устройство коллективного политического действия» [27, с. 45]. Локальные сетевые площадки в условиях роста городского участия выступают в роли одного из значимых ресурсов активизации практической деятельности: помогают соседям познакомиться друг с другом, координировать свои действия, позволяют делиться друг с другом локальным знанием, а также доводить информацию о местных проблемах до более широкой аудитории. Иными словами, соседские чаты представляют горожанам возможность (нередко единственную) стать видимыми, обратить внимание городских управленцев на мнение обычного человека – остаться в городе [22], противостоять вытеснению за пределы городской черты (в том числе и символическому, представляющему собой запрет на любые ее преобразования – граффити, собрания горожан).

Опрос показал, что потенциал соседской онлайн-коммуникации в Минске реализован не в полной мере – всего 38,5 % опрошенных состоят в соседских чатах (из них 13,8 % обозначают себя как активных участников). При этом 43,9 % минчан отметили, что они практически не знакомы с соседями и не знают о существовании дворовых чатов. Неудивительно, что 49,7 % горожан удерживает от непосредственного участия в преобразовании городской среды отсутствие знакомства с соседями, незнание того, с чего начать, к кому обратиться и пр., 12,2 % опрошенных и вовсе опасаются конфликтов с соседями (*«сделаю что-то не то, кому-то не понравится»*).

Возникает вопрос: есть ли связь между соседскими чатами и правом на город? Можно ли рассматривать их как механизм преодоления отчуждения? Для того чтобы понять, насколько соседские чаты способствуют вовлечению горожан в преобразование городской среды и развитию городской демократии, был проведен качественный анализ их содержания.

С точки зрения правил входа участников соседские чаты можно разделить на две группы – «для всех» и «для своих». Такое деление основано на гипотезе, что «коммуникация локальных сетевых сообществ в социальных сетях происходит не просто в форме “публичных сетевых разговоров”, а балансирует между двумя режимами, которые можно условно назвать “соседским” и “гражданским” и которым соответствуют разные типы сетевых публик» [18, с. 48].

Дворовые чаты «для всех» максимально открыты, попасть в них может любой желающий (подтверждать свою принадлежность к дворовому сообществу не нужно), хотя костяк участников обычно составляют реальные соседи. Взаимодействие концентрируется вокруг как локальных проблем (благоустройство двора, организация праздников), так и общеполитических и социальных вопросов. При этом разговоры характеризуются отсутствием формализованности и четких границ между обсуждением частных вопросов и общественно значимых интересов и проблем. Однако пространственный фактор (непосредственно придомовая территория) в данном случае имеет второстепенное значение.

Ключевым критерием участия в чате данного типа выступает не фактическое соседство, а близость взглядов и ценностей – т. е. среди участников остаются те, кто разделяют ценностную картину мира друг друга, в то время как несогласные удаляются из чата администратором. Такие чаты отличаются более выраженной политической окраской, в них реже возникают внутренние дискуссии и противоречия, участники, как правило, открыто демонстрируют свои политические взгляды (могут звучать призывы к участию в акциях, предложения подписать петиции и т. д.), встречается репост новостей из других чатов (также преимущественно политического толка). Учитывая указанные обстоятельства, большинство участников подобных чатов прибегают к тактике максимальной анонимности (пользуются вымышленными именами, скрывают личные номера телефонов), что вызывает определенные трудности в идентификации «своих» (соседей) и «чужих» (остальных горожан).

Дворовые чаты «для своих» имеют принципиальное отличие – вход в них возможен только после подтверждения места проживания (функцию контроля выполняет администратор). Спектр механизмов идентификации достаточно широк – начиная от просьбы сообщить администратору чата свой адрес и заканчивая необходимостью показать фотографию прописки в паспорте, поделиться геолокацией либо продемонстрировать собственный вид из окна. Строгость подобных практик зависит от того, насколько тщательно дворовое сообщество охраняет свои границы от чужаков. Преимущественная тематика сообщений в чатах «для своих» концентрируется вокруг локальных вопросов, хотя возможно и обсуждение глобальных событий, происходящих в стране (например, обсуждение выборов, конституционной реформы, санкций и пр.).

Важной особенностью чата «для своих» является то, что ключевым критерием участия выступает фактическое соседство — участники могут не разделять политических взглядов друг друга, но состоять в одном чате и взаимодействовать исключительно по локальным вопросам (вне политики). В связи с этим такой чат может иметь более дискуссионный характер, в нем могут возникать конфликты на почве разных политических взглядов, которые, как правило, заканчиваются уходом в плоскость бытовых вопросов: *«Этот чат для дома, а не для политики и выражения мнения. Кто-то против, кто-то за», «Объективно в доме живут люди различных взглядов».*

Несмотря на то что в обоих случаях коммуникация привязана к определенному городскому пространству (жилому двору), тип формирующихся взаимосвязей в чатах «для всех» и «для своих» различается. Коммуникация в чатах первого типа («для всех») строится по принципу *онлайн-сообщества*, тогда как в чатах «для своих» мы имеем дело с *сообществами онлайн* (термины нидерландского теоретика новых медиа Яна ван Дейка [36]). Сообщества онлайн, которые формируются на основе чатов «для своих», не зависят исключительно от используемой локальной сетевой площадки, они могут комбинировать различные средства онлайн и офлайн-коммуникации (в том числе и отдавая предпочтение последней). Иными словами, они не были созданы исключительно благодаря Telegram-каналам и могут поддерживать свое существование и без них (при условии сохранения связующего элемента — интереса соседей друг к другу и собственному двору). В случае же с онлайн-сообществами их существование напрямую зависит от благополучия цифровой платформы, на которой они базируются (при блокировке таких чатов сложившиеся сообщества оказываются нежизнеспособными в офлайн-среде).

Сообщества онлайн представляют собой «сообщества практики», основанные на общем, а не на общении — на основе общих интересов, сконцентрированных на определенной территории, воспринимаемой всеми членами сообщества в качестве своей. Такие сообщества позволяют горожанам увидеть альтернативные точки зрения, наглядно показывают многообразие существующих взглядов, развивают терпимость и формируют умение искать точки соприкосновения, достигать компромисса, вырабатывать общепринятые правила коммуникации, сначала — как правила чата (*«Не нужно опускаться до оскорблений, нам всем жить в одном доме»*), после — как универсальные правила общения (*«Давайте проводить мероприятия, которые будут объединять людей, а не вносить дальнейший раскол»*). Из-за серьезной модерации спонтанная коммуникация, возникающая в сообществах

онлайн (networked public talk), имеет шанс превратиться в особую форму политической культуры [37].

Границы собственного права на город не всегда могут быть верно определены соседями, что часто приводит к локальным конфликтам (особенно в условиях социально-политического раскола). В повседневной онлайн-коммуникации частные интересы (например, желание жить в благоустроенном дворе) артикулируются многими пользователями (вырабатываются приемлемые для всех параметры и критерии благоустройства двора), постепенно переходят в плоскость общезначимых тем (желание иметь доступ к принятию решений о благоустройстве собственного двора), после чего становятся основой для формирования новых ценностей (гражданские права и свободы, участие, ответственность и т. д.). Тут уместно вспомнить концепцию публичной сферы Юргена Хабермаса, которая представляет собой синтез «системы» (политических, нормативных, юридических категорий) и «жизненного мира» (повседневного взаимодействия, обыденных смыслов и языковых норм), превращает приватное в политическое [38, с. 124].

Подобные гибриды физического и цифрового, материального и социального часто мобилизуются в рамках повседневного самоуправления. Цифровые платформы в этих процессах выходят за рамки инструментальной роли и становятся активными участниками городских преобразований. Результаты опроса показали взаимосвязь между знакомством с соседями и участием в коллективных практиках — чем активнее горожане общаются со своими соседями (в том числе и вне соседских чатов), тем более высока вероятность их участия в благоустройстве придомовой территории, дворовых праздниках, совместных чаепитиях и т. д. (рис. 3).

Право на город — это скорее общее, а не индивидуальное право, поскольку его реализация неизбежно зависит от приложения коллективных усилий. По этой причине сообщества онлайн следует рассматривать не только как один из множества виртуальных субъектов, которые часто не имеют выхода в офлайн, но и как низовые гражданские медиа, которые обладают реальным потенциалом для развития института местного самоуправления. В этом смысле местное самоуправление представляет собой не столько силу в физическом понимании, когда одно крупное тело осуществляет давление на тело меньшего объема (власть большинства), сколько силу биологического характера, «когда все члены экосистемы осуществляют едва заметный контроль над всеми в интересах процветания всей системы» [39, с. 287].

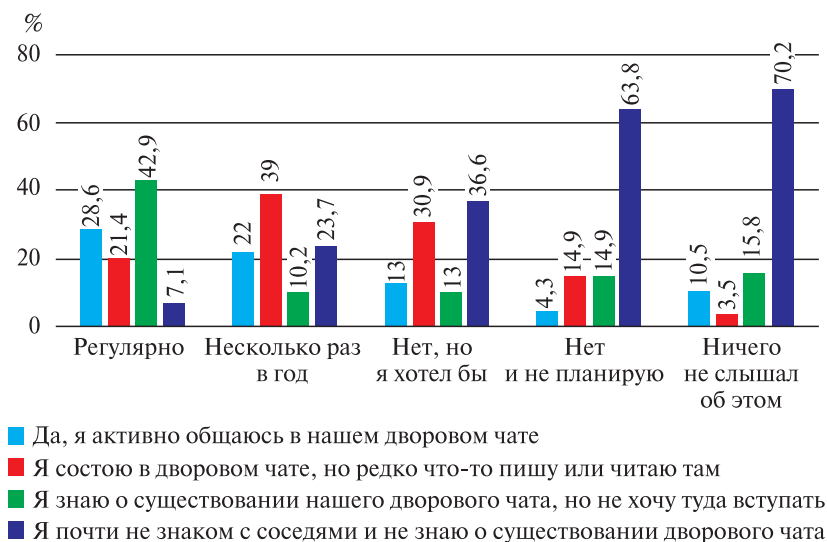


Рис. 3. Участие в преобразовании дворовой территории и степень взаимодействия с соседями

Проведенное исследование подтвердило тезис, что концепция «право на город» выходит за пределы условного доступа к уже существующим ресурсам городской среды. В это понятие необходимо вкладывать прежде всего возможность активного преобразования города, приведение его в соответствие с артикулируемыми потребностями горожан. Однако в дополнение к традиционным субботникам, привычка к которым у части горожан сохранилась со времен СССР, появляются иные формы городского участия. Для новых дворовых сообществ характерна так называемая урбанность – особый образ жизни, характеризующийся широким спектром интересов за пределами частного пространства, возможность определять себя как горожанина, желание оставить след в городской среде. Городское участие тесно связано с такими аспектами, как чувство ответственности за свой город, привязанность к нему, желание взаимодействовать с другими горожанами. Ключевой мотивацией в данном случае выступает попытка реализовать свои права на городскую среду, преодолеть сложившееся отчуждение между человеком и городом, быть обитателями, а не населением, производить не только пространство, но и новые конфигурации городской жизни («community-based» development and planning).

Городам, как и многим социальным системам, свойственно самовоспроизведение, которое можно сравнить с вирусным процессом проникновения, производства и расширения. Следовательно, отчуждение и неравенство на уровне жилого двора (как частный случай) стремятся воспроизводить себя на более глобальных уровнях (в масштабах города или страны в целом). Оспаривать свое право на город в указанном контексте — значит оспаривать социальные процессы, в которых они укоренены, отстаивать новые конфигурации городской жизни. Город — символ власти, одновременно являющийся свидетельством иллюзии государства — уверенности в том, что оно знает, как управлять, и умеет это делать наилучшим образом. Однако растущая самоорганизация, горизонтальное распространение эффективных моделей поведения, реализуемые установки на взаимопомощь (низовая деконструкция социальности) способствуют институционализации новой функциональной нормативно-ценностной системы.

Механизмы реализации права на город запустили процессы (ре)формирования соседских сообществ — на основе дарообмена (дворовые праздники, организованные в складчину), производства локальной идентичности (создание и развитие символики своего района, улицы), модерации и поиска компромиссов (прямая дворовая демократия в соседских чатах). С другой стороны, эти процессы осложнены такими факторами, как смена поколений, разрыв между старыми советскими представлениями о своем месте и роли в городе и новыми, пока не имеющими четких границ. В связи с этим право на город постепенно переходит в плоскость коммуникации с соседями, приобретает черты коммуникативного действия по Ю. Хабермасу, ориентированного на достижение взаимопонимания и согласия.

Можно предположить, что право на город все теснее будет коррелировать с такими понятиями, как «коммуникация», «публичная сфера», «форум». Его практическая реализация все меньше будет привязана к непосредственному «отвоеванию» физических территорий и все больше станет разворачиваться в коммуникативной плоскости, предполагая вовлечение как можно большей части населения в общественно-политическую повестку, формирование сети лидеров и интеграцию индивидов с уже существующими социальными связями в формальные административные структуры, а также организацию информационной поддержки местного самоуправления и местного лидерства (*collaborative common*). В силу возможности сделать акцент

на децентрализованной событийности и процессуальном характере общества, конструировании универсального социального единства критическая теория имеет значительные перспективы в городских исследованиях, особенно посвященных праву на город.

Библиографические ссылки

1. *Лебедева Е. В., Мелкумян Ю. Г., Филипова А. Г.* «Право на город»: опыт политики городского участия на постсоветском пространстве // Социологическое прочтение настоящего и контуры будущего : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 нояб. 2020 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. Н. Данилов (гл. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2020. С. 65–68.

2. *Lefebvre H.* Writing on cities. New York : Blacwell Publishing, 1996. 260 p.

3. *Мертон Р.* Социальная теория и социальная структура. М. : АСТ, 2006. 880 с.

4. *Власова Н. Ю.* Факторы и тенденции развития социально-экономического пространства крупнейших российских городов // Науч. тр. Вол. экон. о-ва России. 2018. № 1. С. 353–364.

5. *Флорида Р.* Креативный класс. Люди, которые создают будущее. М. : Иванов, Манн и Фербер, 2016. 384 с.

6. *Howe N., Strauss W.* The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. New York : Broadway Books, 1997. 400 p.

7. Oxford English Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.oed.com/view/Entry/88377097> (date of access: 20.01.2021).

8. *Лебедева Е. В.* Город как социальное пространство: проблемы появления коммуникативных разрывов // Социология. 2015. № 3. С. 14–121.

9. *Lofland L. H.* The Public Realm: Exploring the City's Quintessential Social Territory. New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1989. 305 p.

10. *Ольденбург Р.* Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М. : Новое лит. обозрение, 2014. 456 с.

11. *Воробьева И. Н., Мехова А. А.* Самоизоляция–2020 как вызов цифровой компетентности населения // Цифровое общество – новый формат социальной реальности: структуры, процессы и тенденции развития : материалы Всероссийской научной конференции XIV Ковалевские чтения 12–14 ноября 2020 г. / отв. ред.: Н. Г. Скворцов, Ю. В. Асочаков. СПб. : Скифия-принт, 2020. С. 395–396.

12. Сеть как спасение [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10221> (дата обращения: 20.01.2021).

13. Социальная стигматизация и COVID-19 [Электронный ресурс]. URL: https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0007/432268/SocialStigmaAssociatedCOVID-19-rus.pdf (дата обращения: 20.01.2021).

14. Lyon D. Surveillance Society: Monitoring Everyday Life. UK : McGraw-Hill Education, 2001. 189 p.

15. Бегство из города: 5 шагов к дезурбанизации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.if24.ru/5-shagov-k-dezurbanizatsii/> (дата обращения: 20.01.2021).

16. Желнина А. «Тусовка», креативность и право на город: городское публичное пространство России до и после протестной волны 2011–2012 годов // *Stasis*. 2014. Т. 1, № 1. С. 260–295.

17. Тыканова Е., Хохлова А. Городской политической режим в Санкт-Петербурге: роль реальных и воображаемых «машин роста» в борьбе за городское пространство // *Журн. исслед. соц. политики*. 2015. № 2. С. 241–256.

18. Павлов А. В. Локальные городские сообщества в социальных сетях: между «соседской» и «гражданской» коммуникацией // *Лабиринт*. 2016. № 5. С. 46–57.

19. Богданова Л. П., Смирнов И. П. Социальная активность городских сообществ: опыт исследования на примере средних городов Тверской области // *Экология урбанизир. территорий*. 2018. № 1. С. 50–57.

20. Тыканова Е. В., Тенишева К. А. В плену «эффекта соседства»: социальный капитал и активизм в новых анклавных жилищных комплексах // *Журн. социологии и соц. антропологии*. 2020. № 2. С. 7–35.

21. Чернега А. А. «Сила местных сообществ»: практики, механизмы и модели участия жителей в социокультурном развитии территории (на примере малых населенных пунктов Вологодской области) // *Журн. социологии и соц. антропологии*. 2020. № 3. С. 51–77.

22. Harvey D. The Right to the City // *International J. of Urban and Regional Research*. 2003. № 27 (4). P. 939–941.

23. Mitchell D. The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space. New York : Guildford Press, 2003. 270 p.

24. Urban commons. Городская совместность: за пределами государства и рынка / М. Делленбо [и др.]. М. : Новое лит. обозрение, 2020. 320 с.

25. Добрякова М. С. Исследования локальных сообществ в контексте позитивизма, субъективизма и теории глобализации // *Социология 4М*. 2001. № 13. С. 27–59.

26. Elias N. Foreword—Towards a Theory of Communities / Colin Bell and Howard Newby (ed.) // *The Sociology of Communities: A Selection of Readings*. London : Frank Cass & Co. Ltd., 1974. P. ix–xliii.

27. Чернышева Л. А. Онлайн- и офлайн-конфликты вокруг городской совместности: забота о городском пространстве на территории большого жилого комплекса // *Журн. социологии и соц. антропологии*. 2020. № 2. С. 36–66.

28. Purcell M. Neighborhood activism among homeowners as a politics of space // *Professional Geographer*. 2001. № 53 (2). С. 178–194.

29. Юрчак А. Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. М. : Новое лит. обозрение, 2014. 664 с.

30. *Грибер Ю. А., Литвинова Т. Н.* Тактический урбанизм как форма модернизации повседневности // Социодинамика. 2015. № 9. С. 1–19.
31. *Лайдон М., Гарсия Э.* Тактический урбанизм. Краткосрочные действия – долгосрочные перемены. М. : Strelka Press, 2019. 304 с.
32. *Park R.* On Social Control and Collective Behavior. Chicago : University of Chicago Press, 1967. 274 p.
33. *Белянская Л. В.* Постмарксистский универсализм в контексте проблем глобализации // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7, Философия. 2015. № 3 (29). С. 30–39.
34. *Болтански Л., Тевено Л.* Критика и обоснование справедливости: очерки социологии градов. М. : Новое лит. обозрение, 2013. 576 с.
35. *Purcell M.* Urban Democracy and the Local Trap // Urban Studies. 2006. № 43 (11). P. 1921–1941.
36. *Dijk J. van.* The Network Society. Thousand Oaks, New Delhi : Sage Publishing, 2006. 336 p.
37. *Walker D. M.* Networked Public Talk: Attention, Difference, and Imagination in Online Urban Forums. Michigan : University of Michigan, 2011. 293 p.
38. *Хабермас Ю.* Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма // THESIS. 1993. № 2. С. 123–136.
39. *Брукс Д.* Бобо в раю. Откуда берется новая элита. М. : Ад Маргинем Пресс, 2013. 296 с.

Глава 2

ФАКТОРЫ И МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

2.1. Техногенные факторы современных процессов урбанизации

Город – это не только физическая среда обитания человека, но и социальное пространство, наделенное индивидуальными и групповыми социальными смыслами, важной функцией которого является коммуникативная. Социокультурное пространство города имеет ряд особенностей: сложную социально-стратификационную систему, гетерогенность социальной структуры, широкие рамки социального взаимодействия, высокую интенсивность информационных потоков, культурно-духовное многообразие и, как следствие, ежедневные столкновения интересов сторонников различных взглядов. По мере увеличения размера города влияние перечисленных выше особенностей на жизнь горожан возрастает. Назовем наиболее часто упоминаемые социокультурные проблемы большого города (мегаполиса).

1. Негативное влияние на самочувствие горожан информационного перенасыщения. Еще Г. Зиммель отмечал, что психологическая основа, на которой выступает индивидуальность большого города, – это повышенная нервность жизни, происходящая от быстрой и непрерывной смены внешних и внутренних впечатлений [1]. Информационное общество как неизбежный контекст коммуникативного пространства города многократно увеличило объем информационных потоков, ежесекундно обрушивающихся на современных горожан. Сегодня житель большого города получает значительно больше информации,

чем может усвоить, что заставляет его вырабатывать защитные реакции, обеспечивающие фильтрацию и возможность быстрого переключения с одного знака на другой. С одной стороны, это усиливает характерный для большинства крупных городов интеллектуальный, внеэмоциональный характер межличностных взаимоотношений, с другой – может постепенно привести к фрагментации социального пространства, появлению феномена «город в городе», обладающего собственным, изолированным коммуникативным пространством.

2. Нарастающая интернационализация (вестернизация) территории больших городов. Подчиняясь законам бизнеса, она все больше утрачивает национальную специфику, приводится к «общему знаменателю» западной культуры. Сетевые отели, рестораны, торговые центры, представительства международного бизнеса, все чаще появляющиеся на улицах любого крупного города, безусловно, оказывают влияние на его социокультурное пространство. В одном случае формируется космополитическое сознание гражданина мира, в другом – имеют место столкновения с национальными традициями и ценностями.

3. Коммуникативные разрывы в социокультурном пространстве города, обусловленные увеличивающейся культурной, экономической, профессиональной, символической и другими видами дифференциации городского населения. Появляется феномен чужака – индивида, проживающего на городской территории, но не вписывающегося в городское пространство, не разделяющего взглядов иных социальных групп. В большом городе чужаками могут становиться целые социальные группы, что часто провоцирует рост социального напряжения, становится источником сегрегации и стигматизации, повышает риск социальных конфликтов (особенно в кризисных ситуациях, таких как пандемия COVID-19).

В силу указанных причин большие города все реже выполняют гуманитарные функции, способствуют развитию личности, транслируют культуру. Человек постепенно становится ресурсом для города, средством поддержания его жизни, а ценность горожанина начинает измеряться его платежеспособностью. Иными словами, город перестает восприниматься как управляемый человеком комплекс, ответственность за который также несет человек [2]. Особенно уязвимы к этим переменам дети, подростки и молодежь, которые, с одной стороны, находятся на этапе личностного становления и развития, поиска и конструирования жизненных стилей, приобретения социального опыта, накопления социального капитала, а с другой – имеют крайне мало возможностей влиять на свое жизненное пространство и нередко чувствуют себя в городе чужими.

Льюис Мамфорд предложил для описания такого явления термин «мегамашина» — конструкция, в которой утеряна позиция удержания целого и ответственности за целое. В результате сама конструкция становится единственным субъектом целеполагания, а люди превращаются в ресурс поддержания деятельности мегамашины [3, с. 250]. Социальными последствиями этого являются постепенное формирование поколения горожан, слабо соотносящих себя с какой-либо частью городской территории, ослабление их чувства идентичности с собственным городом, доминирование пользовательского отношения к городской среде.

Л. Мамфорд видел прямую зависимость превращения города в мегамашину от его величины — человеческое мышление уже не в состоянии вместить мегаполис в его целостности и сложности, поэтому наступает потеря управляемости, городская система начинает руководить собой самостоятельно, через разрозненную активность отдельных субъектов и стихийно складывающихся внутренних процессов. Следовательно, чтобы противостоять перерастанию городов в мегаполисы, необходимо ограничивать их рост, удерживая в рамках соразмерности человеку и социальным связям, предполагая, что в таком случае города будут оставаться управляемыми. Определенный смысл в этом есть, однако на практике такой подход трудноосуществим, так как количественный рост и усложнение структуры — неотъемлемые свойства самого процесса урбанизации. Кроме того, в мегамашины могут превращаться (и превращаются) не только гигантские мегаполисы, но и просто крупные или даже средние города (любой промышленный моногород фактически представляет собой источник ресурсов для поддержания деятельности градообразующего предприятия). Значит, дело не только в размере.

Американский географ и урбанист Э. Сойа, анализируя особенности производства пространства современных городов, видит причину возникающих дисфункций в природе самих капиталистических отношений как экономической базы существования города. Капитализм, по его мнению, отличается неравномерным развитием, порождая неизбежный дисбаланс между экономически развитыми и отсталыми районами, обеспечивающими резерв как рабочей силы, так и рынков сбыта, по сути разделяя город на продавцов и покупателей [4, с. 176]. Город неизбежно начинает восприниматься как источник для получения прибыли (чаще всего краткосрочной), что приводит к появлению густонаселенных микрорайонов, застроенных однотипными зданиями с большим количеством гомогенных (гладкие стены) и агрессивных (ряды одинаковых элементов) визуальных полей, уплотнению

устоявшихся жилых территорий, предпочтению многоэтажной застройки и т. д. Это, в свою очередь, усиливает эффект психологического подавления человека, интенсифицирует негативные черты городской жизни (безразличие горожан друг к другу, потребительское отношение к городу и ослабление чувства личной ответственности, изоляция индивидов, утрата идентификации с городом). Возможно, капитализм не является идеальной формой организации общественных отношений, однако это реальность, с которой сегодня приходится считаться. Кроме того, приток капитала в город способен сделать его лучше, создавая и развивая общественные пространства, сохраняя архитектурные памятники, поддерживая гражданские инициативы.

Однако пути гармонизации городской среды все же существуют. Собранный в ходе исследования эмпирический материал (экспертные интервью, а также анализ конкретных кейсов, описывающих городские локации в белорусских и российских городах) позволил выделить ряд институциональных факторов¹ и механизмов развития городской среды на современном этапе.

Многообразие *факторов*, влияющих на функционирование городской среды, можно условно разделить на пять групп:

1) политика – факторы, связанные с политическими процессами и отношениями, локализованными в конкретном городе;

2) экономика – факторы, связанные с экономической основой жизни города;

3) культура – факторы, связанные с социально-культурными особенностями города (исторические, ценностные и перспективные);

4) инфраструктура – факторы, связанные с территориальными ресурсами городской среды (специфика городской застройки, техническая инфраструктура, природный ландшафт);

5) коммуникация – факторы, описывающие все линии взаимодействия между ключевыми субъектами преобразования городской среды (бизнес, власть, локальные сообщества).

Влияние институциональных факторов на городскую среду всегда проявляется в комплексе, поэтому можно говорить о культурной инфраструктуре или же о политической культуре города. По направленности воздействия институциональные факторы могут быть как положительными (способствуют повышению качества городской среды), так и отрицательными (снижают качество жизни в городе).

¹ Под институциональными факторами в данном случае понимаются факторы, связанные с управлением, регулированием отдельных сфер политических, экономических и общественных отношений.

Содержание каждой группы может меняться в зависимости от пространственно-временного контекста. Схематично представим авторскую интерпретацию влияния вышеуказанных факторов на дружелюбность города, полученную на основе анализа текстов экспертных интервью, а также кейсов создания дружелюбной городской среды (табл. 8).

Таблица 8

Факторы, влияющие на развитие городской среды

Положительное влияние	Отрицательное влияние
Политика	
<ul style="list-style-type: none"> • достаточно стабильный политический курс, позволяющий разрабатывать долгосрочные стратегии развития города; • отсутствие острых социально-политических конфликтов; • наличие эффективной вертикали власти, способствующей быстрому принятию и реализации решений, касающихся развития и преобразования городской среды; • высокий уровень доверия горожан к местным органам власти; • наличие единой стратегии управления качеством городской среды 	<ul style="list-style-type: none"> • фактическое отсутствие механизмов местного самоуправления и слабость гражданского сектора; • консервативность и недостаточно высокий уровень активности местных (избираемых) властей; • отсутствие комплексного понимания дружелюбности городской среды в существующих нормативных документах, касающихся преобразования и развития городской среды
Экономика	
<ul style="list-style-type: none"> • возможность бюджетного финансирования различных проектов, посвященных улучшению городской среды (за счет средств республиканского или городского бюджета); • возможность привлекать инвестиции для развития городской среды из внешних источников – международных (в силу достаточно активной и открытой внешней политики государства), а также ресурсы крупных представителей национального и международного бизнеса на принципах государственно-частного партнерства 	<ul style="list-style-type: none"> • излишняя коммерциализация городского публичного пространства, которое становится недоступным для отдельных категорий горожан, разрыв между стоимостью жизни в городе и средним уровнем доходов горожан; • ограниченное участие субъектов малого и среднего бизнеса в развитии городской среды (в силу преимущественной ориентации на краткосрочную прибыль, а также из-за отсутствия представления о возможных экономических эффектах дружелюбной городской среды);

Положительное влияние	Отрицательное влияние
	<ul style="list-style-type: none"> • существующие экономические проблемы градообразующих предприятий (особенно актуально для небольших промышленных городов)
Инфраструктура	
<ul style="list-style-type: none"> • озеленение улиц как в центральной, так и в жилой части города, поддержание существующих природных объектов, природоэквивалентной и ландшафтной архитектуры (таких, как водно-зеленый диаметр в г. Минске); • человекообразный масштаб городской застройки (как вариант – сохранение очагов такого рода застройки в историческом центре города); • функционирование пешеходных улиц; • дружественная джентрификация (преобразование пустующих и невостребованных промышленных помещений в креативные хабы, образовательные и событийные пространства, новая жизнь библиотек, функционирование на их базе клубов по интересам) 	<ul style="list-style-type: none"> • преимущественное сосредоточение инфраструктуры для организации досуга в центральной части города, запустение периферийных (спальных) районов; • вытеснение отдельных категорий горожан за рамки общественного пространства (когда в городе нет мест, где могут проводить свободное время подростки или люди старшего возраста); • недостаточно развитая безбарьерная среда, сложности с мобильностью; • низкий уровень благоустройства жилых дворов, их неспособность служить центрами притяжения для соседей
Культура	
<ul style="list-style-type: none"> • насыщенное событийное наполнение городской жизни (например, летний музыкально-туристический сезон в Минске, различные районные праздники, в которых принимают участие местные жители); • сохранение и возрождение ценностей добрососедства и взаимопонимания; • формирование социально-инклюзивной культуры; 	<ul style="list-style-type: none"> • доминирование автомобильной культуры в городах, которая не способствует сближению, а, напротив, провоцирует конфликты между горожанами – за место для парковки во дворе, противостояние автомобилистов и велосипедистов и пр.; • преобладание в структуре городского досуга потребительских практик (например, когда торговые центры становятся главным и единственным местом притяжения для горожан);

Положительное влияние	Отрицательное влияние
<ul style="list-style-type: none"> • совершенствование культурно-образовательной инфраструктуры городов, стимулирующей активное взаимодействие горожан; • развитие культуры третьего места (привычки и возможности проводить свободное время в границах публичного пространства) 	<ul style="list-style-type: none"> • виртуализация городской жизни, утрата интереса к непосредственно-му реальному жилому пространству; • эскапизм, апатия и равнодушие горожан друг к другу
Коммуникация	
<ul style="list-style-type: none"> • презумпция доверия как основа взаимодействия между бизнесом, властью и локальными сообществами; • наличие простых и понятных инструментов/каналов/правил коммуникации, а также каналов обратной связи между бизнесом, властью и локальными сообществами; • наличие общего «интертекста» (универсально-значимой системы символов, которая дает возможность индивидуального прочтения и широкой интерпретации, однако при этом выступает коммуникативной базой для кооперации горожан), позволяющего говорить на одном языке, формулировать общие цели и задачи. В роли интертекста могут выступать городские бренды – символически значимые городские места (памятники архитектуры, музеи, узнаваемые публичные пространства и т. д.); • изучение запросов горожан относительно состояния городской среды, возможность аккумулировать информацию, касающуюся перспектив и проблем горожан, связанных с городской средой; 	<ul style="list-style-type: none"> • отсутствие синхронизации между ключевыми субъектами, преобразующими городскую среду (бизнес, власть, локальные сообщества); • разобщенность действий и отсутствие связи внутри субъектов, преобразующих городскую среду (между отдельными государственными структурами, между группами и сообществами городских активистов, между коммерческими компаниями), неготовность их к кооперации; • ограниченные возможности для реализации локальных инициатив (со стороны отдельных горожан, со стороны субъектов малого бизнеса), в том числе преобразования непосредственного района проживания

Положительное влияние	Отрицательное влияние
<ul style="list-style-type: none"> • проведение образовательных мероприятий, нацеленных на формирование у горожан умения адекватно формулировать коллективный запрос, касающийся условий жизни в городе 	

Безусловно, каждая из вышеперечисленных групп факторов способна оказать значительное влияние на развитие городской среды. Учитывая предметную область данной книги (социокультурные особенности городской среды), более подробный анализ будет осуществлен в отношении трех категорий факторов:

- 1) инфраструктурные факторы — роль новых технологий в развитии городской среды;
- 2) культурные факторы — социализирующий и культурно-образовательный потенциал городской среды;
- 3) коммуникативные факторы — специфика взаимодействия между ключевыми субъектами преобразования городской среды.

Умный город как новая форма социальности. В современном мире цифровые технологии относятся к числу стратегических приоритетов развития инновационной составляющей большинства мировых экономик. Вопросам построения информационного общества, процессам цифровизации уделяется особое, пристальное внимание на государственном уровне. Актуально это направление и для Беларуси. В частности, Государственная программа научных исследований «Общество и гуманитарная безопасность белорусского государства» на 2021–2025 годы, помимо прочего, предполагает изучение социально-экономических перспектив и рисков развития процессов дигитализации Беларуси в контексте построения IT-страны, диагностику социокультурных условий и факторов цифровизации белорусского общества, особенно в контексте регионального развития. Однако не стоит забывать, что становление цифровой экономики, основанной на производстве, распространении и потреблении информации, вызывает крупные социально-экономические сдвиги во всех сферах жизнедеятельности человека, начиная от трудовых отношений и заканчивая повседневным бытом. При этом помимо очевидных преимуществ цифровизации (сокращение транзакционных издержек, таких как аренда офисных помещений, транспортные расходы, внедрение

гибких систем организации труда, исключительные возможности для профессионального роста, обучения, личностного развития, стирающие границы между городом и деревней в возможности карьерного роста и т. д.) этот процесс несет в себе и новые вызовы.

Уже сегодня такие проявления цифровой трансформации, как миниатюризация технических устройств, их интероперабельность (способность взаимодействовать с другими продуктами или системами), увеличение объемов цифровой информации, привели к возникновению всеохватывающей сетевой и динамичной инфраструктуры, которая повлияла на образ жизни людей и изменила их отношения со средой обитания и друг с другом.

Среди наиболее актуальных проблем, связанных с тесным внедрением цифровых технологий в жизнь человека, исследователи, как правило, упоминают **цифровое неравенство** (например, в городах с более высоким уровнем жизни цифровые преобразования обычно идут значительно быстрее), а также значительно возросшую **потребность** в совершенно **новых навыках и компетенциях** (высокая динамичность профессиональной структуры и усложнение практик повседневной жизни требуют от населения способности быстро адаптироваться к меняющимся условиям, независимо от рода деятельности сочетать в себе не только технические, но и так называемые гибкие навыки — умение работать в команде, любознательность, инициативность, критическое мышление, самоуправление, способность решать сложные задачи, взаимодействовать с разными людьми, правильно расставлять приоритеты). При этом усвоить данные навыки в формате классических программ повышения квалификации (даже с современным и переносимым содержанием) крайне сложно.

Менее изучена, однако не менее значима такая негативная сторона цифровой трансформации современного общества, как **техностресс** (ситуация, когда новые информационные технологии приводят к ухудшению качества жизни или снижению производительности труда). Все это требует аналитической и научно-методической проработки практической реализации цифровых трансформаций как в профессиональной деятельности, так и в повседневной жизни.

Представляется очевидным, что к жизни в цифровом обществе нужна специальная адаптация. В природе живые организмы адаптируются прежде всего к внешней среде — непосредственным условиям своего существования (учатся маскироваться, переносить высокие или низкие температуры, перемещаться по вертикальным поверхностям и т. д.). Проведя параллель, предположим, что цифровая город-

ская среда может стать именно тем инструментом, который будет способствовать адаптации к условиям жизни в новом цифровом обществе (при условии, что модернизация городской среды не будет отставать от модернизации профессиональной сферы).

Не случайно создание умных городов входит в перечень приоритетных задач многих мировых программ цифровизации экономики. В частности, в США еще в 2004 г. при Массачусетском технологическом институте (MIT) была создана исследовательская группа Senseable City Lab, задачами которой стало изучение роли новых технологий в жизни городов [5]. В 2015 г. была инициирована программа Smart City Challenge, нацеленная на внедрение в городскую жизнь интеллектуальных систем [6]. В Китае за период с 2013 по 2015 г. было выбрано около 300 населенных пунктов из более чем 30 провинций для реализации пилотных проектов по созданию умных городов. Данная программа была представлена под лозунгом «Один город – одна политика» («One City One Policy») [7]. Согласно докладу Американско-китайской комиссии в сфере экономики и безопасности (U.S.-China Economic and Security Review Commission) объем рынка цифровых решений для умных городов в 2018 г. в Китае оценивался в 7,9 триллиона юаней (1,1 триллиона долларов США), а к 2022 г. прогнозируется рост этого показателя более чем на 30 % [8].

Основные направления использования умных технологий – транспорт, бытовые услуги, общественная безопасность, образование, здравоохранение, охрана окружающей среды. В странах Евросоюза насчитывается несколько десятков национальных и региональных инициатив, касающихся цифровизации городской среды (например, «Цифровая стратегия 2025» в Германии [9], «Индустрия 4.0 Австрии» [10] и т. д.). В России одной из задач национального проекта «Цифровая экономика» (сроки реализации 2018–2024 гг.) выступает разработка концепции 50 умных городов (сюда входит разработка Генеральной схемы развития сетей связи и инфраструктуры городов, создание системы отраслевого регулирования использования киберфизических систем, включая «Интернет вещей» и т. д.) [11]. В Республике Беларусь создание умных городов выделено в качестве отдельного пункта в перечне приоритетных направлений научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021–2025 гг. (согласно протоколу заседания Комиссии по вопросам государственной научно-технической политики при Совете Министров Республики Беларусь от 27 декабря 2019 г. № 34/1пр) [12].

Впервые идеи умного города зазвучали в социальных науках в 70–80-х гг. XX в. Вероятными предпосылками считаются идеи умного роста, предложенные последователями нового урбанизма [13] для поиска решений в ответ на энергетический кризис и негативное влияние экстенсивной экономики на городскую среду, а также представления М. Кастельса об интеллектуальном городе (*intelligent city*) как примере слияния городского пространства и технологий [14]. Широкое употребление термин *Smart City* приобрел примерно к середине 1990-х гг. как метафорическое олицетворение тесной связи городской жизни с информационными технологиями. Умными стали называться города, которые активно использовали новейшие информационно-коммуникационные технологии в сфере электронного правительства или привлекали высокотехнологичные отрасли для экономического роста (сектор B2G).

Однако на протяжении следующего десятилетия идея умного города оставалась лишь теоретическим концептом, прототипом городского планирования. Ситуация изменилась в 2008 г., когда мировой финансовый кризис актуализировал необходимость сделать городское управление умнее (*smarter*). Своеобразной точкой отсчета в развитии концепции «умный город» можно считать выступление главы компании IBM Сэма Палмисано «Разумная планета: новая цель для мировых лидеров» (2008), посвященное популяризации умных технологий в повседневной жизни и получившее широкий общественный резонанс [15].

В дальнейшей эволюции представлений о цифровизации городской среды можно выделить несколько этапов.

1 этап – «Умный город 1.0» (2008–2013). Характеризуется лавинообразным ростом технологических решений, предлагаемых различными ИТ-компаниями для умных городов¹. На рассматриваемом этапе происходило выделение трех ключевых характеристик умного города (модель 3I): инструментальный (*instrumented*), взаимосвязанный (*interconnected*) и интеллектуальный (*intelligent*) [16]. Инструментальность в данном контексте означает возможность количественного измерения процессов функционирования городской среды (например, внедрение сенсорных технологий и социальных сетей). Взаимосвязанность указывает, что различные уровни город-

¹ Например, в 2012 г. в Китае было одобрено 90 пилотных проектов развития умных городов, а к 2013 г. их число увеличивается более чем в два раза и достигает 193 [8].

ской среды могут взаимодействовать между собой, обмениваясь информацией и аккумулируя ее (так называемый интернет вещей). Интеллектуальность же относится к способности использовать накопленную информацию о городской жизни для принятия обоснованных решений (анализ больших данных).

Таким образом, умный город можно определить как концепцию и модель, которая использует новейшее поколение информационных технологий для того, чтобы внедрять умное городское планирование, строительство, а также управление городскими сервисами. Умными городскими технологиями являются: социальные сети (Social), мобильность (Mobility), аналитика и большие данные (Big data / Analytics), облачные вычисления (Cloud) – SMAC Stack. Позднее к этому перечню стал добавляться также интернет вещей (Internet of Things) – SMACi.

Как видим, первый этап развития концепции «умный город» отмечен уходом в технократическую сферу, т. е. в плоскость используемых цифровых технологий, тогда как социальные аспекты (влияние цифровизации городской среды на сознание и поведение горожан, изменения, которые она способна вызвать в обществе) отходят на второй план.

2 этап – критика идей «Умного города 1.0» (2014–2015). Является своеобразной реакцией на технократический оптимизм предыдущего этапа и поднимает вопросы, касающиеся эффективности и преимуществ, используемых в городах умных технологий для населения. Дополнительный импульс данному периоду придало развитие социальных исследований науки и технологий (Science and Technology Studies) (Т. Кун, Б. Латур, В. Бийкер, Дж. Ло), теоретизирующих процессы создания знания и технологий, а также социальные последствия их применения. Критическое осмысление идей умного города представлено в работах Энтони Таунсенда «Когда технологические гиганты строят умные города, они уделяют основное внимание технологиям, а не людям» [17], Адама Гринфилда «Против умного города» [18], Роба Китчина «Этика умных городов и урбанистики» [19; 20].

Ключевая идея заключается в том, что предложенная ранее концепция умного города упускает из виду крайне важный аспект – то, как умная городская среда взаимодействует с пользователями – горожанами. Например, Э. Таунсенд, анализируя взаимосвязь урбанизации и цифровой трансформации городской среды, обращает внимание, что драйвером городского развития выступают не только новые технологии, но и городские сообщества и гражданские активисты, их

использующие. Информационные технологии в таком ракурсе превращаются из самодостаточной цели в средство, инструмент построения качественной городской среды, тогда как целями становятся человекоориентированность, инклюзивность и устойчивое развитие.

А. Гринфилд пишет, что города (как Сонгдо и Масдар¹) строились без учета мнения граждан, технологии в них играли первостепенную роль, а их создатели не задавались вопросами, насколько комфортной будет в них жизнь. Р. Китчин отмечает, что умные города ежесекундно генерируют огромные массивы данных о своих жителях, включающие, помимо прочего, персональную информацию, и задается вопросом об этичности этого процесса.

Иными словами, данный этап обозначил необходимость поиска консенсуса между технологической эффективностью цифровых решений для городов и их гуманитарными аспектами.

3 этап – «Умный город 2.0» (2016 – настоящее время). Акцентирует важность не только самих технологий и разнообразия способов применения умных технологических решений, но и того, как они способствуют достижению целей конкретного города (насколько активно используются жителями, какие социальные эффекты вызывают). Исследования показали, что современные технологические решения для умного города приводят к достижению целого ряда положительных результатов. В частности, они позволяют уменьшить смертность на 8–10 %, повысить оперативность реагирования на чрезвычайные ситуации на 20–35 %, сократить среднее время в пути на работу и с работы на 15–20 %, снизить заболеваемость на 8–15 %, а также сократить выбросы парниковых газов на 10–15 % [21]. Следовательно, цифровизация городской среды должна использоваться прежде всего для обеспечения высокого качества жизни в городах, максимального сохранения и приращения человеческого капитала, стимулирования устойчивого экономического развития.

С учетом указанных принципов происходит переинтерпретация категории «умный город». Он начинает пониматься как «городская территория, которая стала более результативной (efficient), и/или более экологически чистой, и/или более социально вовлеченной (inclusive) с помощью (through) использования цифровых технологий. Целью умного города является повышение привлекательности для

¹ Сонгдо (Корея), Масдар (Абу-Даби, ОАЭ) – города, ставшие своеобразными экспериментальными площадками для практического воплощения идей крупных IT-компаний.

граждан и/или бизнеса путем улучшения или увеличения (adding) городских сервисов» [21].

Таким образом, развитие представлений об умном городе можно описать как движение от технократических идей и концепций (технологии для технологий) к социогуманитарной поведенческой парадигме (технологии для людей). Трансформация проявляется, во-первых, в развитии новых синтетических концепций, предлагающих интегрированный подход к пониманию умного города, основанный на принципах долгосрочного планирования и инклюзивности, повышения эффективности городских процессов, оптимизации использования ресурсов и защиты окружающей среды, улучшения качества жизни граждан; во-вторых, в смещении исследовательских ракурсов на такие показатели, как доступность новых технологий, их влияние на социальный комфорт и социальное самочувствие горожан, развитие их цифровых компетенций.

Социальные эффекты цифровизации городской среды. К социальным эффектам цифровизации городской среды относится повышение качества городской среды за счет вовлечения в цифровые решения как можно большего числа горожан. Определяются такие эффекты рядом объективных предпосылок, основными из которых выступают: доступность новых технологий, обладание информацией о том, как и для чего их использовать. Не менее значимы и субъективные предпосылки, мотивирующие горожан на приобретение цифровых компетенций. Мы полагаем, что для изучения цифрового поведения горожан недостаточно статистических показателей, необходимы субъективные оценки соответствия этих показателей готовности населения к приобретению и трансляции через повседневные и профессиональные практики новых цифровых навыков.

По данным на 2018 г., в крупнейших мировых мегаполисах 50–70 % взрослого населения осведомлены и используют какие-либо решения умного города [21]. Что касается ситуации в Беларуси, то результаты мониторинга, проведенного в 2019 г., показали высокую степень доступности и включенности горожан как в повседневные, так и в профессиональные цифровые практики (рис. 4).

Современные технические инновации в повседневных практиках преимущественно распространены в сфере услуг. Сюда относятся: электронные обращения в государственные органы (службы), оплата услуг через интернет (в том числе М-банкинг, интернет-банкинг и др.), электронные платежные системы (PayPal, Яндекс.Деньги, Moneybookers и др.), заказ и покупка товаров через интернет, покуп-

ка билетов через интернет, использование интернет-мессенджеров (Skype, Viber, Telegram), интернет-сервисы вызова такси (Яндекс.Такси, Uber и т. д.) и др. По данным на февраль 2021 г., более 95 % минчан регулярно используют как минимум один интернет-ресурс (табл. 9).

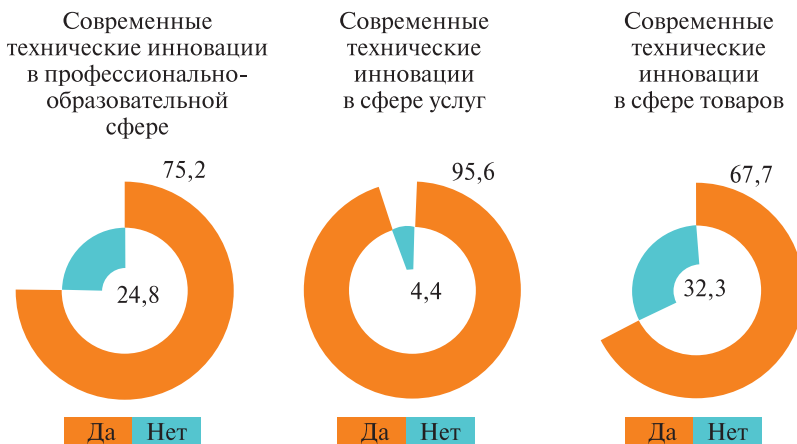


Рис. 4. Распределение ответов работающих горожан на вопрос о наличии возможности пользоваться современными техническими инновациями (% от ответивших горожан) [22, с. 106]

Таблица 9

Частота использования интернет-ресурсов в повседневной жизни

Регулярно используют (несколько раз в неделю и чаще)	%
Мессенджеры (Viber, Telegram, Skype)	97,8
Социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и др.)	83,7
Интернет-банкинг, мобильный банкинг, оплата услуг через ЕРИП	61,7
Навигационные системы (Navitel, Яндекс.Карты и др.)	55,9
Интернет-телевидение (ivi, Megogo, Voka и др.)	43,4
Сервисы доставки продуктов питания	17,3
Каршеринг, прокат велосипедов и самокатов, агрегаторы такси	16,4
Сайты онлайн-покупок	11,7

Примечание. Данные телефонного опроса 415 работающих жителей Минска – см. прил. 5.

Большинство жителей умных городов используют доступные цифровые решения для общения (60,1 %), экономии времени (49,5 %) и повышения общего уровня информированности (42,2 %) (рис. 5).



Рис. 5. Рейтинг целей использования современных технических инноваций (% от использующих инновации горожан) [22, с. 107]

Результаты исследований показывают расхождение (в ряде случаев значительное) между доступностью технических инноваций и их реальным использованием в профессиональной и повседневной деятельности. Например, в Нью-Йорке 61 % взрослого населения осведомлены о наличии в их городе тех или иных умных решений, однако используют их в повседневной жизни только 36 % [21]. Для белорусских горожан наибольшее расхождение между доступностью и использованием наблюдается среди таких нововведений, как дистанционная консультация врача (48,3 % горожан осведомлены о доступности такой возможности, и только 4,4 % ее используют), электронные обращения в государственные органы (59,7 и 9,4 % соответственно), а также сервисы каршеринга (51,5 и 8,8 % соответственно).

Достаточно широкая вовлеченность в цифровую среду повседневной жизни свидетельствует об определенном потенциале горожан воспринимать, аккумулировать и транслировать цифровой опыт. Возникает вопрос, что препятствует наиболее полной реализации этого потенциала. Как показывают проведенные исследования, если уровень благосостояния населения становится достаточным для использования

широкополосного доступа в интернет и персональных компьютеров, а смартфонами пользуются 60–70 % жителей, то не остается каких-либо технических преград для внедрения большинства решений умного города для населения [23]. Результаты мониторинга говорят, что объективные предпосылки цифровизации городской среды в Беларуси реализованы (более 90 % экономически активных горожан имеют возможность пользоваться современными техническими инновациями). Следовательно, социальные эффекты цифровизации (то, насколько она влияет на качество жизни горожан) определяются субъективными факторами. Таковыми, по нашему мнению, являются отношение к технологическим инновациям и обладание цифровыми компетенциями. Остановимся на данных факторах подробнее.

Большинство горожан положительно относятся к современным умным решениям. В частности, 98,8 % жителей Минска полагают, что цифровые технологии делают жизнь более легкой, упрощают работу, позволяют экономить время (табл. 10).

Таблица 10

Отношение жителей Минска к использованию цифровых технологий в повседневной жизни

Полностью согласен с тем, что...	%
цифровые технологии делают жизнь более легкой, упрощают работу, позволяют экономить время	98,8
благодаря цифровым технологиям появилось больше возможностей для карьерного роста, образования и развития	93,7
цифровые технологии дают свободу, обеспечивают возможность творчества, самореализации и самовыражения	86,1
цифровые технологии делают жизнь более яркой и насыщенной, позволяют интересно проводить время	66,1

Примечание. Данные телефонного опроса 415 работающих жителей Минска.

Однако в ряде случаев встречаются сомнения или даже опасения, касающиеся активного внедрения в профессиональную и повседневную жизнь новых информационных технологий. Так, 60 % респондентов считают, что цифровые технологии делают человека зависимым и управляемым, около 40 % опасаются непредвиденных побочных эффектов новых технологий на свое здоровье и окружающую среду, а каждый третий (35,6 %) уверен, что цифровые технологии отнимают много сил и времени, делают жизнь беспокойной (табл. 11).

Негативные эффекты цифровых технологий в повседневной жизни

Полностью согласен с тем, что...	%
цифровые технологии делают человека зависимым и управляемым	60,7
цифровые технологии позволяют людям быть ближе друг к другу, повышают уровень сплоченности и доверия	51,7
цифровые технологии могут быть опасны для здоровья человека и окружающей среды	41,0
цифровые технологии отнимают много сил и времени, делают жизнь беспокойной	35,6

Примечание. Данные телефонного опроса 415 работающих жителей Минска.

На данный момент сложно говорить о причинах, вызывающих страх или отторжение горожанами новых информационных технологий. Отчасти это может быть связано с осознанием высокой степени зависимости дальнейших изменений в экономической и трудовой сферах от степени внедрения цифровых технологий (например, опасение потерять работу из-за цифровизации). Определенное влияние могут оказывать сомнения в отношении социальных последствий ряда технических новинок в повседневной жизни (например, повсеместное использование онлайн-сервисов и социальных сетей). Одной из возможных причин такого отношения также может быть техностресс — практическая иллюстрация трудностей адаптации человека к новым технологиям. Остановимся на ней подробнее.

Техностресс характеризуется постоянным чувством тревоги, страхом упустить что-то важное, навязчивым желанием следить за технологическими новинками. Можно выделить следующие **техностресс-факторы**: отсутствие нормативов работы с новыми технологиями, что приводит к сбою привычного режима, разрушению границ между рабочей и домашней обстановкой (индивид находится на связи и занимается решением рабочих вопросов буквально круглые сутки); значительное увеличение нагрузки как в повседневной, так и в профессиональной сфере (новые технологии стимулируют мультитасочность — дают возможность решать больше различных задач за один и тот же промежуток времени); отсутствие практической и психологической подготовки к работе с новыми технологиями; непрерывные

изменения в технологиях, вынуждающие индивида к постоянной необходимости их осваивать и внедрять (в качестве стимула в этой гонке чаще всего выступает страх – лишиться работы, что-то не успеть, оказаться хуже других и т. д.) [24]. Конкретные проявления техностресса укладываются в классическую диаду «бей или беги». Рассмотрим названные реакции, опираясь на результаты глубинных интервью¹.

Реакция «бей» (борьба с новыми технологиями) предполагает стремление избегать (максимально ограничивать) использования в повседневной или профессиональной деятельности цифровых технологий, препятствовать их внедрению, выступать за возврат к традиционному (делать по старинке). В профессиональной деятельности рассматриваемая реакция проявляется, например, в стремлении минимизировать электронные средства коммуникации (личные визиты вместо обращения в мессенджере), организации совещаний офлайн (очных) вместо дистанционных, предпочтение почтовой рассылки вместо получения информации из ленты новостей в корпоративных социальных сетях: *«Мне личные письма больше нравились, чем нынешняя лента новостей, раньше чувствовалось какое-то вовлечение в жизнь компании, а сейчас этого нет»* (Ж., 52 года)², *«Пятиминутка с последними новостями от руководителя должна быть раз в неделю обязательно»* (М., 61 год). В повседневной жизни реакция данного типа выглядит аналогичным образом: отказ от использования социальных сетей и мессенджеров, предпочтение традиционных способов совершения покупок и получения услуг и т. д.

Реакция «беги» (боязнь новых технологий) представляет собой общую растерянность, неспособность успевать за происходящими изменениями, контролировать использование новых технологий (технологии управляют человеком, а не наоборот), справляться с большими потоками информации, сниженную мотивацию к развитию, неуверенность в своих силах: *«Поток информации превратился в информационный шум, все это очень сильно мешает работе, не дает концентрироваться»* (Ж., 50 лет), *«Тебя заливают ливнем информации, которая идет от разных уровней, и вроде как надо все просмотреть, но что с этим делать – непонятно, а время рабочее уходит»* (Ж., 51 год), *«Путаница сейчас есть, сложно отследить, где, когда, какая новость*

¹ Серия глубинных интервью, проведенных весной 2020 г. с сотрудниками одной из компаний Минска.

² Здесь и до конца пункта 2.1 курсивом выделены цитаты из глубинных интервью.

появится в какой группе, поэтому я, бывает, пропускаю важную информацию, как ни стараюсь следить за всем этим» (М., 53 года).

Техностресс может не только негативно сказываться на результатах труда (снижается самоэффективность), но и влиять на общий уровень оптимизма и удовлетворенности жизнью (факторы, отвечающие за профессиональное выгорание).

Еще одной серьезной социальной проблемой, которую следует упомянуть в контексте техностресса, выступает *техноэйджизм* – дискриминация пожилых людей в сфере распространения цифровых технологий в профессиональной деятельности, социокультурное давление на людей на основе их возраста [25]. Поскольку старение городского населения выступает одной из значимых предпосылок формирования современной городской среды, рассмотрим техноэйджизм и техноповедение пожилых горожан подробнее.

Цифровая трансформация и техноповедение пожилых горожан. Пожилые люди составляют значительную часть общества. По статистике Всемирного банка, Беларусь вместе с Японией и Болгарией входит в число стран с самой высокой долей пожилых людей. В нашей стране на начало 2019 г. более 1/5 части населения относилось к пожилым, причем за последние 10 лет численность лиц этой группы увеличилась на 18,2 % [26]. Эти цифры как неизбежный итог современных демографических тенденций подтверждают важность проблемы вовлечения пожилых горожан в цифровые трансформации. Стоит отметить, что большинство существующих в данной сфере исследований сфокусировано на результатах эксклюзии пожилых людей из цифровой сферы; они показывают, как можно сократить имеющиеся цифровые разрывы, т. е. превратить пожилого человека в пользователя персонального компьютера [25], выявить причины и потребности старшего поколения в освоении и использовании интернет-технологий [27], обозначить риски включения в интернет-пространство пожилых пользователей [28; 29].

Внедрение цифровых технологий в профессиональную деятельность и повседневный быт не параллельные траектории, а взаимосвязанные процессы. Между ними существует значительное количество пересечений: техноэйджизм на рабочем месте (включая работников предпенсионного возраста) приводит к негативным следствиям в повседневной жизни – когда человек завершает трудовую деятельность или оказывается в вынужденной изоляции (как во время пандемии COVID-19). Особенно тяжело в этом отношении пожилым людям, т. е. лицам старше 60 лет (согласно классификации ВОЗ). Поскольку

большинство пожилых людей проживают в городах, они могли бы использовать имеющиеся преимущества городской жизни, подкрепленные и многократно усиленные новейшими технологиями, однако по ряду причин не могут этого делать.

Как было отмечено, социальные эффекты цифровой трансформации определяются тем, насколько горожане вовлечены в использование цифровых решений, т. е. информированы об их наличии (1), имеют достаточный уровень доходов для приобретения технических устройств и оплаты телекоммуникационных услуг (2), а также обладают соответствующими навыками и компетенциями (3), необходимыми для уверенного применения новейших технологий в повседневных практиках (при этом важно одновременное сочетание всех трех компонентов). При расхождении между *доступностью* современных цифровых решений и их *реальным использованием* в повседневных практиках людьми разных возрастных групп положительные социальные эффекты цифровизации городской среды ослабевают. В зоне риска с точки зрения вовлеченности в цифровую трансформацию находится именно пожилое население, образ жизни которого ранее не предполагал использования цифровых технологий в качестве инструмента достижения повседневных целей. В результате пожилые люди чаще других возрастных групп исключаются из цифровой трансформации и не имеют возможности использовать ее преимущества для улучшения качества жизни. Причины сложившейся ситуации требуют пристального внимания исследователей.

Из трех вышеперечисленных условий, определяющих вовлечение пожилых горожан в цифровую трансформацию, самым проблемным, с нашей точки зрения, является последнее (наличие необходимых цифровых навыков¹). Цифровые навыки – продукт не столько образования, сколько социализации. Как правило, овладение цифровыми технологиями происходит не в формате традиционного обучения (в школе, университете), а в ходе решения прикладных задач как в повседневной, так и в профессиональной деятельности. Пожилые люди часто дистанцируются от цифровой среды еще на этапе профессиональной жизни, когда задачи, связанные с использованием и освое-

¹ Под цифровыми навыками обычно понимается совокупность умений использования цифровых устройств, коммуникационных приложений и сетей для поиска и управления информацией, создания и распространения цифрового контента, взаимодействия и сотрудничества, а также для решения проблем в контексте эффективной и креативной самореализации, обучения, работы и социальной активности в целом.

нием новых технологий, поручают более молодым сотрудникам. Таким образом осуществляется их дискриминация на рабочем месте, стимулирующая отчуждение пожилых людей от цифровой трансформации. Рассмотрим этот феномен подробнее.

Эйджизм как создание стереотипов и дискриминация отдельных людей или групп по возрастному признаку¹ выступает актуальной проблемой прежде всего в отношении людей старшей возрастной группы. По некоторым данным, 60 % горожан в той или иной степени имеют предрассудки в отношении пожилых людей [30]. При этом большинство эйджистских стереотипов связаны с отрицанием социальной значимости людей старших возрастных групп, их меньшей ценностью по сравнению с другими возрастными («молодым везде дорога», «будущее за молодыми») [31; 32].

Техноэйджизм выстраивается по сходному принципу. Приведем типичные высказывания глубинных интервью: *«Был такой момент, у нас обновилось все оборудование, то, с чем я раньше работал, списали. Молодых отправили на обучение, а меня просто взяли и перевели в другой отдел, я больше монтажными работами не занимаюсь», «Там обучение было на английском, решили, что целесообразно отправлять тех, кто лучше владеет языком. В основном это были те, кто помоложе, конечно», «Раньше вот у нас рассылки были почтовые, лично каждому сотруднику приходили, а сейчас все больше в Workplace². Мне там тяжело следить за информацией, я постоянно что-то пропускаю важное, объявления какие-нибудь».*

Анализ интервью позволил выделить три ключевые характеристики техноэйджизма.

1. В отличие от эйджизма техноэйджизм чаще бывает автостереотипным (представления о пожилом человеке как отстающем могут разделять и сами представители указанной группы). Наши информанты пожилого возраста не всегда воспринимали исключение себя из технологических инноваций как дискриминацию, характеризуя сложившуюся ситуацию следующим образом: *«стало проще», «спокойнее», «меньше ответственности», «получил хорошую должность», «и так хорошо» («Мне уже, наверное, и тяжело по объектам ездить, возиться с вышками, тем более постоянно что-то новое появляется,*

¹ Определение, предлагаемое ВОЗ (см.: <https://www.who.int/>).

² Корпоративная коммуникационная платформа, разработанная на базе социальной сети Facebook, включающая такие возможности, как создание групп, отправка сообщений, обновление новостной ленты.

не успеваешь угнаться. У меня таких амбиций, как у молодежи, нет», «У меня сейчас хорошая должность, я начальник отдела, зачем мне это? Лишняя головная боль только. А мне и так хорошо»).

2. Процесс вовлечения в цифровую трансформацию пожилых горожан часто сопровождается технострессом (чувством тревоги, страхом упустить что-то важное) [24], что значительно снижает их адаптационные возможности и изнутри подпитывает техноэйджистские стереотипы. Пожилые работники особенно уязвимы перед технострессом: с одной стороны, они не имеют нужной практической и психологической подготовки к работе с новыми технологиями, а с другой – вынуждены постоянно с ними сталкиваться.

3. Усиление цифровизации приводит к углублению цифрового неравенства между работниками молодого и старшего возраста. Например, когда традиционное (очное) обучение в компании полностью переводится в онлайн-режим, формируется своеобразный замкнутый круг: чтобы успешно справиться с профессиональными обязанностями, работнику нужно освоить новое программное обеспечение, чтобы освоить новое программное обеспечение – нужно владеть новыми технологиями, чтобы освоить новые технологии – нужно разбираться в программном обеспечении и т. д. (*«Обучение у нас на фирме теперь все в формате онлайн проходит, а я к такому формату как-то не привыкла, не получается сорганизоваться, чтобы все успеть, ну и технические трудности опять же имеют место»*).

Техноэйджизм в профессиональной деятельности получает продолжение в повседневной жизни. В результате техноэйджизм на рабочем месте не только негативно сказывается на результатах труда, но и влияет на качество жизни пожилых людей, повышая риск социальной исключенности, который по значимости уступает лишь риску бедности и материального неблагополучия [29, с. 250]. Особенно остро данная проблема проявилась в условиях пандемии COVID-19. По нашему мнению, усугубляют ситуацию не только физиологические особенности организма пожилого человека (подверженность более высокому риску заражения и тяжелому течению заболевания) или перегрузка системы здравоохранения (неспособность врачей своевременно и в полном объеме оказывать медицинскую помощь всем нуждающимся), но и меры физического дистанцирования, направленные на сдерживание распространения вируса среди населения, особенно проживающего в густонаселенных городах. Официально введенные во многих странах запреты и ограничения глубоко затронули жизнь пожилых людей: многие оказались отрезанными от услуг, поддержки

и ухода, на которые привыкли рассчитывать ранее. Пожилые горожане превратились в «цифровых иммигрантов», привыкших к традиционным повседневно-бытовым практикам (покупки в магазинах, оплата счетов в отделении банка, заказ талонов к врачу в регистратуре поликлиники и пр.) и не имеющих длительного опыта взаимодействия с новыми технологиями. По результатам телефонного интервью, проведенного в Минске, «цифровыми иммигрантами» являются 22 % горожан (56 % из них составляют женщины, 44 % – мужчины). Преимущественно это люди старшего возраста (от 50 лет и старше), с уровнем дохода ниже среднего по выборке – 56,1 % респондентов из данной группы обозначили свой средний ежемесячный доход в размере до 1000 рублей.

Можно интерпретировать взаимодействие человека с цифровыми технологиями в контексте размышлений о «созидательном разрушении» Й. Шумпетера, который использовал названное понятие как синоним термина «инновация» [33]. Действительно, сталкиваясь с новыми задачами (например, ежедневный просмотр в режиме реального времени больших потоков новостей в социальных сетях или необходимость регистрироваться и проходить авторизацию для использования мобильных приложений), индивиды развивают такие когнитивные навыки, как способность к поиску, систематизации, синтезу и оценке информации, усваивают принципы сетевой безопасности, повышают общую компьютерную грамотность. Сформированные в профессиональной деятельности навыки уменьшают проявления техностресса, помогают адаптироваться к появлению новых технологий в повседневной жизни (так, освоив электронную почту и научившись искать и систематизировать информацию в интернете, индивид получает возможность заказать доставку продуктов на дом, посмотреть расписание работы специалистов в поликлинике, записаться к врачу с помощью системы электронной регистрации и т. д.).

Если бы случаи исключения пожилых людей из цифровой трансформации профессиональной деятельности минимизировались, то проблема адаптации лиц этой группы к новым технологиям была бы не столь острой. Как аргумент можно привести такой факт: согласно исследованиям Центра изучения пенсионной реформы, людям от 55 до 75 лет гораздо проще осваивать интернет, чем предыдущим поколениям пенсионеров, поскольку практически 100 % из них познакомились с компьютером уже на рабочем месте и изучают интернет-технологии не с нуля [34]. Следовательно, пожилые горожане, овладевшие цифровыми компетенциями на рабочем месте, могут

более полно использовать доступные сегодня преимущества цифровой городской среды, значительно повышая качество своей жизни в городе.

Новый этап научного дискурса о цифровом городе. Городские исследования нуждаются в реконструкции понимания цифрового города с точки зрения сложившейся «новой нормальности»¹. Кратко рассмотрим основные направления трансформации социальной жизни больших городов, обозначившие новый виток их технологического развития.

В условиях комплексных карантинных мер произошло *развитие цифрового доверия*, значительно возросло влияние на жизнь горожан социальных сетей и мессенджеров. Привыкая жить в «прозрачном» цифровом пространстве, беспрестанно транслируя свой повседневный опыт и потребляя повседневный опыт других посредством социальных сетей, индивиды постепенно формируют и закрепляют взаимоприемлемые правила безопасного и комфортного для всех поведения, вырабатывая так называемый информационный иммунитет. Возникает стихийный низовой фактчекинг (пользователи социальных медиа начинают сами стремиться к поиску достоверных данных [35]), усиливается фактор горизонтального социального контроля. Социолог Ю. В. Веселов называет это явление трансформацией понятия «доверие» — переходом от личностного и институционального доверия к сетевому и цифровому [36]. Сетевое (цифровое) доверие понимается как «уверенность пользователей в способности людей, технологий и процессов создавать безопасный цифровой мир» [36, с. 134] — доверие в социальных сетях (Facebook, ВКонтакте, LinkedIn, What's App, Instagram и др.).

В разрезе цифрового города это будет способствовать развитию экономики совместного потребления (sharing economy) — появлению технологий, аналогичных Airbnb в сфере аренды жилья или Anytime в сфере аренды автомобилей, Kolobike (электронный сервис по прокату велосипедов и электросамокатов), агрегаторов такси (Uber или Яндекс.Такси), а также экономики совместного производства («вики-

¹ Термин «новая нормальность» (англ. new normal) — словосочетание, которое вошло в обиход после мирового финансового кризиса 2007–2008 гг. для описания экономики в состоянии рецессии. В 2020 г. термин вновь получил широкое распространение как попытка осмыслить новый образ жизни после пандемии (удаленная занятость, более внимательное отношение к своему здоровью, предпочтение онлайн-формата и др.).

номики»¹⁾ — использованию в бизнес-технологиях принципов массового сотрудничества (mass collaboration), взаимодействия равных (peer collaboration) и идеологии открытого кода. Отчасти принципы «викиномики» сегодня уже применяются в работе краудфандинговых сервисов (например, платформа Kroogi для музыкантов, дизайнеров и фотографов в России или сообщество Talaka.org в Беларуси) и интернет-платформ для коворкинга.

Наблюдается рост *популярности образования и самообразования*, что связано с виртуализацией культурно-образовательной среды. Возможность учиться чему-либо, используя ресурсы интернета, существовала и до пандемии, однако общемировой локдаун побудил общественность активно заняться собственным развитием. Популярность образовательных сервисов и платформ, таких как Skillbox, SkyEng, iSpring, WebTutor, Teachbase, выросла в десятки раз, существенно увеличилось количество проводимых вебинаров [37]. В результате домашнее самообразование из элитарной привычки превратилось в массовое хобби, произошло тесное вплетение культурно-образовательной деятельности в ткань городской жизни (пусть и в виртуальном выражении). Всеобщий карантин стер пространственно-временные границы между работой, досугом и учебой. Можно предположить, что и в будущем жесткое разделение между данными сферами жизни будет отсутствовать. Виртуальное участие в различных форумах, онлайн-конференциях, посещение мастер-классов и публичных лекций станет не только привычным элементом жизни в цифровом городе, но и необходимым условием социального самосохранения.

Отметим также *трансформацию локальной идентичности*, вызванную значительным сужением «ареала обитания» горожан. Еще одним интересным вектором развития городской среды в условиях пандемии стала *трансформация культурной самоидентификации* горожан — приоритет локальной идентичности, рост внимания к тому, что находится рядом. Ограничительные меры, широко распространенные во многих городах в период пандемии, способствовали определенным сдвигам в сфере локальной идентичности. Если ранее исследователи выражали опасения, что протекающие в городах глобализационные процессы угрожают сохранению локальной идентичности горожан [38], при-

¹ Название «викиномика» произошло от термина «вики» — веб-сайт, содержание которого пользователи могут самостоятельно изменять с помощью инструментов, предоставляемых самим сайтом. На основе принципов вики функционирует интернет-энциклопедия «Википедия».

водят к унификации и космополитичности городского сознания, то сегодня можно наблюдать обратное явление – увеличение внимания к тому, что находится рядом (своему району, двору).

В силу невозможности перемещаться далеко от своего дома горожане были вынуждены переосмыслить ту территорию, которая всегда находилась в непосредственной близости от них. Для большинства постсоветских городов характерно разделение территории проживания (спальный район) и территории досуга (городской центр). В условиях пандемии данное соотношение изменилось: парки и центральные улицы были недоступны (либо воспринимались как небезопасные), обитаемое пространство сузилось до ближайшего магазина, собственного двора или вида из окна. Поскольку ранее эти элементы не привлекали особого внимания, как бы оставаясь в тени, каких-либо значительных усилий для их благоустройства не осуществлялось. Оказавшись один на один с новыми границами своего жизненного мира, горожане столкнулись с «совершенно токсичной, некомфортной, негуманной средой» [39].

Оценка жизненного социального пространства как непригодного способна привести к отказу от существующих социокультурных ценностей и дезинтеграции личности. В этом контексте особую актуальность приобрела проблема поиска иной, более пригодной для жизни культурной идентичности, новых точек притяжения, попытка увидеть прекрасное в обыденном. Технологическими решениями, способствующими такому поиску, стали различные цифровые платформы, предназначенные для вовлечения горожан в благоустройство дворовой территории (например, через взаимодействие с местными жилищно-коммунальными службами), а также социальные сети и сервисы для общения с соседями («Яндекс.Район», «Вместе.ру»).

Подводя итог анализу влияния техногенных факторов на развитие городской среды, можно сделать следующие выводы. Цифровую трансформацию городской среды нельзя рассматривать как одномоментный переход от старого состояния к новому. Это скорее эволюционный процесс, в который различные индивиды вовлекаются с разной скоростью. Отношение горожан к цифровому городу напрямую связано с практикой использования различных умных решений в профессиональной и повседневной деятельности. Успешное применение цифровых навыков в повседневной жизни мотивирует их на действия по формированию, приобретению и совершенствованию своих профессиональных компетенций, что отвечает требованиям

современного общества, заинтересованного в повышении цифровых компетенций своих граждан.

Эмпирическими индикаторами, позволяющими оценить стадию цифровой трансформации городской среды, являются:

1) соотношение цифровых и традиционных способов решения прикладных задач – чем большее количество повседневных действий переводится в цифровую плоскость, тем выше уровень цифровой трансформации городской среды;

2) выход цифровых технологий за пределы их утилитарного использования. По мере того как новые технологии начинают восприниматься горожанами в качестве инструмента творчества, самореализации, сплочения, формирования солидарности и доверия, цифровая трансформация города нарастает;

3) мотивация освоения новых технологий. Чем чаще горожане осваивают вновь появляющиеся цифровые решения, руководствуясь интересом и желанием разнообразить свою жизнь, а не давлением внешних обстоятельств, тем более мы можем говорить о формировании качественно нового социального феномена – цифрового города.

Наиболее перспективными направлениями развития новых технологий цифрового города должны стать:

1) технологии, направленные на развитие цифрового доверия, – платформы, поддерживающие экономику совместного потребления, фандрайзинговые и краудфандинговые сервисы;

2) технологии, нацеленные на формирование локальной идентичности, осуществляющие поддержку соседских сообществ, – интерактивные карты локальных чатов, социальные сети для общения с соседями, проекты, направленные на местное благоустройство;

3) технологии, способствующие саморазвитию и самообразованию, «инвестициям в себя», ориентированные на формирование у горожан разносторонних цифровых компетенций.

Таким образом, можно сформулировать несколько ключевых постулатов о роли техногенных факторов в развитии городской среды. Цифровая трансформация города – это не только «драйвер роста» (источник ускорения бизнес-процессов и максимизации прибыли), но и базис для качественных преобразований городской культуры, образа жизни и мышления горожан. В современных социальных теориях цифрового города на передний план выходит поведенческий аспект цифровизации, когда технические инновации становятся средством социального развития. Определяя границы цифровой трансформации городской среды, необходимо принимать во внима-

ние три прикладных аспекта внедрения цифровых технологий: доступность новых технологий для горожан (наличие разнообразных технологических решений умного города), наличие необходимых знаний и навыков обращения с цифровыми технологиями и, самое главное, «интериоризацию» новых технологий, т. е. осознанное, добровольное, внутренне инициированное их использование для решения каждодневных прикладных задач не только в профессиональной деятельности, но и в быту. Качественно новый этап развития цифрового города невозможен без формирования глобального информационно-ориентированного цифрового социума («Общество 5.0»), обладающего такими чертами, как интеграция физического пространства и киберпространства («союз битов и атомов»), антропоцентризм и забота о благополучии каждого индивида, опора на большие данные как ресурс дальнейшего развития («data-based decisions»).

Библиографические ссылки

1. *Зиммель Г.* Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3/4 (34). С. 23–34.
2. Почему общественные пространства в России – это имитация урбанистики [Электронный ресурс] // The Village. URL: <https://www.the-village.ru/people-about/170013-pochemu-obschestvennye-prostranstva-eto-ploho> (дата обращения: 30.11.2018).
3. *Мамфорд Л.* Миф машины. Техника и развитие человечества. М. : Логос, 2001. 408 с.
4. *Soja E.* Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory. New York : Verso, 2011. 228 p.
5. Senseable City Lab [Electronic resource]. URL: <http://senseable.mit.edu> (date of access: 16.07.2020).
6. Smart City Challenge [Electronic resource]. URL: <https://www.transportation.gov/smartcity> (date of access: 16.07.2020).
7. Smart City Development in China: One City One Policy [Electronic resource]. URL: https://res-www.zte.com.cn/mediares/magazine/publication/com_en/article/201504/446836/P020151222310435673698.pdf (date of access: 16.07.2020).
8. China's Smart Cities Development [Electronic resource]. URL: https://www.uscc.gov/sites/default/files/2020-04/China_Smart_Cities_Development.pdf (date of access: 16.07.2020).
9. European Commission, 2017. Digital Transformation Monitor. Germany: Industrie 4.0 [Electronic resource]. URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-data-bases/dem/monitor/sites/default/files/DTM_Industrie%204.0.pdf (date of access: 16.07.2020).
10. Government of Austria, 2015. Association Industry 4.0 Austria [Electronic resource]. URL: <https://plattformindustrie40.at/> (date of access: 16.07.2020).

11. Национальный проект «Цифровая экономика» (сроки реализации 2018–2024 гг.) [Электронный ресурс] // Правительство России. URL: <http://static.government.ru/media/files/3b1AsVA1v3VziZip5VzAY8RTcLEbdCct.pdf> (дата обращения: 17.07.2020).
12. О приоритетных направлениях научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2021–2025 гг. [Электронный ресурс] : Указ Президента Республики Беларусь, 7 мая 2020 г., № 156 // Президент Республики Беларусь. URL: <http://president.gov.by/uploads/documents/2020/156uk.pdf> (дата обращения: 17.07.2020).
13. *Vanolo A.* Smartmentality: The smart city as disciplinary strategy // *Urban Studies*. 2014. № 51. P. 883–980.
14. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
15. *Palmisano S. J.* A Smarter Planet: The Next Leadership Agenda [Electronic resource]. URL: www.ibm.com/ibm/cioleadershipexchange/us/en/pdfs/SJP_Smarter_Planet.pdf (date of access: 16.07.2020).
16. *Пахомов Е. В.* Цифровые технологии умного города [Электронный ресурс] // ИВД. 2017. № 3 (46). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovyye-technologii-umnogo-goroda> (дата обращения: 03.01.2021).
17. *Townsend A.* Smart cities: Big data, civic hackers, and the quest for a new utopia. New York : W. W. Norton & Company, 2013. 400 p.
18. *Greenfield A.* Against the smart city. Kindle Edition, 2013. 147 p.
19. *Kitchin R.* The ethics of smart cities and urban science // *Philos. Trans. A Math. Phys. Eng. Sci.* 2016. № 374 (2083). P. 201–225.
20. *Кутчин Р.* Управляемый данными сетевой урбанизм // Шаги-Steps. 2017. № 2. С. 98–116.
21. Технологии умных городов: что влияет на выбор горожан? [Электронный ресурс] // McKinsey. URL: https://www.mckinsey.com/ru/~/_/media/McKinsey/Industries/Public%20Sector/Our%20Insights/Smart%20city%20solutions%20What%20drives%20citizen%20adoption%20around%20the%20globe/smartcitizenbook-rus.ashx (дата обращения: 17.07.2020).
22. *Лебедева Е. В., Денискина А. И.* Цифровизация городской среды и цифровые компетенции горожан // Журн. БГУ. Социология. 2020. № 3. С. 101–110.
23. Города, управляемые данными [Электронный ресурс]. URL: https://www.pwc.ru/ru/government-and-public-sector/assets/ddc_rus.pdf (дата обращения: 17.07.2020).
24. *Fischer T., Riedl R.* Technostress Research: A Nurturing Ground for Measurement Pluralism // *Communications of the Association for Information Systems*. 2017. № 40. P. 375–401.
25. *Кузнецов А., Сергеева О.* «Новые» технологии и «старые» люди: исследование опыта пользования компьютером у представителей третьего возраста // *Социология власти*. 2014. № 3. С. 99–125.
26. Численность пенсионеров, состоящих на учете в органах по труду, занятости и социальной защите [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. URL: <https://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 25.06.2020).

27. *Воронин Г. Л., Курьячева М. М.* Интернет-пространство старшего поколения: анализ проблемы вхождения в цифровую эпоху // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Сер.: Соц. науки. 2018. № 3 (51). С. 55–65.
28. Адаптация пенсионеров к интернет-среде / О. А. Алексеева [и др.] // Соц. психология и общество. 2018. Т. 9, № 2. С. 150–164.
29. *Корнилова М. В.* Интернет как адаптационный ресурс пожилых пользователей // Изв. Саратов. ун-та. Сер.: Социология. Политология. 2018. Т. 18, вып. 3. С. 250–259.
30. В обществе важно формировать позитивный образ пожилого человека [Электронный ресурс] // БЕЛТА. URL: <https://www.belta.by> (дата обращения: 05.05.2020).
31. *Коллина Л. В.* Эйджизм в обслуживании пожилых граждан учреждениями здравоохранения и социальной защиты. Ульяновск : Зебра, 2015. 128 с.
32. *Романьчев И. С.* Социальные стереотипы в отношении пожилых: противоречия и тенденции // Социология и жизнь. 2013. № 1. С. 64–68.
33. *Дмитриев С. Г.* О становлении теории «созидательного разрушения» // Креатив. экономика. 2011. № 12. С. 46–50.
34. Интернет на долгие годы [Электронный ресурс]. URL: <https://runet.rbc.ru/materials/internet-na-dolgie-gody/> (дата обращения: 16.07.2020).
35. Assessing the risks of “infodemics” in response to COVID-19 epidemics [Electronic resource] / R. Gallotti [et al.]. URL: www.medrxiv.org/content/10.1101/2020.04.08.20057968v2 (date of access: 17.07.2020).
36. *Веселов Ю. В.* Доверие в цифровом обществе // Вестн. СПбГУ. Социология. 2020. Т. 13, вып. 2. С. 129–143.
37. Взрывной рост: рейтинг лидеров рынка онлайн-образования России [Электронный ресурс] // РБК. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5fa1cc249a794739b65c7b5c> (дата обращения: 21.01.2021).
38. *Robins K.* Prisoners of the City: Whatever Can a Postmodern City Be? / E. Carter, J. Donald and J. Squires (eds.) // Space and Place: Theories of Identity and Location. London : Lawrence & Wishart, 1993. P. 303–330.
39. Мегалополис после пандемии [Электронный ресурс] // Радио Свобода. URL: <https://www.svoboda.org/a/30688325.html> (дата обращения: 21.01.2021).

2.2. Социокультурные факторы развития городской среды

Город является одним из ключевых факторов социализации и инкультурации, местом развития интеллектуальных, ментальных и духовных способностей индивида. В связи с этим вопрос о возможности использования культурно-образовательного потенциала города приобретает особую актуальность в современных социальных теориях. Социокультурный подход к городским исследованиям пред-

ставлен в работах М. Бахтина [1], К. Линча [2], Ч. Лэндри [3]. Кроме того, вопросы городской социализации затрагивали В. Л. Глазычев [4] (проблемы формирования городских сообществ), О. Н. Яницкий [5] (влияние городской среды на развитие личности), Т. М. Дридзе [6] (социокультурные основы проектирования городской среды).

Несмотря на достаточную популярность названной темы, многие вопросы, касающиеся культурно-образовательного потенциала городской среды, по-прежнему остаются открытыми. В частности, отсутствует четкое определение понятия «культурно-образовательное пространство» как элемента городской среды, нет единого представления о его структуре, не ясны принципы формирования. Исходя из этого, данная часть монографии посвящена решению следующих задач: определить сущность термина «культурно-образовательное пространство» и проанализировать его структуру; выявить факторы, влияющие на культурно-образовательный потенциал города; на примере Минска рассмотреть особенности конструирования индивидуального культурно-образовательного пространства. В качестве методологической основы использованы: концепция социального пространства в интерпретации А. Лефевра [7], представления о структуре образовательного пространства Р. Е. Пономарева [8] и идея ментальных карт К. Линча [4]. Эмпирической основой выступили результаты анкетного опроса студентов дневного отделения, проведенного в Минске в 2016 г. (см. прил. 1).

Теоретическая интерпретация понятия «культурно-образовательное пространство». Культурно-образовательное пространство выступает элементом более общего понятия – «социальное пространство». Разнообразие подходов к определению социального пространства можно разбить на две большие группы. Первая группа трактует социальное пространство как абстрактное явление, как метафору физического, делая акцент на взаимоотношениях индивидов. П. Сорокин рассматривает социальное пространство как «совокупность связей индивида с другими людьми внутри групп, к которым он принадлежит» [9, с. 2]. П. Бурдьё развивает эту мысль в концепции социального поля, которое конструируется социальными агентами посредством фиксации своего положения (ранга) и представляет собой «систематизированное пересечение связей, объединяющих субъектов, обладающих общими признаками» [10, с. 139]. При этом социальное пространство многомерно, и в различных социальных полях индивид может занимать различное положение.

А. Ф. Филиппов описывает социальное пространство как «пространство социальных позиций» [11, с. 186]. Безусловно, физическое и социальное пространства могут быть взаимосвязаны (например, выраженность социальной иерархии в городской планировке). Однако структура социального пространства зависит не от внешнего облика физического, а прежде всего от особенностей распределения различных видов капитала (экономического, символического, культурного и пр.).

Вторая группа подходов предлагает изучать социальное пространство в тесной взаимосвязи с его материальными структурами. Наиболее полно указанная точка зрения представлена у А. Лефевра. По его мнению, за основу любого города берется физическая пространственная организация (способ производства города), которая, в свою очередь, создает особый тип социальных практик, по-своему утилизирующих и преобразующих физическое «тело» города. А. Лефевр называет этот процесс написанием пространственного кода: «...не просто способ чтения и интерпретации пространства, это скорее способ жизни в этом пространстве и также способ производства его» [7, с. 47–48].

Ключевые признаки социального пространства:

- 1) наличие социальных субъектов и взаимодействий между ними;
- 2) существование устойчивой структуры различных сфер социальных взаимодействий (экономических, политических, культурно-образовательных, коммуникативных), которые существуют не обособленно друг от друга, а взаимопересекаются, образуя разнообразные локусы существования в городе;
- 3) материальная выраженность этих взаимодействий в физическом пространстве [12, с. 22].

Город как воплощение социального пространства представляет собой «организованную совокупность физических, символических объектов, технологий, нормативных и ценностных образований, включающих в себя не только материальные (природные или искусственные, то есть созданные людьми объекты), но и нечто, что может быть обозначено как душа города – нормы или ценности городской общины, социальная психология городского сообщества, образ жизни и менталитет горожан, межкультурная коммуникация и т. д.» [13, с. 136]. Вхождение в городскую среду (постижение души города) не происходит автоматически, по факту рождения или переезда. Необходим длительный процесс освоения особых социальных практик, включения в существующие системы ценностей, формирования навыков

взаимодействия с другими горожанами по исторически сложившимся правилам. Происходит процесс, который может быть определен как городская социализация, реализующаяся в деятельности (усвоение нормативных и поведенческих установок), общении (расширение круга контактов и обогащение коммуникативных навыков) и самосознании (формирование Я-образа с привязкой к конкретной территории). Точкой пересечения вышеуказанных сфер является городское публичное пространство, выступающее как культурно-образовательный ресурс посредством выполнения следующих функций:

- **социально-инклюзивная** — открытые публичные пространства, доступ к которым имеют все социальные группы, способствуют интеграции всех жителей города в единое сообщество и напрямую участвуют в формировании городской идентичности (Я-образа);
- **коммуникативная** (когда публичные пространства выполняют роль сцены для социального действия) — дают возможность горожанам усваивать определенные поведенческие шаблоны (социально одобряемые или, наоборот, отклоняющиеся от нормы), способствуют накоплению социального капитала, а также транслируют культурный опыт, накопленный уже существующими городскими сообществами;
- **организационная** — вовлечение горожан в общественную жизнь и формирование чувства ответственности за свой город. Стимулирование коллективных решений горожан по созданию и преобразованию публичного пространства (place-making) способствует усвоению определенных нормативных и поведенческих установок, таких как способность к самоорганизации, активность, инициативность и ответственность, а также стремление к самосовершенствованию через преобразование окружающей среды.

Иными словами, культурно-образовательная роль городского публичного пространства заключается в том, что оно, используя такие инструменты, как язык, система символов, обычаев, поведенческих паттернов, способствует формированию и воспроизводству типа личности (горожанина). Под культурно-образовательным потенциалом города в данном случае понимаются его определенные специфические особенности и функции, «которые используются субъектами образовательного процесса для трансляции и освоения культурно значимых ценностей» [14, с. 9].

Следовательно, **культурно-образовательное пространство** города можно определить как конкретное место, охватывающее человека и среду в процессе их взаимодействия, результатом которого выступает приращение индивидуальной культуры образующегося.

Структура и факторы формирования культурно-образовательного пространства города. К. Линч выделял следующие элементы (ключевые точки) городского пространства:

1) пути — коммуникации, вдоль которых наблюдатель может перемещаться постоянно, периодически или только потенциально (например, тротуары или улицы);

2) элементы окружения, являющиеся стыками между двумя состояниями, «линейные разрывы непрерывности» (например, стены, или окраины жилых районов);

3) районы — части города, средние по величине и представленные как двухмерная протяженность, в которую наблюдатель мысленно входит «изнутри». К. Линч полагал, что большинство горожан структурируют непосредственное пространство своей жизнедеятельности, оперируя понятием «район»;

4) узлы — стратегические точки города, в которых максимально сконцентрированы и сфокусированы какие-либо функции или особенности пространства. Нередко узлы приобретают черты центробежной силы для целого района и обладают символическим значением;

5) ориентиры — точечные пространственные элементы, которые являются внешними по отношению к наблюдателю [2, с. 51–52].

В свою очередь, образовательное пространство можно разделить на осознанное либо неосознанное, а также на организованное извне либо неорганизованное извне [8, с. 48–49]. Соединив два названных измерения, мы получим культурно-образовательный локус — элемент городского пространства, обеспечивающий как целенаправленное, так и неосознанное взаимодействие индивида с образовательной средой. Культурно-образовательные локусы представлены институциональными (отвечают за конструирование и поддержание «скелета» культурно-образовательного пространства города), а также информационно-коммуникационными структурами (обеспечивают его «очеловечивание», т. е. наполнение ценностями, образами, социокультурными смыслами).

Следовательно, структуру культурно-образовательного пространства города можно представить следующим образом:

- авторитарное подпространство, в котором взаимодействие с образовательной средой организовано извне по отношению к образующемуся и осознается им в полной мере. Культурно-образовательными локусами в данном случае будут сеть образовательных и культурных учреждений города (школы, университеты, библиотеки и т. д.);

- манипулятивное подпространство, предполагающее образующимся неосознанное, но специально организованное извне взаимодействие человека с образовательной средой. Примеры локусов — пространство музея или исторически значимые части города;

- естественное подпространство, для которого характерно неосознанное и неорганизованное специально извне взаимодействие образующегося с образовательной средой. В качестве примера можно назвать городские районы с определенным контингентом жителей (профессорские дома, заводские районы, богемный квартал и т. д.);

- свободное подпространство, в котором осуществляется осознанное, но не организованное извне, а созданное образующимся взаимодействием с образовательной средой. Культурно-образовательными локусами будут открытые пространства, ориентированные на коммуникацию, пространства коворкинга, клубы по интересам и пр.

Можно назвать ряд факторов, которые определяют специфику культурно-образовательного пространства города. Прежде всего это наличие многоуровневой развитой системы культурно-образовательных учреждений как институциональной основы городского пространства, которая гарантирует каждому индивиду возможность погружения в определенный культурный мир. Важную роль играет специфика публичного пространства города, которое должно быть максимально открытым, диалогичным, обеспечивающим возможность коммуникации между разнородными индивидами и группами, что формирует у горожан потребность в постоянном усвоении нового социокультурного опыта. Удачным примером подобной организации культурно-образовательной сферы в Минске являются так называемые свободные пространства (открытые пространства, арт-пространства, коворкинги), такие как «Кто такой Джон Голт?», «Балки», «Цэх», «Верх», «Фотосквот», «Срасе» и т. п., которые сочетают в себе все необходимые свойства (удобство осуществления коммуникативных практик, наличие поводов для активизации коммуникации, возможность наблюдения за действиями; возможность самопрезентации, способность постоянно трансформироваться, подстраиваясь под потребности различных социальных групп).

Кроме того, необходимо тесное вплетение культурно-образовательной деятельности в ткань городской жизни. В условиях информационного города многие сферы жизнедеятельности, когда-то имевшие жесткое пространственно-временное разделение, теперь активно смешиваются (например, дом и работа, работа и отдых, от-

дых и обучение). Подобную мысль ранее высказывал американский социолог Джордж Ритцер, отмечая размывание границ между потребительскими практиками и сферой развлечения (феномен имплозии) [15, с. 92]. В качестве примера он приводил торгово-развлекательные центры, дающие возможность не только сделать покупки, но и организовать досуг. Сегодня подобная имплозия оказывает влияние и на культурно-образовательное пространство города. Пространственно-временные границы между досугом и учебой постепенно начинают исчезать. Результаты исследования показали, что каждый третий опрошенный студент среди общего количества различных развлекательных мероприятий, происходящих в Минске, предпочитает образовательные (форумы, конференции, воркшопы, мастер-классы, публичные лекции и т. д.) (табл. 12).

Таблица 12

Заинтересованность минских студентов в различных городских событиях

Городские события, представляющие особенный интерес	%
Те, на которых есть возможность весело провести время, разлечься, расслабиться (вечеринка, концерт, пикник, фестиваль и т. д.)	53,9
Те, на которых есть возможность сделать что-то полезное для себя, улучшить свою жизнь, укрепить здоровье, получить новые знания, приобрести полезные связи, добиться поставленных целей (конференция, воркшоп, мастер-класс, публичная лекция и т. д.)	33,9
Те, на которых есть возможность найти интересных собеседников, пообщаться, принять участие в диалоге, что-то обсудить (форум, конференция, нетворкинг и т. д.)	12,1

Новые знакомства в представлении молодых людей – это прежде всего возможность узнать что-то новое, расширить свой кругозор (55,4 %), а идеальный город, в котором хотелось бы жить, 61,2 % респондентов описали как место, где можно добиваться поставленных целей (учиться, делать карьеру, зарабатывать деньги, самосовершенствоваться и т. д.) (табл. 13).

Таблица 13

Общее восприятие городской жизни

«Город, в котором я хотел бы жить – это...	%
красивый и современный город, в котором много мест для развлечения (кафе, бары, клубы, кинотеатры, торговые центры и т. д.)»	18,0

«Город, в котором я хотел бы жить – это...	%
город, в котором удобно общаться (много доступных пространств, подходящих для свободного общения с разными людьми)»	20,8
город, в котором можно добиваться поставленных целей (учиться, делать карьеру, зарабатывать деньги, самосовершенствоваться и т. д.)»	61,2

Чтобы соответствовать текучести современной городской жизни, культурно-образовательные локусы должны быть достаточно мобильны, должны уметь обходиться без собственной постоянной территории, пользуясь временной (нейтральной). Такие «пространства-трансформеры» способствуют поддержанию высокого уровня социальной гетерогенности, предоставляя возможность постоянно встречаться с чем-то новым, неизвестным (опыт, люди, идеи и т. д.), стимулируя горожан к непрерывному обучению, так как любое обучение осуществляется только при столкновении с ранее неизвестным. Кроме того, подобная гибкость и мобильность культурно-образовательного пространства позволяет образующимся собирать для себя определенный конструкт, адекватный их возможностям и потребностям (т. е. формировать собственное уникальное образовательное пространство). Рассмотрим этот процесс подробнее.

Конструирование индивидуального культурно-образовательного пространства. Объектом эмпирического изучения особенностей конструирования индивидуального культурно-образовательного пространства выступила студенческая молодежь Минска как социальная категория, наиболее заинтересованная в различных возможностях получения дополнительного образования (в силу возраста и жизненного этапа), а также отличающаяся максимальным разнообразием досуговых практик. Следовательно, социализирующая и культурно-образовательная функции городского публичного пространства наиболее отчетливо будут проявляться в границах данной группы. В качестве источника информации о культурно-образовательных локусах был выбран интернет, так как для поиска информации о городской жизни его используют большинство студентов (82,0 % респондентов обращаются к специализированным интернет-сайтам, 60,4 % – к социальным сетям). Популярность конкретных интернет-ресурсов представлена в табл. 14.

Источники получения информации о городских событиях (2016)

Названия сайтов и социальных сетей	%
«ВКонтакте» (паблик «Бесплатный Минск»)	38,4
Tut.by («Афиша TUT.BY»)	32,8
Relax.by	12,6
CityDog.by	10,9
Другое	5,3

Вышеуказанные источники помимо развлечений предлагают посетителям информацию о возможностях дополнительного образования, доступных в Минске. Однако форма представления таких сведений у перечисленных ресурсов значительно различается. Условно их можно разбить на две группы. В интернет-ресурсах первой группы (паблик «Бесплатный Минск» социальной сети «ВКонтакте» и сайт CityDog.by) информация о городской жизни подается без четкого разграничения на развлекательные и обучающие события. В частности, сайт CityDog.by активно позиционирует образовательные мероприятия как один из способов проведения свободного времени, аналогичный традиционным развлечениям (концерты, вечеринки, распродажи и пр.). Так, среди всех городских событий, упоминаемых на страницах названного сайта в течение одного месяца¹, 35 % занимали публичные лекции, презентации, форумы, мастер-классы, конференции и т. д. Более того, ни одна рубрика, посвященная организации городского досуга, не выходила без упоминания какого-либо образовательного мероприятия.

Интернет-ресурсы второй группы («Афиша TUT.BY» и Relax.by) информируют посетителей о доступных возможностях дополнительного образования на отдельных вкладках, четко разделяя отдых и обучение. Следовательно, чтобы ознакомиться с подобной информацией, необходимо иметь соответствующую мотивацию, уже сформированную ранее, а также приложить определенные усилия (например, на «Афиша TUT.BY» вначале необходимо открыть вкладку «Другое», затем среди многих других найти раздел «Обучение»). Очевидно, что преимущественное обращение к информационным ресурсам первой или второй группы будет оказывать влияние на функциональный

¹ В качестве контрольного периода взят ноябрь 2016 г.

потенциал городского публичного пространства, активируя либо его культурно-образовательную (как в случае с ресурсами первой группы), либо развлекательную функцию (при обращении к ресурсам второй).

Данную мысль подтвердили и результаты исследования, обнаружив зависимость между формой подачи информации об образовательных мероприятиях и предпочитаемыми досуговыми практиками студентов. Сравнительный анализ показал, что посетители интернет-ресурсов первой группы активнее потребляют культурно-образовательный потенциал городского публичного пространства, чем те, кто обращается к интернет-ресурсам второй группы. Так, они значительно чаще интересуются образовательными событиями (различные форумы, конференции, мастер-классы, публичные лекции и т. д.) (табл. 15).

Таблица 15

**Заинтересованность минских студентов в различных городских событиях
в зависимости от предпочитаемых интернет-ресурсов,
посвященных городской жизни, %**

Городские события, представляющие особенный интерес	Студенты, использующие интернет-ресурсы, где разграничены отдых и обучение	Студенты, использующие интернет-ресурсы, где объединены отдых и обучение
Те, на которых есть возможность весело провести время, разлечься, расслабиться (вечеринка, концерт, пикник, фестиваль и т. д.)	82,2	20,8
Те, на которых есть возможность сделать что-то полезное для себя, улучшить свою жизнь, укрепить здоровье, получить новые знания, приобрести полезные связи, добиться поставленных целей (конференция, воркшоп, мастер-класс, публичная лекция и т. д.)	5,7	33,9
Те, на которых есть возможность найти интересных собеседников, пообщаться, принять участие в диалоге, что-то обсудить (форум, конференция, нетворкинг и т. д.)	12,1	45,3

Различается и общее восприятие городской жизни. Студенты, которые чаще обращаются к культурно-образовательным локусам городского пространства, описывают свой идеальный город как место, в котором можно добиваться поставленных целей (учиться, делать карьеру, зарабатывать деньги, самосовершенствоваться и т. д.), как открытое пространство, удобное для коммуникации (табл. 16).

Таблица 16

**Распределение ответов минских студентов на вопрос
«Город, в котором я хотел бы жить – это...», %**

Ответ	Студенты, использующие интернет-ресурсы, где разграничены отдых и обучение	Студенты, использующие интернет-ресурсы, где объединены отдых и обучение
Красивый и современный город, в котором много мест для развлечения (кафе, бары, клубы, кинотеатры, торговые центры и т. д.)	25,8	12,9
Город, в котором удобно общаться (много доступных пространств, подходящих для свободного общения с разными людьми)	20,6	25,9
Город, в котором можно добиваться поставленных целей (учиться, делать карьеру, зарабатывать деньги, самосовершенствоваться и т. д.)	53,6	61,2

Ранее мы подчеркивали социализирующий потенциал городского публичного пространства: используя различные инструменты, оно способно *формировать и воспроизводить определенный тип личности*. При этом содержание процесса социализации напрямую зависит от того, какие функции публичного пространства в данный момент доминируют (социально-инклюзивная, организационная, культурно-образовательная, рекреативная, развлекательная и пр.). Соответственно, преобладание культурно-образовательной функции публичного пространства стимулирует горожан к более активному использованию культурно-образовательного потенциала города.

Результатом городской социализации в данном случае станет *интернализация стратегии непрерывного образования* — переход внешних по отношению к личности структур во внутренние регуляторы поведения. Иными словами, будет наблюдаться не пассивное принятие идей непрерывного образования (под давлением обстоятельств, как дань моде, из корыстных мотивов и т. д.), а формирование субстанциональных качеств, которые индивид экстернализирует в своей социальной активности, жизнедеятельности в целом (самотивация к обучению, стремление к постоянному пополнению знаний через смешивание досуга и обучения, самостоятельность в формировании индивидуальных образовательных тактик и т. д.). Безусловно, приведенный вывод нуждается в дальнейшем уточнении и детальном исследовании на основе более широкой выборки, однако в качестве рабочей гипотезы о нем можно говорить уже сейчас.

Поскольку новые социальные практики способны преобразовывать старую городскую территорию (идея производства пространства А. Лефевра [7]), мы можем ожидать и *трансформации культурно образовательного пространства города* — доля авторитарного и манипулятивного подпространств постепенно будет сокращаться, а свободного и естественного — возрастать. Наиболее полно такому культурно-образовательному пространству будут соответствовать образовательные практики, основанные на построении коммуникации, тесно вплетенные в городскую жизнь, находящиеся в гармоничном взаимодействии с другими сферами жизнедеятельности индивида (досуг, работа и т. д.).

Таким образом, городская среда выполняет по отношению к индивиду культурно-образовательную функцию, напрямую участвуя в его становлении и развитии. Культурно-образовательный потенциал города тем выше, чем лучше он приспособлен для свободной коммуникации, что обеспечивается разнообразием публичной сферы, наличием в ней различных акторов, возможностью их смешения и т. д. Новые формы организации культурно-образовательного пространства должны тесно вплетаться в городскую жизнь, размывая привычные границы между такими сферами, как досуг, работа, обучение, поддерживая высокий уровень социальной гетерогенности. Результатом городской социализации в описанном выше пространстве может стать формирование личности, для которой идея непрерывного образования будет не данью времени или вынужденной необходимостью, а базовой жизненной стратегией.

Библиографические ссылки

1. М. М. Бахтин как философ : сб. ст. / отв. ред.: Л. А. Гогтишвили, П. С. Гуревич. М. : Наука, 1992. 251 с.
2. Линч К. Образ города. М. : Стройиздат, 1982. 328 с.
3. Лэндри Ч. Креативный город. М. : Классика XXI, 2011. 400 с.
4. Глазычев В. Л. Урбанистика. М. : Европа, 2008. 219 с.
5. Яницкий О. Н. Глобализация и «городские войны» // Власть. 2017. № 1. С. 103–111.
6. Дридзе Т. М. Вернуть столицу горожанам // Общ. науки и современность. 1997. № 5. С. 26–34.
7. Лефевр А. Производство пространства. М. : StrelkaPress, 2015. 432 с.
8. Пономарев Р. Е. Образовательное пространство. М. : МАКС Пресс, 2014. 100 с.
9. Сорокин П. А. Социальная мобильность. М. : Academia, 2005. 588 с.
10. Бурдьё П. Социальное пространство и символическая власть // THESIS. 1993. Вып. 2. С. 137–150.
11. Филиппов А. Ф. Социология пространства. СПб. : Владимир Даль, 2008. 290 с.
12. Социальное пространство современного города / под ред. Г. Б. Корблевой, А. В. Меренкова. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. 252 с.
13. Мастеница Е. Н. Культурное пространство города как предмет исследования и объект познания: междисциплинарный подход // Петербургские исследования : сб. науч. ст. СПб. : Изд-во СБГУ, 2011. Вып. 3. С. 128–147.
14. Порозов Р. Ю. Культурно-образовательное пространство города. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2016. 174 с.
15. Ritzer G., Stillman T. The Modern Las Vegas Casino-Hotel: The Paradigmatic New Means of Consumption // Management. 2001. Vol. 4. P. 83–99.

2.3. Коммуникативные ресурсы и механизмы в развитии города

Город по своей природе – генератор социокультурного разнообразия и новых смыслов. Города привлекают всевозможных приезжих, чужаков, гостей и мигрантов, которые несут инновационные идеи. Одной из важнейших функций городской среды является объединение (communication) – превращение разрозненной атомизированной массы горожан в единое целое, в активного социального субъекта, обладающего коллективным сознанием и идентичностью. В связи с этим город можно сравнить со сложным живым организмом, способным к самоорганизации, адаптации и развитию, клетками которо-

го являются отдельные индивиды (горожане) и их группы (городские сообщества).

Основа здорового существования любого живого организма — наличие связи и взаимоподдержки между всеми его элементами. Следовательно, для здорового существования города необходимы многочисленные коммуникации и кооперации между всеми субъектами городской жизни. Коммуникация при этом рассматривается не как простой обмен информацией между коммуникатором и реципиентом, а как сложное, комплексное, разноплановое социально-информационное взаимодействие: «Предпосылкой к коммуникации является наличие отношений между кем-либо и кем-либо, возникновение связи и, далее, взаимодействие на основе этих отношений» [1, с. 21]. Коммуникация проявляется во взаимном влиянии различных объектов друг на друга, их соединении, распаде, переходе одного в другой и т. д. В этом смысле коммуникация «выполняет формирующую функцию, создает и репрезентирует жизненный мир» [2], описывает процессы конструирования городской социальности. На практике реализация функции объединения иллюстрирует, как именно город влияет на характер и содержание отношений между людьми (способствует или препятствует осуществлению социального взаимодействия, стимулирует кооперацию или конкуренцию и т. д.).

Отметим, что термин «коммуникативное пространство» вошел в обиход представителей различных научных направлений еще в конце прошлого века. Впервые прозвучав в контексте философской трактовки, сегодня данный термин используется в области социологии, политологии, социальной психологии, лингвистики, менеджмента, а также в комплексе новых наук: медиалогии, коммуникативистики, социальной инженерии. Обобщенное определение коммуникативного пространства сводится к тому, что оно принимается как открытая самоорганизующаяся система, неразрывно связанная с социальными изменениями, состоящая из взаимообусловленных уровней. Они зависят от двух важных параметров: коммуникативной дистанции и плотности коммуникации. Последующая адаптация понятия, как правило, происходит согласно направлению исследовательского интереса. В данном случае нас интересуют факторы, т. е. те ключевые особенности коммуникативного пространства города, которые оказывают наиболее существенное влияние на его гармоничное развитие.

Для более четкого определения предмета исследования отметим, что, безусловно, коммуникативное пространство города напрямую зависит от его размера. Поскольку ключевой темой исследования вы-

ступает роль городской среды в социокультурных трансформациях общества, наибольший интерес для нас представляют крупные города и мегаполисы как узлы пересечения экономических и политических процессов, как места, в которых концентрация социальной и культурной гетерогенности достигает максимума.

Коммуникативное пространство большого города ежедневно обрушивает на своих обитателей огромный информационный поток, заставляет вырабатывать защитные реакции, обеспечивающие фильтрацию информации и возможность быстрого переключения с одного знака на другой. Информационное перенасыщение влияет на самовыражение горожанина, его возможности и способности. Такая ситуация обуславливает характерное для большинства крупных городов преобладание интеллектуального, внешнеэмоционального характера межличностных взаимоотношений, тогда как в малых городах коммуникация основана на чувствах и протекает в спокойной атмосфере неизменных привычек.

Еще в начале прошлого века тему одиночества и изоляции в условиях большого города озвучил Г. Зиммель в знаменитом эссе «Большие города и духовная жизнь» [3]. В городе доминируют отношения полезности, межличностное общение приобретает утилитарный характер, индивиды постепенно утрачивают чувство участия, характерное для интегрированных (сельских) сообществ. Несколько десятилетий спустя представитель Чикагской школы Льюис Вирт резюмировал мысль о том, что в большом городе наиболее радикально трансформировалась человеческая среда обитания: «Помимо подрыва традиционных основ социальной солидарности и замены первичных контактов вторичными, урбанизму присущи такие черты, как ослабление родственных уз, падение социальной значимости семьи, исчезновение соседства» [4, с. 115].

К концу XX в. приведенные выше мысли окончательно оформились в концепцию кризиса публичности, поразившего современные большие города, которые существуют в условиях «текучей современности» («liquid modernity»): горожанин становится исключительно мобильным и не обременяет себя длительными обязательствами [5], испытывает перманентную боязнь Другого, вследствие чего максимально избегает контактов с незнакомцами [6], а также предпочитает воображаемые сообщества реальным [7]. Естественный отбор и сегрегация в мегаполисах могут зайти так далеко, что единственной формой взаимодействия между его жителями станет конкуренция как

бесконечное стремление найти (отвоевать) свое место в социальной конфигурации города.

Кроме того, в последние десятилетия наблюдается тенденция к интернационализации больших городов: они принимают мировое значение и становятся главнейшими узлами международного взаимодействия, а также мировыми экономическими центрами, что грозит превращением социокультурной среды города в неуправляемый механизм. Увеличивается анонимность горожанина и уменьшается ответственность за свои действия, за счет разнокультурного населения повышается дезинтеграция. Применительно к другим индивидам нарастает обезличенность: человек в большом городе контактирует с целыми группами, при этом индивидуальная специфика практически полностью стирается. Это повышает риск социальных конфликтов, которые нередко приобретают глобальные размеры (когда фактически все население города состоит из изолированных друг от друга, враждебно настроенных чужаков).

Л. Мамфорд метафорически называет город, утративший свою социокультурную сущность, некрополисом, или «городом, превратившимся в пустую раковину» [8, с. 291]. Концентрация на собственных интересах и ценность приватности, свойственные большим городам, формируют принципиально новый тип горожанина, предпочитающего виртуальный мир реальному. «Косвенно или напрямую игнорируя социальную среду повседневности, которая влияет на социализацию индивида, его жизнедеятельность и мироощущение, человечество рискует замкнуться на “микрокосмосах”, существующих в псевдореальности и замкнутых социальных группах» [9, с. 486]. В то же время устойчивый город — тот, в котором социальная жизнь максимально разнообразна и интенсивна. В таких условиях **коммуникативная роль городской среды** (как возможность кооперации горожан друг с другом) приобретает критически важное значение.

Однако по различным причинам взаимодействие между жителями города может быть затруднено или даже невозможно, что приводит к появлению так называемых коммуникативных разрывов (дезинтеграции ключевых субъектов социальной жизни). Их природа имеет сложный характер и обусловлена совокупностью различных факторов (политических, экономических, культурных).

Город, используя доступные ресурсы, старается преодолеть кризис публичности (помним, что коммуникация и кооперация являются непреложными условиями его существования). Чаще всего в роли объединяющего ресурса выступают городские публичные пространства —

открытые, подходящие для встреч незнакомых людей друг с другом городские территории, которые берут на себя функцию локаций, используемых для осуществления коммуникаций (сцена для социального действия).

Иными словами, *коммуникативный потенциал города* можно определить как возможность публичных пространств выступать в роли наблюдательной площадки, позволить индивидам изучать и усваивать социально одобряемые образцы поведения, способствовать расширению круга контактов и обогащению коммуникативных навыков, участвовать в трансляции социального опыта, накопленного существующими городскими сообществами.

Городские сообщества как индикатор коммуникативной роли городской среды. Российская исследовательница О. С. Чернявская выделяет следующие условия, способствующие включенности горожан в коммуникативное пространство города [10]: большое количество и разнообразие сообществ, способных оказать влияние на формирование городской среды согласно собственным интересам, а также достаточное количество и разнообразие площадок, активизирующих социальные контакты в среде территориальных сообществ. Соответственно, барьерами для включенности горожан в социально-коммуникационное пространство являются: барьеры для создания и функционирования городских сообществ, отсутствие реальной возможности реализации гражданских инициатив, недоверие к местной власти.

Городское сообщество в данном случае следует определить как общность, основанную на общем, а не на общении, поведении, опирающееся на эмоционально переживаемое чувство общности (Gemeinschaft) (термин, заимствованный у Ф. Тённиса, означающий особое состояние общности) [11]. Важнейшие черты городского сообщества – построение его на основе общих интересов, наличие определенной территории, воспринимаемой всеми членами сообщества в качестве своей. Чем больше сообщество открыто для новых членов, тем в большей степени оно может препятствовать формированию коммуникативных разрывов.

Для того чтобы понять, как место превращается в сообщество, обратимся к традиции научного изучения городских сообществ, которая берет свое начало в Чикагской школе социологии. Сообщество – это во многом экологическое образование, совокупность людей (экологических агентов), проживающих на конкретной территории, которая накладывает отпечаток на значимые аспекты жизни людей (например, на структуру их расселения в городе). По мнению Р. Парка, «каждое

сообщество представляет собой в определенной степени независимое культурное образование, со своими стандартами, представлениями о должном, о приличиях и о том, что достойно уважения» [12, с. 8].

Альтернативная антропологическая традиция определения городского сообщества опирается на уникальность жизненного уклада, особую культурную среду и устоявшиеся практики включенных в данное сообщество индивидов, отличающиеся от повседневных практик известного большинства. Идентичность сообщества основывается на эмоциональной связи его членов (приязнь к своим и неприязнь к чужим). Объединив методологические находки антропологов с теоретическими ресурсами классической социологии (что было успешно реализовано в рамках исследовательской области под названием «исследование сообществ» (community studies), можно получить универсальный теоретический концепт городского сообщества, позволяющий уловить суть рассматриваемого явления [13].

В современном понимании городское сообщество – это не просто совокупность людей, которые могут друг с другом встретиться в силу общности территорий (например, соседи). Понятие «городское сообщество» включает представления о других людях, чувство единения с этими людьми даже в том случае, если мы их не знаем [14]. Члены определенного городского сообщества связаны друг с другом скорее символическими, чем социальными отношениями. Важную роль в образовании городского сообщества играет временная синхронизация деятельности людей (совпадение временных ритмов в настоящем, прошлом или будущем).

Обобщив имеющиеся представления о городском сообществе, выделим его *операциональные характеристики*:

- не может существовать внелокально, как нетерриториальное образование;
- строится и объединяется на основе общих интересов, ценностей, образа жизни – временная синхронизация в прошлом (общие воспоминания), настоящем (общие поведенческие практики) или будущем (наличие общих планов);
- способно к самоорганизации и кристаллизации автономных структур управления (выдвижение местных лидеров);
- основывается на эмоциональной связи его членов, способной длительно существовать через преемственность поколений;
- может принимать на себя ответственность в зоне своих интересов.

В рамках классической (преимущественно западной) городской социологии любому населению, проживающему на определенной территории, приписывается, хотя бы потенциально, статус местного сообщества (способность к самоорганизации, наличие общих интересов, общей ответственности и т. д.). Вопрос о существовании местных сообществ не ставится — они рассматриваются как естественное условие совместного проживания горожан. Однако, когда речь идет о постсоветских городах, указанный методологический принцип не всегда работает. Причина заключается в том, что институт локальных городских сообществ в советский период был сильно ослаблен. Прямо или косвенно этому способствовали:

- назначение муниципальных руководителей сверху (при этом они не только не должны быть местными, но и не должны быть включены в разного рода социальные взаимосвязи с населением);
- безвластность местных советов (чаще всего их функции заключались в регистрации рождений, смертей, браков и выдаче разнообразных справок);
- производственный принцип формирования социальных связей (основные социальные контакты организуются не по месту жительства граждан, а по месту их работы);
- активная организация непроизводственной части жизни людей (для удовлетворения своих интересов и увлечений советским людям не нужно было проявлять индивидуальную инициативу или сорганизовываться, так как эта задача входила в обязанности профсоюзов);
- централизованное распределение жилья (препятствовало формированию межпоколенных территориальных связей).

Вышеперечисленные обстоятельства постепенно привели к тому, что взаимоотношения между людьми по месту жительства стали практически незначимыми и несущественными (городские жители часто не знали того, кто жил в соседней квартире). Соответственно, самоорганизация на местном уровне потеряла первоначальное значение для городских жителей, которые добровольно отказывались от решения многих вопросов обустройства городской жизни, перекладывая их на государственные органы. Усложняла ситуацию и советская идея публичного пространства: большинство городских пространств были публичными, однако несанкционированная и неорганизованная активность на них была исключена. Название «общественные» не отражало реальных возможностей в использовании этих пространств: «Центральные площади и улицы предназначались для демонстраций

и митингов, задуманных и проводимых под руководством властей» [15, с. 268–269].

Отголоски названного периода по-прежнему ощущаются в современной жизни постсоветских городов. Наиболее ярким примером является крайне низкая заинтересованность городских жителей в обустройстве прилегающих к личному жилищу территорий (лестничные площадки, подъезды, детские игровые зоны и дворовые территории). По результатам социологического исследования, проведенного в 2014 г., в коллективных экологических акциях на уровне города (уборка территорий, посадка деревьев, обращения в органы власти с жалобами по поводу нарушения природоохранного законодательства, финансовая поддержка акций по охране окружающей среды и т. д.) принимали участие в среднем менее 10 % минчан [16, с. 112]. Количество экологических активистов не превышает 7–8 %. Подобная ситуация характерна и для других постсоветских стран (Россия, Украина). Можно сделать вывод, что благоустройство города, по мнению его жителей, входит в сферу ответственности городских властей и коммунальных служб, при этом ответственность самих горожан минимальна и ограничивается единичными инициативами наиболее активных жителей. Социальные связи между соседями ослабевают, наблюдается потеря интереса к чему-либо, выходящему за рамки того, что касается частных интересов.

Следовательно, публичные пространства и общественная жизнь в городах исчезают не только потому, что некто приватизирует их в своих интересах или запрещает, а потому, что исчезают те, кому это важно и интересно, а также те, кого взаимодействие с незнакомцами не страшит. Возрастающий уровень страха и безразличия способствует росту эскапизма среди горожан, негативно сказывается на желании активно преобразовывать окружающее пространство или нести ответственность за его состояние.

В этом смысле коммуникативный потенциал города тесно связан с креативностью. Понятие «креативность» одно из самых многозначных в социальных науках и чаще всего трактуется в зависимости от предметной направленности того или иного исследования. Мы понимаем под креативностью способность горожан производить и воспроизводить социальное пространство города: желание и возможность формировать локальные сообщества, а также участвовать в деятельности уже существующих, способность коллективно и индивидуально ставить цели, связанные с городской жизнью, и достигать их, желание преобразовывать городское пространство и нести за

него ответственность, готовность проявлять коллективную солидарность и т. д.

Выход из сложившегося кризиса, с нашей точки зрения, – в новой форме организации публичного пространства.

Событийные механизмы развития городской среды. Мы уже отмечали, что городская среда важна, в том числе как средство реализации потребности в публичной культуре и практиках. В современных условиях нередко не места, а события, происходящие в них, актуализируют ранее нейтральное городское пространство и конституируют общество. Борис Гройс обозначает это как создание вакуума, создание пустоты, в которой общество могло бы себя осознанно конституировать [17]. Речь в данном случае идет о так называемых нулевых пространствах – пространствах, обладающих потенциалом для конституирования социальности, удобных для осуществления различных коммуникативных практик, позволяющих незнакомым ранее людям смешиваться и превращаться в сообщества.

Следовательно, современные формы организации публичного пространства должны быть достаточно мобильны, «они не требуют собственной территории, с удовольствием пользуясь “чужой”». Такие “пространства-трансформеры” могут не иметь собственной стабильной идентичности “места” – они определяются через ту активность, которую вмещают, превращаясь в “места-процессы”» [18].

Рассмотрим преимущества *временного (событийного) публичного пространства*:

1) мобильные пространства в большей степени соответствуют потребностям современного городского образа жизни – городское публичное пространство все чаще конституируется не в категориях места, а в категориях потоков, движения (space of flows) [19], «потребность собираться и быть в/месте постепенно теряет актуальность, уступая иному формату пространственной активности горожан» [18];

2) временная, событийная организация публичного пространства способствует поддержанию в нем социальной гетерогенности. Напомним, что главная ценность публичного пространства заключается в предоставлении возможности встретиться с чем-то новым, незнакомым. Это становится возможным, когда различные категории горожан могут одновременно находиться в определенной части города (например, во время праздника в городском парке), наблюдать вариативность городской жизни (людей разного возраста, достатка, вероисповедания, с разным цветом кожи и т. д.), знакомиться с образцами различных культур, образов жизни и моделей поведения. Впослед-

ствии такой опыт будет помогать горожанам спокойно реагировать на проявления непохожести, избегать негативизма и стигматизации по отношению к другим индивидам;

3) временное публичное пространство обладает достаточной степенью гибкости и позволяет отойти от характерного для индустриальных городов монофункционального проектирования, состоящего из бинарных оппозиций «дом / место работы», «место работы / место проведения досуга» и т. д. В условиях современного постиндустриального города такие понятия, как «дом», «работа», «отдых», «развлечение», «коммуникация», нередко слиты воедино и в пространственном, и во временном отношении, что требует появления многозадачных публичных пространств;

4) событийная организация публичных пространств позволяет использовать возможности городской территории по очереди и снижает вероятность конфликта между различными группами горожан за одно и то же третье место, что особенно актуально в густонаселенных городах, а также городах с недостаточно развитой инфраструктурой. Классическая модель организации города предполагает закрепление за каждой группой горожан своего определенного пространства. Однако в современных условиях такая модель имеет ограничения: способствует сегрегации и воспроизводству социальных границ, повышает вероятность межкультурных конфликтов. Она сложна в практической реализации, так как число городских сообществ, способных потребовать собственного, отличного от других пространства, бесконечно велико и продолжает расти. Чаще всего современные горожане стремятся избегать закрепленных за ними общественных пространств и предпочитают тактики временного присвоения стратегического пространства, которое они используют для своих целей и затем освобождают для других групп.

Событийное наполнение городской жизни является одним из действенных механизмов гармонизации городской среды. Различные городские события (праздники, фестивали, концерты под открытым небом и пр.) важны сами по себе, так как создают условия для активной коммуникации и усиливают чувство включенности всех жителей в социальное пространство города. Как отмечал британский урбанист и специалист по городскому развитию Чарльз Лэндри, «богатое в культурном отношении место должно иметь критическую массу культурных событий — от одноразовых фестивалей до регулярной деятельности культурных организаций» [20, с. 126]. Кооперация бизнеса, государственных структур и местных жителей в процессе организации городского события дает им возможность познакомиться, найти об-

щие интересы, пробуждает мотивацию к сотрудничеству, способствует повышению координации взаимодействия.

Важно, чтобы горожане не просто выступали пассивными потребителями городских праздников (пришли, посмотрели и ушли), а активно вовлекались во все стадии организации событий (особенно если речь идет о небольших районных праздниках). В таком случае представители городского бизнеса, властей и городские активисты получают возможность вырабатывать привычные модели поведения, которые в будущем снижают уровень напряженности между ними, приводят к большей открытости. Наиболее эффективно событийный механизм гармонизации городской среды работает в том случае, когда такие совместно подготовленные праздники становятся традиционными. В качестве удачных примеров взаимодействия бизнеса и власти в процессе подготовки городских событий приведем реализацию проекта «Классика у Ратуши с А1», который организует Минский городской исполнительный комитет при поддержке компании А1 [21], фестиваль «Джазовые вечера с Банком БелВЭБ» [22], фестиваль дизайна Minsk Design Week [23].

Рассмотрим такой временный вариант организации третьего места, как основы формирования локального городского сообщества на примере реализации в Минске популярной европейской социальной инициативы Free market. На протяжении 2014 г. силами активистов было организовано шесть подобных инициатив, в которых приняли участие в общей сложности 15 тыс. горожан. По мнению организаторов данной инициативы, ее цель заключалась в том, чтобы «не только делиться вещами, но и развивать среди горожан взаимопомощь, солидарность, переосмысливать нужды и потребности» [24]. При этом имеется отличие инициативы Free market от проходивших ранее обычных бесплатных ярмарок. Во-первых, Free market организуется на большой общедоступной площадке (чаще всего сквер или школа), находящейся, как правило, в центре жилого района и предполагающей свободный доступ всех желающих. Во-вторых, помимо обмена вещами программа инициативы включает обмен бесплатными услугами (кулинарный и парикмахерский мастер-классы, уроки по бисероплетению и т. д.), а также различные образовательные мероприятия (кинопоказы, лекции, дискуссии, презентации).

Организаторы принципиально подчеркивают, что Free market – это не благотворительность, которая понимается как помощь более богатых соседей менее обеспеченным, что допускает нормальность социального расслоения и противоречит идее локального сообщества. Суть инициативы Free market – в попытке сформировать кол-

лективный дух и коллективную ответственность: через взаимопомощь, объединение усилий для достижения коллективно значимых целей, установление социальных связей, синхронизацию индивидуальных поведенческих практик и т. д., что и является основой локальных (в данном случае соседских) городских сообществ.

Следовательно, вышеперечисленные особенности позволяют инициативе Free market реализовать функции третьего места – смешение жителей района, предоставление нейтральной территории для непринужденного общения и последующего установления более широких социальных взаимосвязей между соседями, организацию межпоколенного досуга (такие мероприятия нередко посещают семьи в полном составе), а также естественную интеграцию в локальное сообщество пожилых людей. Особенно это актуально в условиях плотной застройки спальных районов большинства постсоветских городов, часто не предполагающей наличия в зоне шаговой доступности подходящей физической среды для реализации общественных коммуникаций.

Создание мест (place-making) и тактический урбанизм. Создание так называемых городских брендов (гениев места), своеобразных фирменных знаков города (интертекста, позволяющего всем жителям говорить на одном языке), дает возможность горожанам осознавать общие цели и задачи, формулировать взаимовыгодные решения, способствует профилактике конфликтов и разногласий, в силу чего выступает в роли одного из основных средств интеграции городских сообществ. «И такие свойства среды, как визуальный ландшафт и “дух места”, не менее важны, чем конструктивные особенности зданий, качество материалов и критерии достаточной насыщенности инфраструктуры» [25, с. 38]. Особенно эффективно данный механизм работает в случае, когда такие места создаются с нуля, когда горожане активно вовлекаются в процесс проектирования общественных пространств на всех стадиях, начиная от рождения идеи и заканчивая ее практическим воплощением.

Будучи конечными потребителями услуг, горожане обладают возможностью непосредственно контролировать качество городской среды, адаптировать ее характеристики в соответствии со своими потребностями и запросами. Юридически такая возможность предусмотрена¹, однако на практике она реализуется достаточно редко (за

¹ Согласно существующему Положению о порядке проведения общественных обсуждений в области архитектурной, градостроительной и строительной деятельности.

исключением каких-либо конфликтных ситуаций между жителями и представителями бизнеса, имеющими планы на уже обжитую дворовую территорию). Когда дело касается преобразования городской среды, горожане оказываются наименее активны в реализации собственных притязаний, «становятся буфером между интересами государства и бизнеса, не имея достаточных сил для того, чтобы повлиять ни на то, ни на другое» [26, с. 57], что в итоге ведет к искажению принципов и целей долговременного развития всего города. Только половина опрошенных студентов (52,4 %) чувствуют какую-либо ответственность за благоустройство и привлекательность своего города (в том числе и района). Между тем речь идет о наиболее молодой и потенциально активной возрастной группе (табл. 17).

Таблица 17

**Организационная и креативная функции
городского публичного пространства, %**

Утверждение	Насколько вы согласны				
	Полностью согласен	Скорее согласен	Скорее не согласен	Полностью не согласен	Трудно сказать
Я могу влиять на принятие управленческих решений, связанных с изменением города в целом и моего района в частности	2,2	6,8	26,2	50,0	14,8
Я могу преобразовывать (изменять, украшать, благоустраивать) территорию моего города (моего района проживания) по своему желанию	5,2	15,4	26,4	38,8	14,2
Я чувствую свою ответственность за благоустройство и привлекательность города (в том числе и своего района)	12,2	40,2	21,6	8,4	17,6

Локальной разновидностью создания мест является тактический урбанизм (DIY-урбанизм, самодельный урбанизм) – явление, которое возникло недавно (в 2010 г. в США под влиянием идей архитектора Майка Лайдона) и за короткий срок стало международным. В основе тактического урбанизма лежит так называемая теория малых

дел — представление о том, что локальные действия могут привести к глобальным переменам не только в городе, но и в обществе в целом. М. Лайдон определил тактический урбанизм как движение отвоения пространств наших городов с помощью действий, которые не занимают много времени, но имеют долгосрочную перспективу [27].

Задача тактического урбанизма — вовлекать горожан в преобразование городской среды доступными средствами, позволяя им ощутить собственную значимость, причастность к городской жизни, сформировать ответственное отношение к городу (не ждать инициативы сверху, а действовать здесь и сейчас). При таком подходе публичные места вырастают из уже существующего обжитого пространства, не разрушая его, а, напротив, ориентируясь на потребности живущих по соседству людей, превращаясь в инструмент формирования сильного местного сообщества, обретая выраженный социальный и культурный смысл.

Тактический урбанизм как механизм гармонизации городской среды позволяет:

- корректировать событийное наполнение городской жизни с учетом интересов и потребностей различных категорий горожан;
- создавать и поддерживать существование локальных сообществ;
- восстанавливать и развивать городские публичные пространства (в том числе вовлекая субъектов малого локального бизнеса);
- внедрять принцип «пространств-трансформеров» в городскую среду;
- улучшать жилые (спальные) районы;
- учиться формулировать коллективный запрос на изменение городской среды;
- сокращать дистанцию во взаимодействии жителей с администрацией города.

При грамотном использовании тактический урбанизм может стать значимым ресурсом развития не только городской среды, но и общества в целом, способным сформировать поколение горожан, равнодушных к жизни своей страны, умеющих направлять активность и энергию в конструктивное русло.

Вовлечение горожан в общественную жизнь напрямую влияет на формирование чувства ответственности за город, восприятие не только своего города, но и себя как его жителя. Проведенное исследование [28] показало, что в небольших населенных пунктах школьники чаще принимают участие в активных формах экологического оздоровления и благоустройства родного города (посадка деревьев, уборка

дворов в рамках субботников и т. д.). В то же время в Минске учащиеся чаще занимаются сборами денежных пожертвований на защиту окружающей среды, что является опосредованной формой социальной активности и не позволяет в полной мере ощутить значение собственного труда в преобразовании окружающего пространства (табл. 18).

Таблица 18

Распределение ответов школьников на вопрос: «В каких именно мероприятиях по экологическому оздоровлению и благоустройству родного города ты принимал участие?», % (2012)

Участие в мероприятии	Малый город	Областной центр	Столица
Озеленение и благоустройство (посадка деревьев, уборка улиц, парков, дворов и т. д.)	64,5	43,0	52,8
Участие в деятельности экологических движений и партий	17,1	7,0	17,8
Сбор денежных пожертвований на защиту окружающей среды	19,4	15,1	26,4

Источник: [28, с. 127].

Школьники, проживающие в небольших городах, чаще других интересуются историей родных мест, самостоятельно занимаясь поиском информации, а также более уверенно описывают преимущества родного города и определяют свое место в нем. Следовательно, стимулирование коллективных решений горожан по созданию и преобразованию публичного пространства (place-making) способствует усвоению определенных нормативных и поведенческих установок, таких как способность к самоорганизации, активность, инициативность, ответственность, стремление к самосовершенствованию через преобразование окружающей среды.

Особую актуальность механизмы создания мест и тактического урбанизма приобретают в случае, если речь идет о преодолении коммуникативных разрывов между представителями бизнеса и городских властей, о чем говорилось в предыдущих пунктах данной книги. Любые коммуникативные дисфункции оказывают негативное влияние на качество городской среды, однако наиболее болезненны барьеры в кооперации между представителями городских сообществ, бизнеса и власти. Следствием такой дезинтеграции являются спорные управленческие решения, ориентированные исключительно на

интересы бизнеса, влияющие на внешний архитектурный облик города (изменение генерального плана застройки, пренебрежение историческими памятниками, разрушение существующего архитектурного ансамбля), ухудшающие городскую инфраструктуру (строительство делового центра вместо детского сада или поликлиники), разрушающие экологию города (вырубка деревьев), общая апатичность и равнодушие к происходящему жителей города.

Необходимое условие любого взаимодействия (в том числе бизнеса и власти) — наличие универсально-значимой системы (интертекста), которая дает возможность индивидуального прочтения и широкой интерпретации, выступает коммуникативной базой для социокультурного проектирования и инноваций. Таким интертекстом в городском коммуникативном пространстве может стать образ (имидж) города. Современные тенденции интенсификации коммуникативного пространства города (развитие информационного пространства сети Интернет, мобильная телефония, доступность информации, развитие интерактивных форм общения и т. д.) повышают значимость его *символического образа (имиджа)*.

Наличие устойчивого, узнаваемого имиджа города способствует созданию благоприятного, целостного впечатления о нем, поддерживает связь исторического прошлого и современной культуры, порождает образ достижимого будущего, к которому можно двигаться, формирует особую духовно-ценностную атмосферу, дух города. Соответственно, создание брендов — своеобразных фирменных знаков города — акцентирует его привлекательность в глазах целевой аудитории, не только помогает ассоциировать город с положительными характеристиками, но и способствует его идентификации по ним (формирует единую городскую идентичность).

Иными словами, имидж города создает социально воображаемый контекст [29], который позволяет всем его жителям говорить на одном языке и становится одним из основных средств интеграции городских сообществ (представителей бизнеса и городской власти). Интеграция представителей бизнеса и городской власти в едином социальном контексте, обеспеченном устойчивым имиджем города, приведет к осознанию общих целей и задач, выработке взаимовыгодных решений, профилактике социальных конфликтов и разногласий (между жителями города, представителями власти и бизнеса), повышению толерантности представителей бизнеса и власти по отношению к культурному пространству других сообществ.

В качестве примера эффективного взаимодействия представителей бизнеса и городской власти приведем оказание популярными

модными брендами финансовой помощи для реставрации известных памятников архитектуры, которые после этого сохраняются в общественном пользовании, а не переходят в собственность меценатов. Так, в 2009 г. началась реставрация парижского Лувра под патронажем часового дома Breguet. В 2011 г. итальянская компания Tod's Group, производящая обувь, сумки и аксессуары, объявила о намерении вложить 25 млн евро в реставрацию Колизея и подписала соответствующее соглашение с администрацией города. В 2013 г. материальную поддержку реставрации здания Парижской Национальной школы изящных искусств оказала американская компания Ralph Lauren, а в 2014 г. итальянский модный дом Fendi решил восстановить за свой счет знаменитый фонтан Рима Треви [30]. Такие практики способствуют выстраиванию конструктивных взаимоотношений между бизнесом и властью, формируют благоприятный образ представителей бизнеса в глазах городских жителей, способствуют сохранению городского ландшафта и, самое главное, помогают чужакам интегрироваться в городское коммуникативное пространство, т. е. устранить коммуникативные разрывы.

Удачный белорусский пример, иллюстрирующий кооперацию представителей бизнеса и городской власти, — проект «Песочница» (фудкорт под открытым небом), появившийся в Минске в 2018 г. на территории завода «Горизонт» [31]. Помимо того что реализация указанной инициативы подарила городу новый уникальный бренд, интересное общественное пространство, подобные успешные примеры создания новых мест вдохновляют других представителей бизнеса проявлять активность и преобразовывать пустующие городские места.

Здесь стоит упомянуть идею социального капитала, который формируется в ходе реализации аналогичных проектов по преобразованию города. Подробно концепция социального капитала описана в классической работе американского исследователя Роберта Патнэма «Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии» [32]. Исследуя многолетние социально-экономические реформы в Италии, Р. Патнэм пытается найти причины существенных различий в эффективности данных реформ в промышленной северной Италии (экономически более развитой) и аграрной южной части страны. По его мнению, основанием проблемы неэффективности экономических реформ является специфика практик гражданской коммуникации в северной и южной частях Италии: если на севере столетиями укоренялась активность местных сообществ и их влияние

на процессы местного самоуправления, то на юге с его патриархальным укладом история гражданской коммуникации была совсем иной.

Р. Патнэм связывает в работе практику гражданской коммуникации, ее наработанность или «натренированность» у местного населения и властей с уровнем экономического благополучия и демократии в том или ином регионе. Подобная «натренированность» и отражает наличие *социального капитала* «как основного условия успешных и результативных преобразований — как касательно системы коммуникаций местного сообщества с властями, так и касательно любого из элементов реализации этой системы, включая и состояние коммуналных пространств» [33, с. 182].

Продолжая вслед за Р. Патнэмом развивать мысль о влиянии социального капитала (совокупности механизмов взаимного доверия представителей местного сообщества друг у другу, самих сообществ — к властям и властей — к сообществам), мы можем смоделировать универсальный подход к ускорению преобразований городских пространств. Даже с учетом отсутствия у населения постсоветских городов «натренированности» такого рода коммуникаций, но при условии взаимного интереса к преобразованиям у властей, бизнеса и гражданского общества в лице активистов и местных сообществ такие преобразования могут происходить очень быстро и быть весьма ощутимыми для всех вовлеченных сторон.

В разрезе трехсекторной модели коммуникации власти, бизнеса и гражданского общества это означает наличие серьезного ресурса для повышения качества городской среды: «И если для городских властей самоорганизация граждан — шанс на экономическую разгрузку, то для гражданского общества — это возможность повторной апроприации города и общественных пространств, возвращение их горожанам» [26, с. 37–38]. Роль бизнеса в названном взаимодействии не ограничивается финансированием, а предполагает участие равноправного партнера, способного обогатить, а иногда и спасти проект за счет своей профессиональной экспертизы. Рассматриваемые практики успешного взаимодействия бизнеса, власти и гражданского общества свидетельствуют, что понятие корпоративной социальной ответственности в Беларуси эволюционирует в сторону концепции общих ценностей (shared values) [34].

Таким образом, анализ городского коммуникативного пространства позволил определить наиболее существенные *коммуникативные факторы*, определяющие развитие городской среды:

1) отсутствие коммуникативных разрывов между бизнесом, городской властью и гражданским обществом. Это предполагает осознание всеми жителями своей включенности в городское сообщество, удобство пространства города для осуществления коммуникативных практик, наличие поводов для активизации коммуникации внутри городского сообщества;

2) наличие устойчивого символического образа (имиджа) города, который будет способствовать интеграции горожан, сохранению единой концепции развития города и оформления городской среды, осознанию общих целей и задач и выработке взаимовыгодных решений;

3) богатое событийное наполнение городской жизни. Возможности событийного менеджмента в данном случае выходят за пределы его коммерческого аспекта (развитие бренда, формирование и продвижение имиджа организации, привлечение потребителей и т. д.). Специальные события позволяют реализовать также другие цели и задачи: формирование общества, возрождение городов, культурное развитие, поощрение национальных особенностей и т. д.

При этом важнейшими коммуникативными факторами развития городской среды являются осознание всеми жителями своей включенности в городское сообщество, удобство пространства города для осуществления коммуникативных практик, наличие поводов для активизации коммуникации внутри городского сообщества. Этот процесс может занимать длительное время и сопровождаться большим количеством сложностей, однако позитивные эффекты в случае его успешной реализации оправдывают приложенные усилия.

Город, с нашей точки зрения, выступает площадкой, которая позволяет объединить разнонаправленные стремления власти и бизнеса за счет синергетического эффекта, проявляющегося в ходе интеграции потенциала бизнес-структур в экономические стратегии муниципального развития, что делает возможным поиск совместных частных и государственных интересов, а также запуск механизмов их практической реализации. В случае выхода кого-либо одного из них за рамки общей стратегии городского развития синергия пропадет, что потребует значительного увеличения затрачиваемых на развитие города сил и ресурсов. В формировании общего интереса решающую роль играют технологии межсекторной коммуникации, которые и есть ключ к освоению огромного ресурса для реализации не только урбанистических задач, но и социально-экономического развития современной Беларуси.

Библиографические ссылки

1. Современные коммуникативные науки: социальные практики как совместность слова. М. : ЛЕНАНД, 2014. 200 с.
2. *Пичугина О. А.* Урбанистическое пространство в коммуникативной оптике [Электронный ресурс] // Медиа. Информация. Коммуникация. 2017. № 21. URL: <http://mic.org.ru/new/645-urbanisticheskoe-prostranstvo-v-kommunikativnoj-optike> (дата обращения: 03.12.2019).
3. *Зиммель Г.* Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3/4 (34). С. 23–34.
4. *Вирт Л.* Урбанизм как образ жизни // Избранные работы по социологии. М. : ИНИОН РАН, 2005. 244 с.
5. *Бауман З.* Текучая современность. СПб. : Питер, 2008. 240 с.
6. *Lofland L. H.* The Public Realm: Exploring the City's Quintessential Social Territory. New Brunswick, London : Transaction Publishers, 2009. 305 p.
7. *Мусьеэдов А.* Город как культурная форма // Социол. обозрение. 2013. Т. 12, № 3. С. 121–136.
8. *Mumford L.* The Culture of Cities. Harvest Book, 1970. 640 p.
9. *Романова М. Д.* Социальные аспекты публичных пространств советских и постсоветских городов // Соц. и гуманитар. науки: теория и практика. 2018. № 1 (2). С. 484–489.
10. *Чернявская О. С.* Социальное пространство: обзор теоретических интерпретаций // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2008. № 5. С. 329–335.
11. Теоретическая социология : антология : в 2 ч. М. : Ун-т, 2002. Ч. 1. 424 с.
12. *Парк Р.* Город как социальная лаборатория // Социол. обозрение. 2002. Т. 2, № 3. С. 3–12.
13. *Вахштайн В.* Производство сообществ: событие, язык, коммуникация // 60 параллель. 2011. № 2. С. 72–81.
14. *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М. : Канон-пресс-Ц : Кучково поле, 2001. 288 с.
15. *Желнина А.* «Тусовка», креативность и право на город: городское публичное пространство России до и после протестной волны 2011–2012 годов // Stasis. 2014. Т. 2, № 1. С. 260–295.
16. *Титаренко Л. Г.* Типы экологического поведения: Homo ecologus vs. Homo consumer // Социологический альманах. 2015. Вып. 6. С. 105–115.
17. *Гройс Б.* Публичное пространство: от пустоты к парадоксу. М. : Stelka Press, 2012. 28 с.
18. *Паченков О.* Публичное пространство города перед лицом вызовов современности [Электронный ресурс] // Новое лит. обозрение. 2012. № 5 (117). URL: <http://www.nlobooks.ru/node/2638> (дата обращения: 12.09.2014).
19. *Castells M.* End of Millennium. Blackwell, 1998. 488 p.
20. *Лэндри Ч.* Креативный город : пер. с англ. М. : Классика-XXI, 2011. 399 с.

21. Классика сменила джаз: в Верхнем городе началась новая серия летних концертов [Электронный ресурс] // Минск-Новости. URL: <https://minsk-news.by/klassika-smenila-dzhaz-v-verhnem-gorode-nachalas-novaya-seriya-letnih-kontsertov> (дата обращения: 30.09.2020).

22. Духовой баттл и юный тромбонист: чем удивят «Джазовые вечера» в этом году [Электронный ресурс] // SPUTNIK Беларусь. URL: <https://sputnik.by/culture/20180613/1035989914/programma-jazzovyh-vecherov-minsk.html> (дата обращения: 20.01.2021).

23. Minsk Design Week 2018 стартовал в Минске [Электронный ресурс] // The Village Беларусь. URL: <https://www.the-village.me/village/city/news-city/267557-minsk-design-week> (дата обращения: 20.01.2021).

24. Организаторы минского Free Market'a: Это солидарность, а не благотворительность [Электронный ресурс] // Зеленый портал. URL: <http://green-belarus.info/articles/02-03-2015/organizatory-minskogo-free-marketa-eto-solidarnost-ne-blagotvoritelnost> (дата обращения: 14.06.2014).

25. *Пучков М. В.* Город и горожане. Общественные пространства как модератор поведения людей // Архитектон: изв. вузов. 2014. № 45. С. 34–44.

26. Urban commons. Городская совместность: за пределами государства и рынка / М. Делленбо [и др.]. М. : Новое лит. обозрение, 2020. 320 с.

27. *Лайдон М., Гарсия Э.* Тактический урбанизм: Краткосрочные действия – долгосрочные перемены. М. : Strelka Press, 2019. 304 с.

28. *Лебедева Е. В.* Дети и молодежь в современном городе: социологический анализ // Социология. 2013. № 2. С. 122–131.

29. *Сойя Э.* Как писать о городе с точки зрения пространства // Логос. 2008. № 3. С. 130–140.

30. *Лебедева Е. В.* Город как пространство взаимодействия бизнеса и власти: коммуникативный аспект // Технологии и модели GR в Беларуси и России: сравнительный анализ / под ред. В. В. Грибанова, И. В. Сидорской, Л. Г. Титаренко. Минск : БГУ, 2015. С. 111–118.

31. В июне на «Горизонте» откроется площадка с уличной едой от Gastrofest [Электронный ресурс] // The Village Беларусь. URL: <https://www.the-village.me/village/food/food-news/267781-ploschadka-ot-gastrofest> (дата обращения: 21.01.2021).

32. *Патнэм Р.* Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. М. : Ad Marginem, 1996. 286 с.

33. *Костицын Р. Н., Лебедева Е. В.* Факторы и механизмы создания дружественной городской среды на современном этапе // Дружественность городской среды. Возможности интерпретации и измерения, опыт создания / под общ. ред. Е. В. Лебедевой, А. Г. Филиповой. Минск : БГУ, 2020. С. 169–186.

34. *Porter M. E., Kramer M. R.* Creating Shared Value [Electronic resource] // Harvard Business Review. 2011. Jan.-Feb. URL: <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value> (date of access: 20.01.2021).

Глава 3

ПЕРСПЕКТИВЫ

ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

3.1. Структурно-функциональная модель городской среды

Переход от советской парадигмы городского развития к современной означает нечто большее, чем политические или экономические трансформации. В предыдущих главах книги было уделено много внимания анализу социальных последствий этого процесса. Однако наиболее заметное влияние смена эпох оказала на функциональную нагрузку городской среды. Например, функцию социализации и идентификации в советском городе играл общественный центр (на формальном уровне) и дворовая территория (на неформальном). Названные элементы городской среды отвечали за трансляцию доминирующих социальных и политических символов и ценностей, при этом влияние альтернативной (дворовой) публичной сферы было значительно сильнее, чем официального общественного центра города. В постсоветских же городах дворовая территория постепенно пришла в запустение. Этому способствовало, с одной стороны, появление разнообразных возможностей проведения досуга в центральной части города (прежде всего в многочисленных пространствах потребления), а с другой — ухудшение качества самих жилых дворов (преобладание высотной застройки, уплотнение устоявшихся районов, резкий рост числа автомобилей и т. д.).

В результате такие задачи советской городской среды, как формирование идентичности, трансляция идеологических ценностей, объ-

единение поколений и подобное, постепенно уходят в прошлое. При этом сильное местное самоуправление и устойчивый институт локальных сообществ, свойственный западноевропейским городам, не формируется (так как ни бывший советский центр, ни современные пространства потребления, ни опустевшие жилые дворы для этого не подходят). Нарастает атомизация, социальная сегрегация и индивидуализация публичного пространства. Его социальное (связующее) значение значительно ослабевает, а идеологический аспект городской среды постепенно заменяется гедонистическим: наиболее важными функциями публичного пространства становятся развлекательная и рекреативная (в довольно узком ее понимании – как возможность отдохнуть и расслабиться) [1]. Иными словами, можно говорить о дисфункциях городского развития.

Сложность подобных дисфункций заключается в том, что их крайне сложно исправить при помощи внешних (дизайнерских) решений по преобразованию городской среды. Согласно мнению В. О. Глазычева [2], в данном случае меняется лишь форма города, тогда как его сущность остается прежней. «В результате вместо решения реальных проблем, вместо проектирования шага ближайшего развития конкретного города предлагаются образцы дизайнерских и транспортных решений, которые стали итогом развития западных городов» [3]. Начинать же нужно не с городской среды, а с человека – социальное проектирование должно предшествовать градостроительному.

Решить поставленную задачу можно при помощи построения функциональной матрицы городской среды.

Культурное удовлетворение первичных потребностей налагает вторичные, или производные, императивы [4, с. 24]. По аналогии можно предположить, что существуют базовые функции городской среды, являющиеся исключительно важными для поддержания жизнедеятельности города как единого целого, а также вторичные (производные от базовых), выполнение которых позволяет судить о развитии города, качестве городской среды, а также о ее дружелюбности.

Исходя из этого, иерархию функций городской среды можно представить следующим образом (рис. 6).



Рис. 6. Социальные функции городской среды

Под функцией в данном случае мы понимаем определенное действие, направленное на удовлетворение каких-либо потребностей. Например, предоставляя возможность индивидам объединяться, городская среда удовлетворяет потребность в безопасности, зависимости и любви. Восстанавливающие способности городской среды позволяют реализовать потребность в самосохранении, развивающие — в познании и самоактуализации и т. д. Рассмотрим содержательное наполнение каждой функции более подробно.

Объединение. Одна из важнейших функций городской среды, то, что делает город городом, способствует формированию горожанина — не абстрактного городского обитателя, а активного социального субъекта, обладающего городским сознанием и идентичностью, осознающего свою значимость, сопричастность к происходящим в городе процессам, способного взять на себя ответственность за свое будущее. Объединяясь, горожане получают возможность создавать новые идеи и смыслы, персонализировать город в соответствии с собственными ценностями и идеалами, формировать прочные социальные связи, которые затем придают им чувство безопасности, уверенности в поддержке своего города в случае наступления кризисных ситуаций. Иными словами, объединение характеризует процессы конструирования городской социальности. Реализация коммуникативной функции иллюстрирует, какие именно отношения преобладают в данном городе (или определенном его участке) — кооперация, основанная на доверии горожан друг к другу, уважение к различиям, поддержка нуждающихся или, наоборот, конкуренция, стремление захватить ограниченные ресурсы, борьба за место под солнцем.

Наличие своего места в городе дает возможность горожанам устанавливать взаимоотношения в границах физически реальных групп, что особенно важно в условиях всеобщей виртуализации пространства. Такую задачу в городской среде обычно выполняют общественные места досуговой сферы, но только в том случае, если в них заложен ресурс формирования сообщества (социальность). Результаты исследования (см. прил. 1) отразили две полярные позиции, характеризующие социальность публичного пространства. 33,0 % опрошенных студентов отметили, что, посещая третьи места, они общаются преимущественно со своими друзьями и не устанавливают новых контактов. В таком случае публичное пространство обладает крайне низким потенциалом для формирования социальности, не стимулирует возникновение культуры общения и взаимодействия людей, социальной корректности (*civility*), которая конституирует

общественную сферу и городскую среду [5, с. 299]. Примерно такое же количество опрошенных (30,2 %) склоняется к противоположной позиции, указывает, что не видит каких-либо барьеров между другими людьми в своем привычном месте проведения досуга и может свободно общаться на равных со всеми. В такой интерпретации публичное пространство максимально приближено к концепции «третье место как сцена для социального действия».

Оставшееся многообразие социальных практик распределяется между двумя вышеперечисленными крайними точками, преимущественно стремясь к первой (третье место как закрытый клуб). Только 13,9 % опрошенных согласились с тем, что их обычное место проведения свободного времени дает возможность новому человеку влиться в общую компанию. Еще примерно столько же студентов (12,3 %) отметили, что познакомились в своем месте с новыми друзьями и единомышленниками. Для сравнения: 72,7 % респондентов посещают третье место, чтобы пообщаться исключительно со своими друзьями, и только 33,3 % рассчитывают на новые знакомства.

Как видим, коммуникативная функция публичного пространства (социальное смешение) реализуется лишь в ряде случаев, тогда как общая тенденция говорит о его фактической сегрегации и индивидуализации (табл. 19).

Таблица 19

Коммуникативная функция городского публичного пространства

Утверждения, характеризующие социальное взаимодействие в границах публичного пространства	%
Когда я посещаю свое любимое место в компании друзей, то общаюсь преимущественно с ними и не завожу новых знакомств	33,0
В нашем месте мы все общаемся на равных, я не чувствую каких-либо барьеров между посетителями	30,2
Посещение моего любимого места – отличная возможность завести новые знакомства, встретиться с интересными людьми, найти единомышленников	19,1
Я не могу сказать, что в моем месте есть какая-то устойчивая компания, там все время находятся разные люди, большинство из которых мне не знакомы	14,3
В месте, где я обычно провожу свое свободное время, есть свои неформальные лидеры	13,9

Утверждения, характеризующие социальное взаимодействие в границах публичного пространства	%
Люди, с которыми я познакомился в моем месте, стали моими друзьями и в других сферах жизни (я также встречаюсь с ними за пределами этого места)	12,3
В нашем месте есть свои герои, неформальные лидеры, которые иногда выступают как организаторы для всей компании	9,3

Для того чтобы детально рассмотреть практическую реализацию функции объединения, обратимся к результатам экспертных интервью. Тексты интервью (см. прил. 3) позволили выделить смысловое содержание функции объединения. По мнению экспертов, она состоит из трех ключевых компонентов:

1) отсутствие значимых физических, психологических и социальных барьеров, препятствующих установлению контактов между горожанами («Ты смотришь на людей, люди на тебя смотрят, формируется ощущение, что ты не одинок, что ты часть чего-то большого»¹, «Городу нужны территории, подконтрольные взгляду транзитных людей», «Важно иметь возможность устанавливать контакты друг с другом. Когда контакты налажены, будет и совместная активность, но контакт тут первичен»);

2) презумпция доверия как основа городской жизни («Если между горожанами нет доверия, если все друг друга боятся, то и взаимодействия тоже не будет»);

3) наличие практики бесконфликтного совместного использования одной и той же городской территории («Трансформируемость, вариативность территории — когда она не занята постоянно какой-то определенной группой, а меняется, подстраивается под нужды и запросы разных людей», «Территория должна адаптироваться под различные мероприятия, тогда можно сказать, что она подходит для всех»).

На основе выделенных компонентов функция объединения может быть разделена на три подфункции:

- коммуникативную;
- социально-инклюзивную;
- организационно-креативную.

¹ Здесь и до конца пункта 3.1 курсивом выделены цитаты из экспертных интервью.

Коммуникативная подфункция характеризует влияние различных элементов городской среды на интенсивность, структуру и содержание городских социальных интеракций. Данная подфункция позволяет судить о преимущественной направленности взаимодействия горожан друг с другом (преобладание кооперации или конкуренции), об их включенности в жизнь локальных сообществ, общем уровне доверия горожан друг к другу, о наличии определенной территориальной идентичности. О. С. Чернявская говорит, что «использование города как единого коммуникативного пространства формирует условия возникновения и поддержания городского сообщества как территориальной общности, что придает ему огромное значение с точки зрения включенности в пространство города, а также самоидентификации горожан» [6, с. 25].

По мнению экспертов, реализация коммуникативной подфункции городской среды предполагает:

1) осознание общности интересов группы как повода коммуникации (*«Горожанам надо быть внимательнее друг к другу, проявлять больше интереса к жизни своих соседей»*);

2) организацию физического пространства, подходящего для коммуникации (*«адекватный человеку масштаб застройки, наличие объектов обслуживания, возможность укрыться в плохую погоду»*);

3) внешнее структурирование взаимодействия посредством формулировки его задач (*«должны быть условия для развития свободных сообществ клубного типа, без регистрации общественного объединения»*).

Социально-инклюзивная подфункция характеризует степень открытости городской среды для всех категорий горожан независимо от их демографических характеристик, материальных возможностей, национальной и конфессиональной принадлежности, а также для индивидов, имеющих особые потребности и/или находящихся в особой ситуации.

Проблема инклюзии остается довольно острой для большинства постсоветских городов, особенно если речь идет о наиболее уязвимых социальных группах (дети, подростки, пожилые люди, лица с инвалидностью). По данным на 2012 г., всего 34,0 % опрошенных школьников Минска отметили, что игровые площадки в городе подходят для детей с особенностями физического развития. За пределами белорусской столицы ситуация еще хуже: с вышеуказанным утверждением согласились 21,6 % школьников малых городов и 16,2 % – областных центров [7, с. 131]. Помимо сложностей с мобильностью, можно обозначить и такую проблему инклюзивной городской среды, как недо-

статочное развитие толерантного отношения к людям, непохожим на других (национальные, религиозные меньшинства, люди с особенностями психофизического развития и т. д.), в качестве важнейшего маркера дружелюбности городской среды. По результатам опроса чуть менее 50 % учащихся в среднем по городам ответили, что в их социальном окружении (в школе, городе) все дети независимо от каких-либо отличительных особенностей пользуются уважением и защитой. Чуть хуже ситуация в областных городах, чуть лучше – в Минске (табл. 20).

Таблица 20

Оценка психологического комфорта социального окружения, %

Утверждение	Малый город	Областной центр	Столица
В моей школе все дети пользуются уважением и защитой независимо от расы, религии, национальности, культуры и физических особенностей	54,3	29,6	60,8
В моем городе все дети пользуются уважением и защитой независимо от расы, религии, национальности, культуры и физических особенностей	50,0	27,7	54,8

Источник: [7, с. 124].

Как результат, только 30 % опрошенных школьников чувствуют себя в безопасности на улицах своего города. Согласно исследованию улицы крупных городов представляются детям более опасными, в то время как учащиеся небольших населенных пунктов, напротив, чаще отмечают безопасность городской среды (табл. 21).

Таблица 21

Оценка безопасности городской среды (2012), %

Утверждение	Малый город	Областной центр	Столица
Я чувствую себя в безопасности, используя общественный транспорт	40,8	21,8	33,2
Я чувствую себя в безопасности, когда гуляю и катаюсь на велосипеде по городу	39,4	19,8	32,2

Источник: [7, с. 125].

Социальная инклюзия определяется как «совокупность процессов по обеспечению равных прав, возможностей и шансов индивидов / социальных групп на доступ к ресурсам, полноценную жизнь и участие в жизни общества вне зависимости от гендерных, возрастных, социально-статусных, образовательных, национальных, профессиональных, медицинских и иных идентификационных признаков и особенностей» [8, с. 47]. В этом смысле инклюзивный город нацелен на преодоление различных проявлений маргинализации, изоляции, джентрификации и неравенства в самом широком смысле слова. Однако в прикладных исследованиях городской среды под инклюзией обычно понимается исключительно доступность базовых городских ресурсов (как правило, для людей с ограниченной мобильностью). Современные же социологические концепции трактуют данный термин значительно шире.

Социально-инклюзивный потенциал города понимается как способность городской среды формировать определенную городскую идентичность [9], обеспечивать возможность коммуникации между разнородными индивидами и группами [6], развивать у горожан толерантность, терпимость, межкультурную компетентность. Несмотря на разностороннюю направленность, большинство существующих определений характеризуют лишь внешнюю сторону инклюзии (как заданное свойство городской среды, ее видимые качества, делающие город доступным для большинства — город для всех) и ничего не говорят об инклюзии внутренней, субъективном восприятии доступности городской среды, возможности реализовать свое право на город (город для меня).

Содержание социально-инклюзивной подфункции публичного пространства заключается в том, что оно препятствует выпадению за рамки отдельных социальных групп (пожилые люди, национальные и религиозные меньшинства и т. д.), давая им возможность активно участвовать в городской жизни, реализовывать свое право на город наравне с типичными горожанами.

Р. Ольденбург описывает данную подфункцию как способность организовывать совместное проведение досуга взрослых и молодежи, интегрировать в локальное сообщество пожилых людей, что способствует снижению враждебности и недопонимания между поколениями, позволяет уменьшить степень отчуждения взрослых от молодежи, а также снизить уровень подросткового насилия [10].

В любом достаточно крупном городе стихийно формируются множественные публики, присваивающие (оборудующие под себя)

публичное пространство (пожилые люди, молодые мамы, подростки, представители различных субкультур и пр.). При этом они в лучшем случае не пересекаются друг с другом, а в худшем — начинают конфликтовать за ограниченное место под солнцем. Чем многочисленнее город, тем чаще и острее становятся подобные конфликты. Интегрированное и интерактивное публичное пространство позволяет сокращать дистанцию между разнообразными группами горожан, снижая тем самым общий уровень напряженности во взаимоотношениях между ними. Однако описание публичного пространства Минска, предложенное студентами, показало, что его социально-инклюзивная подфункция фактически не выполняется. Менее 15 % респондентов отметили, что в их привычном месте проведения свободного времени существует возможность общаться с людьми, непохожими на них (по профессии, национальности, религии, возрасту и т. д.) (табл. 22).

Таблица 22

Социально-инклюзивная подфункция городского публичного пространства

Утверждения, характеризующие социальное взаимодействие в границах публичного пространства	%
В нашем месте я могу общаться и находить общий язык с людьми, непохожими на меня (по профессии, национальности, религии)	13,9
В нашем месте я могу проводить свободное время с людьми разных поколений, людьми гораздо старше меня	10,5

Для того чтобы провести границу между категориями «город для всех» и «город для меня», городская среда должна быть представлена как жизненный мир. Подобная редукция видится вполне оправданной, поскольку Альфред Шюц напрямую сравнивает жизненный мир с городом. По аналогии с городом жизненный мир находится в тесном сосуществовании с объективной физической реальностью (природным миром), кроме того, восприятие как города, так и жизненного мира отталкивается от определенного центра — нулевой точки координат (например, от главной городской площади или собственного дома). Любое ориентирование в городе происходит в зависимости от выбранной точки центра («далеко от главной площади», «далеко от моего дома»), как и ориентирование в жизненном мире осуществляется в зависимости от значимого центра (человеческого «Я»): «Каждый из нас... оказывается в центре окружающего его социального космо-

са» [11, с. 75]. Учитывая понимание жизненного мира как синтеза «деятельности людей, поведения и условий, в которых оно реализуется» [12, с. 7], мира «не только рациональности, но и чувственных и эмоциональных оценок, выраженных в вербальном и/или поведенческом отношении к происходящей действительности» [12, с. 8], на эмпирическом этапе исследования категория «инклюзивный город» была заменена на категорию «дружественный город»¹. Вопросы информантов можно условно объединить в две большие группы: «Что такое дружественный/недружественный город — в целом и для меня лично?» и «Что нужно делать для того, чтобы города были дружественными — всем в целом и мне лично?». Соответственно, интерпретация полученных ответов сводилась к реконструкции смыслового наполнения двух плоскостей жизненного мира горожанина — «как я ощущаю инклюзивный город» и «как я создаю инклюзивный город».

Тексты интервью позволили обозначить три ключевых смысла городской инклюзии:

- социальная безопасность — отсутствие страха или неприязни к незнакомцам и/или людям, внешне отличающимся от большинства² («Нужно относиться к ограничениям других людей достойно, не проявляя агрессии или неудовольствия, не смотреть на них с жалостью, а воспринимать как равных»);
- свободная мобильность — удобство и безопасность перемещения по городу, возможность полноценно пользоваться его инфраструктурой (мобильность оценивается по трем направлениям: пешеходная доступность городской среды, возможность удобно, быстро и безопасно перемещаться по городу на личном или общественном транспорте, простота навигации на городских улицах);
- вариативность территории (внедрение принципа «пространств-трансформеров») — возможность параллельного или последовательного использования городской территории разными социальными группами, разнонаправленное событийное наполнение одной и той же территории («Кто-то любит быстро двигаться, а кому-то надо сесть передохнуть под деревом каждые несколько ми-

¹ Понятие «дружественность» придает эмоциональную окраску формальному термину «инклюзивность», позволяет «очеловечить» образ города (город как мой друг).

² Нередко боязнь незнакомцев появляется еще в детстве. Проведенные исследования [13] показывают, что детей на городских улицах больше всего пугают другие люди. В зарубежных работах этот страх получил название *danger-stranger*.

нут пути, город должен уметь подстроиться под каждого», «Никакая территория не должна быть постоянно занята одной и той же группой, она должна меняться и адаптироваться под интересы разных людей, под разные события»).

Важно, чтобы значимые городские места не были постоянно «присвоены» какой-либо одной социальной группой, а параллельно или последовательно использовались всеми горожанами (*«Пространство не должно быть занято одной группой постоянно, оно должно меняться, подстраиваться под разных людей»*). В противном случае инклюзивность городской среды будет формальной (*«Построили пандусы, а куда по ним подниматься — не продумали»*).

Дисфункциями социальной инклюзии будут выступать следующие признаки:

- ограниченные возможности для свободной мобильности — барьеры и препятствия, затрудненное самостоятельное передвижение маломобильных горожан (*«эти ужасные ступеньки», «подземный переход — это просто катастрофа», «метро у нас крайне недружественный транспорт для людей с детскими колясками»*); сложности с навигацией (*«невозможно что-либо найти, сориентироваться, даже если знаешь адрес»*); неэффективная работа системы общественного транспорта (*«без машины никак не добраться»*);

- упадок городского публичного пространства, его запустение, отсутствие возможности проводить досуг в границах городской среды (*«после окончания рабочего дня улицы пустеют, все по домам сидят», «надо очень сильно напрячься, чтобы придумать, куда бы это сходить», «после работы пойти некуда, можно только у себя в квартире устроить праздник, а снаружи нет жизни никакой вообще»*);

- различные проявления сегрегации, боязнь чужака, настороженное отношение к представителям меньшинств, незнакомцам, людям, оказавшимся в сложной ситуации, преобладание конкуренции и борьбы за ресурсы (*«у прохожих ничего нельзя спросить, они сразу же от тебя шарахаются», «общество боится присутствия на виду других, непохожих на большинство», «кто сильнее и быстрее — тот и прав, тот и в выигрыше»*);

- пассивная толерантность, концентрация на частных проблемах и равнодушие к общегородским, отсутствие участия и сопереживания (*«каждый живет в своей квартире, в своем собственном обособленном мире, и ему дела нет до общих проблем города», «дорогу спросить не у кого, никто не поможет», «ребенок попал в трудную ситуацию на улице — колесо велосипеда застряло в канализационной решетке — взрослые мимо проходят, никто ничего не замечает»*);

- излишняя коммерциализация городского публичного пространства, когда оно становится не по карману для определенных (часто многочисленных) категорий горожан (*«все очень дорого, на выходных с детьми куда-либо выбраться проблематично», «в городе не хватает мест, в которых можно было бы круглый год проводить время бесплатно, ну или почти бесплатно»*), преобладание развлекательных функций городской среды, перекос в сторону потребительских практик (*«крупный торговый центр — это одно из главных мест для досуга в городе, подростки постоянно там тусуются», «люди практически не участвуют в организации городских событий, они в лучшем случае потребители — пришли, молча посмотрели, что-то купили и по домам разошлись»*);

- фактическая приватизация наиболее значимых городских мест какой-либо одной социальной группой, превращение города в совокупность закрытых клубов для избранных, к которым сложно присоединиться людям со стороны (*«я, вроде бы, могу туда попасть, но не пойду, зная, что там нет моих ровесников», «на детей и молодежь смотрят косо»*);

- жесткое и непродуманное зонирование городской территории, когда город как бы разрезает общество на части — с детьми и без, молодежь и старики, богатые и бедные (*«на детских площадках есть места, где бегать детям, но при этом негде посидеть родителям или бабушкам-дедушкам»*).

Организационно-креативная подфункция характеризует степень участия горожан в общественной жизни, в создании и преобразовании городских мест, а также общую активность городских локальных сообществ (*«когда горожане ощущают себя собственниками не только своей квартиры, но и своего дома, своего района, своего микропространства»*).

Организационно-креативная роль городской среды заключается в том, что она предлагает простые и доступные механизмы участия в городской жизни, преобразовании городской территории. Спектр таких механизмов может быть крайне широким — от непосредственного преобразования своего жилого двора (*«важно начинать еще в детстве — позволить ребенку клумбу свою посадить во дворе», «можно привлекать детей для преобразования городской территории с помощью конкурсов на лучший школьный двор»*) до участия в принятии решений, касающихся жизни всего города (*«если горожанам предлагают не один какой-то готовый проект, а несколько различных вариантов развития территории, если они могут сравнивать, обсуждать и голосовать, то у них формируется понимание того, почему приняты те или*

иные решения, более того, они чувствуют свою причастность к таким решениям»).

Системное и комплексное использование таких механизмов участия (place-making) является значимым фактором, определяющим социально-инклюзивный потенциал города, поскольку повышает способность горожан к самоорганизации, их активность и инициативность, стремление к самосовершенствованию через преобразование окружающей среды, формирует и закрепляет ценности ответственности и вовлеченности. В таких условиях инклюзивность становится общей задачей для каждого, а не абстрактным требованием к тому, кто сверху.

Городские события в данном случае выступают в роли площадок, активизирующих социальные контакты между горожанами, которые создают условия активной коммуникации и усиливают чувство включенности всех жителей в социальное пространство города. При этом у организационно-креативной подфункции городской среды есть определенный потенциал. Около 20 % опрошенных студентов (см. прил. 1) готовы самостоятельно заниматься организацией городских событий (праздники, фестивали, вечеринки) непосредственно в своем районе проживания, в которых можно было бы принимать участие совместно с соседями. Еще 38,3 % респондентов выразили желание посещать локальные районные мероприятия, но не заниматься их организацией. Только каждый третий студент отнесся к предложенной идее скептически и отметил, что особого интереса такие события у него не вызовут. Лишь 8,4 % студентов категорически отказались бы посещать районные городские праздники (табл. 23).

Таблица 23

Событийный ракурс городского публичного пространства

Вы бы хотели, чтобы в вашем районе проходили интересные события (праздники, фестивали, вечеринки), в которых можно было бы принимать участие вместе с соседями?	%
Да, и я мог бы выступить в качестве организатора (помочь с организацией) таких событий	19,4
Да, я буду их посещать, но организацией заниматься не хочу	38,3
Я могу сходить за компанию с друзьями, но особого интереса такие события у меня не вызовут	33,3
Нет, я не стану посещать такие мероприятия	8,4

Анкетный опрос показал, что публичное пространство описывается как неформальный организационный пункт, в котором довольно редко обсуждают интересные вопросы, реализуют новые проекты (26,4 % студентов). Только 18,6 % респондентов отметили, что в случае необходимости обсудить важный вопрос со своими друзьями или знакомыми они предпочитают сделать это в своем третьем месте. О наличии в привычном месте проведения свободного времени завсегдааев, неформальных лидеров, которые могли бы выступать в качестве организаторов для реализации какой-либо инициативы, сообщили 9,3 % опрошенных.

Важным аспектом реализации организационно-креативной подфункции является участие горожан (особенно тех, кого часто исключают из дискуссии, — детей и молодежи, женщин, пожилых людей и др.) в принятии решений, затрагивающих их интересы. В частности, дети должны иметь возможность высказаться, что нужно сделать для благоустройства своего двора, школы, района и при содействии взрослых осуществить свои проекты. К инструментам такого влияния относятся система школьного самоуправления, а также молодежные советы и парламенты при местных органах законодательной и исполнительной власти. С точки зрения представительства интересов детей и молодежи в местных органах власти через участие в деятельности детско-молодежного совета/парламента лидерство прочно закрепилось за Минском, 78,6 % учащихся которого знают о существовании такой возможности участия в социальной жизни города.

В небольших городах ответы на вопрос о самоуправлении характеризовались значительным разбросом, но в среднем только каждый третий школьник слышал существовании такой формы социальной активности. В остальных городах основной формой участия детей в принятии важных для них решений остается система школьного управления — ее наличие подтвердили 73,0 % всех школьников, участвовавших в исследовании. Однако оценки ее эффективности различны — в некоторых городах дети соглашались, что такая система дает учащимся реальную возможность оказывать влияние на решение значимых для них вопросов, касающихся учебы, школьной и внешкольной жизни и т. д., в других относились к системе школьного самоуправления скептически. В Минске только 42,6 % школьников лично участвовали в работе системы школьного самоуправления, меньше всего пользовались такой возможностью учащиеся областных центров (16,8 %) [7].

Объединив полученные интерпретации в шкалу с полярными характеристиками, можно сконструировать пространство семантического дифференциала для эмпирической оценки степени инклюзивности городской среды (табл. 24).

Таблица 24

Признаки социально-инклюзивной городской среды

Положительное значение	Отрицательное значение
<ul style="list-style-type: none"> • Достаточное количество городских мест, подходящих для взаимодействия горожан друг с другом; • доступные возможности для свободной мобильности в границах городского публичного пространства (в том числе и маломобильных категорий граждан); • отсутствие страха или неприязни к незнакомцам и/или людям, внешне отличающимся от большинства, презумпция доверия как основа городской жизни; • осознание горожанами общности интересов как повода для взаимодействия, наличие механизмов внешнего структурирования такого взаимодействия; • вариативность территории, внедрение принципа «пространств-трансформеров», бесконфликтного совместного использования одной и той же городской территории; • доступные механизмы участия в городской жизни / преобразовании городской территории (как непосредственного, так и косвенного) 	<ul style="list-style-type: none"> • Упадок городского публичного пространства, его недостаточное развитие; • ограниченные возможности для свободной мобильности (наличие барьеров и препятствий, сложности с навигацией, неэффективная работа общественного транспорта); • сегрегация и изоляция, низкий уровень доверия горожан друг к другу, преобладание конкуренции и борьбы за ресурсы; • пассивная толерантность, отсутствие участия и сопереживания; • фактическая приватизация наиболее значимых городских мест какой-либо одной социальной группой, непродуманное зонирование городской территории; • коммерциализация городского публичного пространства, преобладание потребительских практик в структуре городского досуга

Восстановление. Функция восстановления характеризует наличие условий для максимального сохранения и воспроизводства человеческого капитала (биологическую, психологическую и социальную безопасность городской среды).

Восстановление (от лат. *recreatio* – ‘восстановление, отдых’) означает способ восстановления сил человека, израсходованных в про-

цессе труда. Традиционно под рекреативной функцией понимают возможность получить организованные и относительно безопасные способы разрядки, не нарушающие социальной стабильности (от естественных, таких как смех, плач, приступы гнева и пр., до специфических культурных и коллективных – участие в различных праздниках и фестивалях). Выполнение функции восстановления в контексте городской среды означает реализацию определенной модели самосохранительного поведения горожан¹, как правило передающуюся из поколения в поколение. Восстановление внешне наблюдаемо, отражает реальные действия по отношению к социально значимым объектам (в данном случае – к здоровью), реализует внутренние побуждения человека. Самосохранительное поведение имеет многослойный характер, его нельзя свести к конкретному уровню потребностей человека (например, только к физиологическим) или к желанию избежать опасностей. Оно также связано и с потребностью в самоуважении, любви, самореализации. Понимание внутреннего комфорта, гармоничное видение себя и своих отношений, внимание со стороны других, их признание, уважение – это все, что сознательно конструирует человек в процессе жизни, в том числе ради самосохранения.

В разрезе городской среды можно выделить несколько групп факторов, определяющих ее рекреационный потенциал.

1. Общепринятые стандарты здорового образа жизни, которые могут быть как высокими (направленными на сохранение биологического, психологического и социального здоровья), так и низкими (игнорирующими любую ответственность за сохранение здоровья). Усвоение названных стандартов напрямую связано с особенностями городского планирования (наличие и доступность зеленых зон, спортивных объектов, состояние пешеходной и велосипедной инфраструктуры), а также с преобладающими практиками организации досуга в границах городской среды (популярность тех или иных публичных мест или массовых мероприятий). Канадский урбанист Чарльз Монтгомери справедливо отметил: «Город – это образ жизни» [14, с. 13]. Именно он определяет то, как часто горожане занимаются спортом, ходят пешком, бывают на природе, где предпочитают проводить выходные.

¹ Под самосохранительным поведением в указанном контексте понимаются сознательные действия индивида по сохранению своего биологического, психологического и социального здоровья.

2. Качество жизни как восприятие индивидом своего положения в связи с собственными целями, ожиданиями, стандартами и интересами. Эмпирически качество жизни определяется через изучение степени удовлетворенности различными сферами общественной жизни (трудовая и досуговая деятельность, семейная обстановка, сфера быта, медицинское обслуживание, свое здоровье, культурное потребление). В городской среде качество жизни измеряется через восприятие, во-первых, экономической основы жизни города (наличие рабочих мест, источников пополнения городского бюджета, уровень доходов горожан и т. д.), во-вторых, состояния его социальной сферы (доступ к медицинским и образовательным услугам, возможности социальной защиты горожан, жилищные условия), в-третьих, событийного наполнения городской жизни (наличие разнообразных культурно-массовых мероприятий, ориентированных на потребности различных групп горожан).

3. Социально опосредованные представления о желаемой продолжительности жизни, которые определяют степень устойчивости стремления индивидов осуществлять самосохранительное поведение в течение всей жизни. В этом смысле рекреационный потенциал городской среды тесно связан с ее инклюзивностью, а именно с отсутствием эйджизма (тем, насколько люди старшего возраста видимы в городской среде, могут ли они полноценно использовать ее ресурсы, каково отношение общества к активному долголетию и т. д.).

Рекреативная подфункция городской среды описывает доступные возможности для сохранения и воспроизводства биологического, психического и социального здоровья горожанина.

Известно, что более интенсивный ритм жизни крупных городов оказывает влияние на психологическое самочувствие горожан – по результатам опроса дети, проживающие в больших городах, чаще подвержены стрессам, депрессиям, нервному напряжению и бессоннице – 34,3 % минских учащихся отметили у себя вышеперечисленные проблемы (в областных центрах – 32,0 %, в районных – 21,2 % опрошенных) [7, с. 126].

По мнению экспертов, реализация рекреативной подфункции включает:

- доступность инфраструктуры для занятий спортом и поддержания активного образа жизни («велодорожки», «спортивные площадки, до которых можно добраться без особых усилий», «уличные тренажеры для взрослых и для детей, чтобы можно было вместе заниматься»);

- экологическая безопасность городской среды, использование зеленых технологий («*дружественный город – это чистый воздух, вода, чистые улицы*»);
- возможность контакта с природой в границах города, равномерное распределение и ухоженный внешний вид зеленых насаждений («*быстрый доступ к большим зеленым территориям, где нет застройки и можно уйти в природу*»);
- отсутствие видимых форм отрицательной девиации, чувства угрозы, агрессии со стороны других горожан («*на улицах нет грубости, насилия, унижения, хамства*», «*нет пьяниц и других антисоциальных элементов*»);
- комфортная, человекоразмерная городская застройка («*город должен быть сомасштабен человеку, он не должен его подавлять*»).

В качестве отдельного элемента восстановления можно выделить **развлекательную подфункцию** городской среды, суть которой заключается в способности города вызывать положительные эмоции, ощущение радости и веселья, формировать у горожан вкус к жизни («*город должен приносить удовольствие*»). В экспертной интерпретации данная подфункция была представлена в двух ракурсах:

- как возможность для игры (наличие интересных детских площадок, игровых комплексов, развлекательных центров);
- как событийное наполнение города (массовые праздники, ярмарки, концерты под открытым небом, фестивали).

Рассмотрим названные ракурсы. Что касается игрового потенциала городской среды, то анализ детских площадок сквозь социологическую оптику обнаруживает ряд проблем. В частности, детские площадки Минска в исключительных случаях выполняют объединяющие, рекреативные и развивающие функции. Единственные критерии, которым соответствует большинство уличных игровых зон, – отсутствие ярко выраженных внешних дефектов, свободный доступ, а также относительная безопасность (при соблюдении шаблонных сценариев игры).

Детские игровые площадки, несмотря на свой яркий вид, значительно уступают в функциональности и новизне, часто не соответствуют потребностям детей различного возраста, не вписываются в окружающую среду и не содержат природных материалов. Как результат, игровые площадки фактически не способствуют реализации важнейших социальных функций городской среды (объединение, восстановление, развитие). Они не являются в полной мере «зелеными» и безопасными, не предполагают комфортного семейного досу-

га, не способствуют реализации творческого потенциала детей и не стимулируют активное взаимодействие со сверстниками (более того, скудное и однообразное игровое оборудование, особенно в старых жилых районах, часто выступает источником конфликта между детьми).

Отсутствие внимания к выделенным проблемам детских игровых площадок приводит к тому, что современные городские дети проводят все меньше времени на свежем воздухе. Вместо совместной подвижной игры на улице они предпочитают свою комнату, гаджеты и виртуальный мир. Помимо очевидного негативного влияния на здоровье и развитие самих детей, подобные тенденции губительны и для всего города, так как в будущем способны привести к формированию поколения горожан с отсутствующей территориальной идентичностью, абсолютно равнодушных к судьбе своей малой родины [7].

С развлекательной и рекреативной ролью городской среды дела обстоят значительно лучше. Исследование показало (см. прил. 1), что наиболее популярной задачей городского публичного пространства стала возможность сменить обстановку, расслабиться, снять напряжение, отвлечься от работы или учебы – так ответили 78,4 % опрошенных студентов. Третье место является источником психологического комфорта и безопасности для 48,6 % респондентов. Каждый четвертый представитель молодежи (24,5 %) приходит в свое место пообщаться с друзьями и знакомыми, когда сталкивается с проблемами или пребывает в плохом настроении. Кроме того, была обнаружена слабая взаимосвязь частоты посещения третьего места и социального самочувствия студентов – те, кто активно проводят свободное время в городе, чаще описывают себя как счастливого человека и в меньшей степени жалуются на плохое настроение (табл. 25).

Таблица 25

Рекреативная функция городского публичного пространства, %

Утверждение	Часто проводят время в городе		Редко проводят время в городе	
	Согласен	Не согласен	Согласен	Не согласен
Я чувствую себя счастливым человеком	90,8	9,2	81,2	18,8
У меня никогда не бывает плохого настроения (апатии, хандры, депрессии)	25,9	74,1	19,8	80,2

Не менее важную роль играет и развлекательный аспект публичного пространства — 58,8 % опрошенных студентов посещают третьи места для того, чтобы получить новые эмоции и впечатления. Около трети опрошенных (29,0 %) ищут возможность повеселиться, оторваться, закатить веселую вечеринку. Для сравнения: возможность ощутить себя жителем города, быть причастным к происходящим в городе событиям (ситуация, когда публичное пространство выступает одним из ресурсов формирования городской идентичности) привлекает только 14,5 % опрошенных студентов.

Развитие. Завершает перечень социальных функций городской среды функция развития как способность городской среды участвовать в приращении социального капитала. Городская среда выступает одним из мощных факторов социализации и культурной идентификации человека.

В. Л. Глазычев отмечал уникальную роль информационного поля города, которое определяет человека гораздо больше, чем прочитанная книга, поскольку город «читают» все, кто живет в нем [2]. По мнению А. Лефевра, преобразование городской территории неизбежно приводит к формированию новых социальных практик, меняя непосредственно личность горожанина [15].

С точки зрения реализации функции развития постсоветские города опираются на достаточно обширное советское наследие, в котором духовно-патриотическое воспитание гражданина значилось в перечне наиболее приоритетных задач (опустим содержательную оценку такого воспитания). Определенные эффекты данного периода сохраняются в белорусских городах и сегодня.

Привлекательность внешнего облика города получила высокие оценки со стороны учащихся. По результатам исследования около 57 % опрошенных в столице и в малых городах высоко оценивают наличие и состояние в их городе архитектурных и исторических достопримечательностей (в областных центрах эта цифра чуть ниже — 35,0 %). Привлекательность внешнего облика города (состояние городских улиц, памятников истории и культуры и т. д.) не связана с его размером: например, тройку наиболее благоустроенных городов, по мнению учащихся, составили Слуцк, Полоцк и Минск (именно в таком порядке). В малых городах, как и в столице, есть ухоженные исторические памятники, привлекательные архитектурные объекты [7]. Стоит отметить, что внешняя привлекательность городской территории способствует формированию чувства привязанности к малой родине — чем выше учащиеся оценивали состояние городских архитектурных и исторических достопримечательностей, тем больше по-

ложительных эпитетов, описывающих родной город, они приводили в соответствующем открытом вопросе анкеты.

В том, что касается получения дополнительного образования (различные кружки, секции, курсы, дополнительные занятия и пр.), организации культурного досуга (посещение театров, музеев, выставок и пр.), крупные города, несомненно, предоставляют своим жителям значительно больше возможностей. В ходе опроса маленькие минчане смогли назвать больше разнообразных возможностей дополнительного образования, доступных в их городе, в то время как учащиеся небольших городов чаще останавливались на 3–5 наиболее популярных вариантах (музыкальная школа, спортивные секции, дополнительные курсы по общеобразовательным предметам, хореографические кружки, режиссура — дополнительные курсы иностранных языков). Кроме того, учащиеся Минска чаще посещают дополнительные курсы и занимаются с репетиторами, ходят в музеи и театры, посещают выставки. По результатам опроса почти половина школьников небольших городов и областных центров (в среднем 46–49 %) отметили, что посещают театры и музеи очень редко или никогда, в то время как среди минских учащихся эта цифра оказалась практически вдвое меньше — 20,3 % [7].

Опираясь на тексты экспертных интервью, функцию развития можно разделить на культурно-образовательную и социализирующую подфункции.

Социализирующая подфункция описывает процесс так называемой городской социализации — освоения определенных социальных практик, включения в существующие системы ценностей, формирования навыков взаимодействия с другими горожанами по исторически сложившимся правилам («Ребенок видит, как он будет вести себя, когда станет подростком, подросток видит то, как ведет себя молодежь, молодежь — то, что они будут делать, когда станут родителями. Это непрерывный процесс передачи визуальных образов»). Иными словами, городская среда, используя такие инструменты, как язык, система символов, обычаев, поведенческих паттернов, способствует формированию и воспроизводству определенного типа личности горожанина. Исключительная важность процесса городской социализации заключается в способности повысить степень социального комфорта городской среды, так как «приспособление индивида к обществу, усвоение им последовательности повторяющихся явлений ведут к более адекватной реакции на характеристики среды, удобство общения со средой увеличивается, все больше элементов среды хабиитуализируются и становятся частью повседневности» [16, с. 216].

Реализация социализирующей подфункции городской среды означает:

- закрепление нормативных и поведенческих установок, способствующих поддержанию оптимального уровня социальной комфортности городской среды (*«люди не толкаются, не ругаются, не проявляют агрессии друг к другу»*);
- формирование круга социальных контактов и обогащение коммуникативных навыков (*«городу нужны места, где гуляют дружные семьи, вместе и с колясками молодые и возрастные пары с внуками, эти места связывают поколения»*, *«нужны тематические площадки, например в кафе, где могли бы собираться люди для того, чтобы пообщаться, найти знакомства по интересам»*);
- конструирование коллективной идентичности с привязкой к определенной территории (*«нужен гений места, что-то, к чему можно привязаться, чтоб отзвук в душе появился у жителя города»*).

Культурно-образовательная подфункция позволяет судить об имеющихся возможностях для культурно-образовательной деятельности в границах городской среды. Преобладание культурно-образовательной направленности городской среды способствует популяризации образования, формирует у горожан потребность приобщения к искусству, стремление к постоянному пополнению знаний через смешивание досуга и обучения и т. д. Если же в характере организации городского публичного пространства доминируют разнообразные места потребления (торговые центры, кафе, бары) и акцентируется его гедонистический аспект, это приводит к формированию субъективно-потребительского отношения к городу.

По мнению экспертов, наиболее актуальными проблемами городской культурно-образовательной сферы являются недостаточная эффективность существующей городской досуговой и образовательной инфраструктуры, ее экономическая недоступность горожанам (*«кружков платных в городе много появилось, но они далеко не всем по карману»*), а также преобладание пассивных или потребительских моделей проведения свободного времени (*«в наших городах нет культуры досуга в общественных пространствах»*, *«по выходным все дома сидят возле телевизора, детей сводить куда-то нет ни возможности, ни желания»*, *«люди не привыкли ходить в кино и не гуляют на набережной»*).

Исходя из этого, назовем основные направления реализации культурно-образовательной подфункции городской среды:

- создание культурно насыщенной городской среды как в территориальном, так и событийном ракурсе (*«важно сделать искусство привычным элементом городской повседневности, давать возможность*

проявлять себя тем же уличным художникам или музыкантам», «город наполнен деятельными сообществами», «необходимость создания сообществ и организации событий – творческих, игровых, спортивных, соревновательных»);

- популяризация неформального образования как привычной досуговой практики, системная поддержка культуры третьего места (*«нужно проводить увлекательные фестивали, организовывать квесты, которые не просто развлекают, а позволяют узнать что-то новое»*);

- соблюдение принципа территориальной близости культурно-образовательной инфраструктуры (*«нужно развивать досуговые учреждения там, куда мой ребенок может сам пойти»*).

Важное проявление культурно-образовательной функции городской среды – ее способность выступать в роли ресурса сохранения исторической памяти – «неотъемлемого элемента любого сообщества и его культуры... определяется в качестве основного механизма по сохранению, трансляции и воспроизводству прошлого социокультурного опыта городской жизни для конституирования бытия в настоящем» [17, с. 62]. Французский социолог, основоположник исследований исторической коллективной памяти Морис Хальбвакс также рассматривал город как одного из основных хранителей коллективной памяти [18]. Идея о существовании в рамках городской среды определенных локальных мест, связанных с исторической памятью и коллективной идентичностью, принадлежит французскому мыслителю Пьеру Нора [19]. Разделяя историю и память по своему функциональному назначению, где память – субъективно-эмоциональное свойство субъекта, а история – процесс интеллектуальной реконструкции прошлого, П. Нора ввел в исследовательский дискурс понятие «место памяти» – то, что объединяет людей в одно сообщество общими воспоминаниями, переживаниями, что поддерживает их и ориентирует на будущее [20]. Места памяти выражены в трех измерениях: материальном, символическом и функциональном. К числу мест памяти П. Нора относит: революцию, католиков и неверующих, Марсельезу, Пантеон (в Париже), столетие Вольтера и столетие Руссо, похороны Виктора Гюго, канцелярии и монастыри, «Картину географии Франции» Видаля де ла Бланша и т. д.

В современном городе также существуют подобные пространства, сочетающие функциональность и особую атмосферу, историческую память, доступную для «прочтения» каждому горожанину. «Сравнение города с книгой и с текстом банально и в рамках человеческой культуры старо как Гомер. Да, городская среда подобна письменности – строители и жители годами и столетиями пишут этот текст, читают

его, редактируют, меняют шрифты и форматы. Древние города похожи на бесконечные летописи, современные — на модный полиграфический или даже интернет-дизайн» [21].

Что касается Минска, то начиная с 2010-х гг. площадь Свободы и примыкающие к ней территории постепенно становятся центром городской социальной и культурной жизни, одним из самых оживленных и обитаемых публичных пространств. Летний музыкально-туристический сезон с мая по сентябрь превращает площадь в городскую сцену, ремесленную ярмарку, прогулочную зону. При этом площадь Свободы является скорее альтернативным, эмоционально-эстетическим центром городской жизни, в котором почти не слышен голос власти (в противовес более официальным и идеологически нагруженным Октябрьской площади и площади Независимости, никогда ранее не имевшим «рыночного» прошлого). Здесь накапливается и транслируется альтернативная историческая память, свободная от советской символики, здесь отчетливо видна европейская суть Минска (джазовые вечера, открытые кафе, уличные художники и выступления уличных музыкантов).

То, что в последние годы площадь Свободы уверенно лидирует по популярности как у минчан, так и у гостей столицы, возможно, говорит и о трансформационных процессах, происходящих в коллективной исторической памяти. Таким образом город как коммуникативное и социокультурное пространство, несмотря на свою кажущуюся внешнюю разнородность и хаотичность, накапливает и транслирует историческую память, которая «в совокупности с социальным контекстом приводит к трансформациям в его среде» [22, с. 55]. Наиболее активным ресурсом городской исторической памяти является рынок как идеальное публичное пространство, как ключевой узел социальной и культурной жизни города, как древняя агора, в символическом смысле сохранившаяся до наших дней.

Функциональная матрица городской среды. Устойчивость городской среды (ее гомеостаз) зависит от того, насколько точно учтены потребности горожанина как объекта воздействия городской среды. Исходной точкой выступает физическая пространственная организация города, которая создает особый тип социальных практик, утилизирующих и преобразующих его материальное тело. Согласно Э. Гидденсу, в повседневном взаимодействии индивиды руководствуются как дискурсивным (рассудочным, понятийным), так и практическим (нерефлексивным), возникающим в ответ на привычную ситуацию сознанием [23, с. 93–94]. Например, доступная городская среда способна сделать видимыми маломобильных горожан (люди

в инвалидных колясках, пожилого возраста, с грудными детьми и пр.). Их постоянное присутствие в границах публичного пространства становится привычным для всех, воспринимается как норма, снижает уровень нетерпимости (когда индивид комфортно чувствует себя исключительно в окружении похожих на него людей), способствует профилактике так называемого стереотипного дискриминационного мышления (установки на то, что те или иные действия подходят либо не подходят определенным людям), формирует ценности взаимоуважения и равенства.

Сформированные ценности, в свою очередь, поддерживают устойчивость городской среды, т. е. делают ее более комфортной и доступной, что становится возможным в силу способности акторов (в данном случае горожан) к рационализации и рефлексии своих действий. При этом горожанин не является пленником сложившихся социальных структур, поскольку жизненный мир постоянно создается и воссоздается индивидами в ходе их повседневного взаимодействия друг с другом, а также с окружающей средой, зависит от их сознания и интерпретаций [9]. Понимание индивидами социальной жизни приходит не только извне, через принятие общих культурных норм («как все делают»), но и может конструироваться изнутри, на основе собственной практической рациональности («как подсказывает интуиция»). Ж. Т. Тощенко со ссылкой на Г. Гарфинкеля называет это локальным производством общественного порядка [12]. Следовательно, горожанин – это не только потребитель городских благ и услуг, но и активный источник развития города.

Подобные примеры можно привести по отношению к каждой из функций (табл. 26).

Таблица 26

Функциональная матрица городской среды

Функция	Подфункция	Социальная потребность	Формируемая ценность
Объединение	Коммуникативная	Соединение разрозненных элементов в единое целое	Социальность
	Социально-инклюзивная	Сокращение дистанции	Взаимоуважение и равенство
	Организационно-креативная	Активность и участие	Ответственность

Функция	Подфункция	Социальная потребность	Формируемая ценность
Восстановление	Рекреативная	Биологическая, психологическая, социальная безопасность	Самосохранение
	Развлекательная	Радость, веселье, игра	Удовольствие
Развитие	Культурно-образовательная	Познание и самоактуализация	Самосовершенствование
	Социализирующая	Усвоение образцов поведения	Индивидуальность

Сопоставив описанные группы функций, выделим характерные черты постсоветской городской среды:

1) сохранение определенной советской специфики (преобладание в повседневном пространстве так называемой альтернативной публичной сферы, свободной от какого-либо внешнего контроля, – улицы, скверы, дворовые территории);

2) отчетливое проявление черт капиталистического города: пространствами привычного досуга для студенческой молодежи являются разнообразные места потребления (торговые центры, кафе, кинотеатры), на передний план выходит его гедонистический аспект (наиболее важные функции публичного пространства – развлекательная и рекреативная);

3) социальное (связующее) значение городского публичного пространства недостаточно развито и без внешней поддержки может вовсе исчезнуть. Такие задачи, как формирование территориальной идентичности, расширение круга социальных контактов, объединение поколений, набрали менее 20 % упоминаний; к чужим пространствам относятся места, обладающие максимальным потенциалом развития социального взаимодействия, формирования локальных сообществ. В подобной ситуации возможно дальнейшее нарастание социальной сегрегации и индивидуализации публичного пространства.

Полученные результаты исследования во многом подтвердили существующие гипотезы о доминировании субъективно-потребительского отношения к публичному пространству, которое постепенно утрачивает социальное наполнение, превращаясь из площадки

для взаимодействия в физическую среду обитания горожан, место, куда они приходят для потребления определенных благ. По мнению Ф. Фукуямы, «общество фрагментируется, превращаясь в толпу одиночек, которые сожалеют об утрате семейных ценностей, но не хотят лишиться свободы развода, хотят приветливых семейных магазинов, но дорожат низкими ценами и широким выбором в торговых центрах» [24, с. 130].

В. Л. Глазычев говорил: если общественное пространство пустое, значит, нет центра притяжения, следовательно, нет городского сообщества, а перед нами – поселение, агломерация, слобода, но не город (он даже выделял понятие «негород» – место, где общественное пространство существует, но взаимодействия в нем нет) [2]. Л. Мамфорд описывал похожее явление как Некрополь (мертвый город), город, в котором взаимодействия («диалог и перемешивание») не происходят (а часто и не приветствуются) [25]. В исследовании «Мертвые города» М. Дэвиса город предстает не как оплот цивилизации, а как хрупкое создание, подверженное социальным и природным катастрофам, нечто, способное исчезнуть намного быстрее, чем кажется людям [13].

Используя терминологию А. Лефевра, можно говорить о растущем дисбалансе между производством и потреблением городского публичного пространства, который и обуславливает многие негативные черты городской жизни (рост индивидуализма и безразличное отношение горожан друг к другу, потребительское отношение к городу, ослабление чувства личной ответственности и способности к общению, изоляция индивидов, утрата идентификации с городом и т. д.).

Использование структурного функционализма как методологической основы эмпирического измерения качества городской среды имеет ряд значительных преимуществ. Во-первых, позволяет оценить городскую среду в единстве материального и социального, преодолев ограничения урбанистических трактовок городских преобразований. Во-вторых, дает возможность рассматривать индивида не только как пассивного потребителя городских благ и услуг, но и как активный источник развития города, позволяя изучать дружественность городской среды как данность и агентов ее формирования и поддержания.

В-третьих, дает возможность изучать как внешнюю, управляемую, публичную сторону городской жизни, так и повседневное взаимодействие между горожанином и городской средой. Полученная функциональная матрица может стать основой построения универсальной системы принципов конструирования дружественной городской среды, а также критериев ее оценки.

Библиографический список

1. *Лебедева Е. В.* Публичное пространство постсоветского города: возможности для развития социальности и «кризис публичности» // Журн. социологии и соц. антропологии. 2017. Т. XX, № 1 (98). С. 74–92.
2. *Глазычев В. Л.* Урбанистика. М. : Европа, 2008. 220 с.
3. Почему общественные пространства в России – это имитация урбанистики [Электронный ресурс] // The Village. URL: <https://www.the-village.ru> (дата обращения: 30.11.2018).
4. *Батыгин Г. С.* Структурный функционализм Толкота Парсонса // Вестн. РУДН. 2003. № 4/5. С. 6–34.
5. *Сеннет Р.* Падение публичного человека. М. : Логос, 2002. 424 с.
6. *Чернявская О. С.* Город как коммуникативное пространство // Город меняющийся: траектория развития и культурные пространства : сб. ст. Пермь, 2011. С. 24–34.
7. *Лебедева Е. В.* Дети и молодежь в современном городе: социологический анализ // Социология. 2013. № 2. С. 122–131.
8. *Филинская Л. В., Морозова С. А.* Идентификационные стратегии белорусской молодежи и инклюзивная культура // Социология. 2016. № 2. С. 45–57.
9. *Евстифеев Р. В., Задорин И. В., Крупкин П. Л.* Городские локальные идентичности и потенциал политической солидаризации // Символическая политика : сб. науч. тр. М. : ИНИОН РАН, 2016. Вып. 4. С. 245–259.
10. *Ольденбург Р.* Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М. : Новое лит. обозрение, 2014. 456 с.
11. *Шюц А.* Избранное: Мир, светящийся смыслом. М. : РОССПЭН, 2004. 1056 с.
12. *Тощенко Ж. Т.* Жизненный мир и его смыслы // Социол. исслед. 2016. № 1. С. 6–17.
13. *Davis M.* Dead Cities: and Other Tales. New York : The New Press, 2002. 448 p.
14. *Монтгомери Ч.* Счастливый город. Как городское планирование меняет нашу жизнь. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2019. 368 с.
15. *Лефевр А.* Производство пространства. М. : Strelka Press, 2015. 432 с.
16. *Хачецуков З. М.* Социальный комфорт в контексте трансформационных процессов в структуре современной российской повседневности // Вестн. МГИМО. 2013. № 2. С. 214–219.
17. *Соломина И. Ю.* Влияние социальной памяти города на формирование туристского пространства Самары // Аспирант. вестн. Поволжья. 2013. № 3/4. С. 61–67.
18. *Хальбвакс М.* Коллективная и историческая память // Неприкоснов. запас. 2005. № 2/3. С. 8–27.
19. *Франция – память / П. Нора [и др.].* СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. 328 с.

20. *Лебедева Е. В., Шушунова Т. Н.* Городское публичное пространство как ресурс исторической памяти // Историческая память о Беларуси как фактор консолидации общества : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26–27 сент. 2019 г. / редкол.: Г. П. Коршунов (гл. ред.) [и др.] ; НАН Беларуси, Ин-т социологии НАН Беларуси. Минск : СУГАРТ, 2019. С. 152–155.

21. *Гатов В.* Город как сообщение [Электронный ресурс] // Ведомости. 2006. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2017/05/31/692236-gorodsoobschenie> (дата обращения: 15.05.2018).

22. *Николина Т. С.* Коммуникативная динамика городского пространства // Тр. БГТУ. Сер. 4. 2018. № 2. С. 50–55.

23. *Гидденс Э.* Устроение общества: очерк теории структуризации. М. : Акад. проект, 2003. 528 с.

24. *Фукуяма Ф.* Великий разрыв. М. : АСТ, 2008. 480 с.

25. *Mumford L.* The City in History: Its Origins, Its Transformations, and Its Prospects. MJF Books, 1997. 657 p.

3.2. Параметры и критерии оценки качества городской среды

Города всегда предоставляли своим жителям большое количество преимуществ: горожане, как правило, имели более высокий уровень доходов по сравнению с сельскими жителями, более широкие возможности для досуговой деятельности и образования, для обсуждения и решения возникающих проблем. Вместе с тем городская жизнь не лишена недостатков. Как образно отметил американский экономист Эдвард Глейзер в работе «Триумф города», «иногда асфальтовые городские дороги ведут в ад» [1, с. 12]. Горожане чаще, чем сельские жители, сталкиваются с преступностью и насилием, страдают от последствий плохой экологии, рискуют пострадать в дорожно-транспортном происшествии. Несколько десятилетий назад урбанизация представлялась как «важнейший инструмент использования социальных резервов, активизации человеческого фактора» [2, с. 6], а развитие городов происходило согласно детально разработанным градостроительным планам, которые в достаточной мере финансировались государством.

Современный город живет в совершенно других условиях. Преобразования часто осуществляются на основании разобщенных локальных решений, не всегда согласованных с существующими перспективными планами. Судьба проектов, связанных с развитием городской инфраструктуры, зависит от наличия должного финан-

сирования, что значительно тормозит, а то и вовсе замораживает их реализацию (особенно если речь идет о небольших городах). Все это приводит к возникновению ряда проблем, главной из которых является ухудшение условий жизни в городе (снижение качества городской среды), что, в свою очередь, приводит к интенсификации миграционных настроений горожан (вызывает желание как переехать в другой город, так и вовсе отказаться от статуса горожанина) или негативно сказывается на состоянии здоровья и социального самочувствия тех, кто не имеет возможности уехать.

Между тем городская среда — один из факторов конкуренции городов за человеческий капитал. Сегодня происходит переосмысление ключевых факторов, определяющих городское развитие — природные и материальные ресурсы постепенно отходят на второй план, тогда как роль человеческого фактора (высокий образовательный уровень горожан, их способность к сотрудничеству, инновационная активность, организаторские способности и пр.) растет [3]. Образно говоря, «города — это как электрические трансформаторы, они повышают напряжение, ускоряют обмен, они беспрестанно вершат жизнь людей» [4, с. 509].

Опыт эмпирического измерения качества городской среды: от плановых показателей к индивидуальным потребностям. Практика социальных исследований, сфокусированных на качестве городской среды, имеет давнюю историю. Еще в начале XX в. изучение условий городской жизни различных групп населения проводилось энтузиастами-любителями в Америке. Первым классическим примером можно считать социальное исследование городской инфраструктуры Лондона, предпринятое в 1888 г. реформатором Чарльзом Бутом. Возникнув на рубеже веков в Европе, в начале XX в. социологические исследования качества городской среды получили массовое распространение в США (например, изучение жилищных условий семей рабочих, мигрантов и этнических групп в Чикаго [5]; лонгитюдное исследование, проведенное в период с 1909 по 1914 г. командой Пола Келлога в Питсбурге, посвященное описанию образа и условий жизни, а также качества жилища рабочих в сталелитейной промышленности [6]; спрингфилдское обследование под руководством Шелби Харрисона, затрагивающее всю область социальной политики города: общественное здоровье, образование, социальные службы в их многочисленных видах [7]).

Отечественная история изучения качества городской среды также имеет достаточно долгую историю — первые работы по этой проблеме

датируются 1920-ми гг. (исследовательский интерес был обусловлен высокими темпами урбанизации и необходимостью в краткие сроки реализовать на практике озвученные новой властью принципы социалистического общежития). Уже тогда обозначились представления о системном характере городской среды, тесной взаимосвязи ее составных элементов, ее двойственной, субъектно-объектной природе, обладающей синергетическими свойствами: «...наука о городе рассматривает улицы, площади, рынки, способы сообщения и т. д. как части городского организма», «...не только описать город как красивую плоть, но и почувствовать как глубокую, живую душу» [8, с. 25]. Н. П. Анциферов одним из первых предложил рассматривать город как сложный социальный организм, представленный тремя структурами: анатомией (структура городского пространства), физиологией (функции города, социальный состав его населения) и психологией («душа» — пейзаж города, его историческая судьба, характер населения) [9, с. 17].

Наиболее широкое распространение исследования качества городской среды получили в работах представителей Чикагской школы, которые видели главную задачу социологии в содействии городским реформам. Роберт Парк впервые ввел в научный оборот термин «городская среда» [10] и в 1915 г. организовал первый в США центр городских исследований. Несколько десятилетий спустя усилиями Роберта Парка и Луиса Вирта эмпирические исследования городской среды систематизировались в отдельное методологическое направление. Однако до настоящего времени дружелюбность как качественная характеристика городской среды не имеет однозначно трактуемого определения и не существует четко определенных критериев дружелюбности (алгоритма, руководствуясь которым можно было бы группировать города по степени их дружелюбности). По словам Яна Гейла, известного датского архитектора и урбаниста, дружелюбный город (город для людей) должен быть «живым, безопасным, привлекательным, устойчивым и здоровым» [11, с. 6–7]. Чарльз Монтгомери, автор книги «Счастливый город», понимает дружелюбность городской среды через призму возможностей для свободной мобильности: «Что нужно человеку для счастья? Ему нужно движение, как птице небо» [12, с. 10].

Ричард Флорида, американский экономист, географ и социолог, тесно связывает дружелюбность городской среды с этапом жизненного цикла человека, полагая, что «нам стоит стремиться в места, которые соответствуют потребностям человека в конкретный пери-

од жизни» [13, с. 214]. Следуя его логике, каждый горожанин должен пройти сквозь «три больших переезда», если он желает оставаться счастливым: в возрасте 20–34 лет («молодые профессионалы без детей», находящиеся в поиске возможностей профессиональной самореализации, стремящиеся к расширению круга социальных контактов, нацеленные на поиск брачных партнеров), в возрасте 35–64 лет («семьи с детьми», которые стремятся к развитой инфраструктуре, хорошей экологии и безопасности) и в возрасте старше 65 лет («обитатели пустого гнезда», ищущие хорошее медицинское обслуживание, благоприятный климат и низкие налоги).

Классические советские социологические исследования проблем города оценивали дружественность городской среды с точки зрения накопленного общественного богатства города, которое «расширяет, обогащает и облегчает условия жизни и труда населения города» [2, с. 87]. При этом критерием оценки общественного богатства города должны быть не только показатели экономической эффективности основных производственных фондов города, но и степень их влияния на самих трудящихся. Иными словами, дружественный город характеризуется скорее не рентабельным градообразующим предприятием, а состоянием здоровья горожан, проживающих в районе данной фабрики или завода. Среди постсоветских работ, нацеленных на изучение качества городской среды, можно назвать исследование «Минчане в начале XXI века: социально-экономический и психологический портрет» [14]. Помимо общего описания демографического портрета, уровня жизни и ценностных ориентаций минчан, исследование раскрывало такие важные аспекты дружественной городской среды, как предпочитаемые способы организации городского досуга, удовлетворенность сферой услуг и работой системы общественного транспорта, оценка событийного наполнения городской жизни.

Несмотря на неоспоримую значимость вышеупомянутых авторских и коллективных исследований для понимания сути концепта «качество городской среды», вопрос о критериях дружественности городской среды, ее взаимосвязи с качеством жизни по-прежнему остается открытым. Ранее шла речь о возможных направлениях трактовки категории «городская среда» — через призму урбанистических, социально-психологических, управленческих, а также структурно-функциональных представлений о качестве городской среды. Целью данного пункта книги является попытка вывести понятие городской среды в плоскость эмпирического измерения, разработав систему критериев ее оценки.

Представления о качестве городской среды и в городской социологии, и в урбанистике довольно расплывчаты. Специалисты по городскому планированию опираются на утвержденные нормативы градостроительного проектирования (минимальные расчетные показатели обеспечения благоприятных условий жизнедеятельности человека — плотность жилищного фонда, наличие предприятий социального обслуживания, процент озелененной территории и т. д.). Однако, принимая решение о переезде в другой город, человек чаще опирается не на нормативные показатели, а на свои ощущения (комфорт, благополучие, хорошее самочувствие).

Определенные сдвиги в этом направлении есть: в «Стратегии социально-экономического развития Москвы на период до 2025 года» появилась идея уютного города, для которого характерны «максимальная близость к природе, соединение места работы и жительства, доступность ключевых транспортных коридоров, сохранение ландшафтов... разнообразное и динамичное использование территории» [15, с. 47]. Впрочем, четкого, операционального определения предложенный термин не имеет, критерии измерения «уютности» городской среды отсутствуют. Популярное словосочетание «комфортная городская среда», которое часто используется в текстах территориального или стратегического планирования, также довольно субъективно и не дает возможности однозначной эмпирической интерпретации (комфорт у каждого свой).

Отчасти названная проблема решена в российском индексе качества городской среды [16]. В нем анализируется шесть типов городских пространств (жилье, озелененные пространства, общественно-деловая инфраструктура, социально-досуговая инфраструктура, улично-дорожная сеть и общегородское пространство), каждый из которых оценивается по шести критериям (безопасность, комфорт, экологичность, идентичность и разнообразие, современность и актуальность, эффективность управления). На пересечении каждого типа пространства и критерия появляется индикатор (например, безопасность дорожной сети, которая оценивается как количество погибших в дорожно-транспортных происшествиях). Такой подход упрощает возможности эмпирических замеров городской среды, однако имеет ряд недостатков, один из которых — значительная сложность организации замеров. По этой причине основная информация для расчета индекса берется из открытых данных (статистика, показатели геоинформационных систем и т. д.), выводя за рамки непосредственных пользователей городской среды — горожан.

Российский философ Б. В. Сазонов полагает, что корень существующих проблем, связанных с качеством городской среды, заключается в несовпадении отраслевой структуры производства городских услуг и структуры индивидуальных потребностей горожанина. Повышение качества городской среды в практическом ракурсе чаще всего интерпретируется количественно – как уменьшение/увеличение каких-либо нормируемых параметров (например, увеличение площади зеленых насаждений). При этом нормативное соответствие или превышение нормативной обеспеченности горожан определенными ресурсами (например, озелененными территориями) может никак не влиять на субъективную оценку конкретного человека (если в пешей доступности от его дома отсутствуют благоустроенные зеленые массивы, выполняющие экологическую и рекреативную функции) [17].

Чтобы устранить указанное противоречие, высокое качество городской среды должно пониматься как возможность удовлетворения определенных потребностей индивида [18]. В связи с этим эмпирический анализ качества городской среды должен быть осуществлен в рамках структурно-функционального подхода, который рассматривает качество городской среды с позиции реализуемых функций и удовлетворения индивидуальных потребностей и, в отличие от отраслевого, дает возможность максимизировать субъективную полезность городских преобразований, поскольку вместо формального повышения количественных показателей концентрируется на реализуемых городской средой функциях.

Методологические границы эмпирического исследования качества городской среды. Как правило, поиск критериев оценки качества городской среды осуществлялся преимущественно в русле количественной социологии (через массовые опросы, анализ статистических показателей и пр.) и не увенчался особым успехом, поскольку «уровень и качество жизни, измеряемые в средних величинах, предполагают существование в условиях массового общества, когда все живут, потребляют, учатся и лечатся примерно одинаково» [19, с. 18]. Российский социолог Д. В. Иванов предлагает дополнить традиционные парадигмальные модели социального развития (уровень жизни, достигаемый через максимизацию производства и потребления, и качество жизни, достигаемое в соединении объема потребления и доступности социальных сервисов) перспективной – *наполненность жизни*, которая достигается соединением качества жизни и включенности, мобильности, креативности в сетях и потоках современного общества.

Учитывая неоднозначность интерпретации и операционализации категории «наполненность жизни» (которая, по нашему мнению, тесно связана с идеей дружелюбности городской среды, так как Д. В. Иванов полагает, что максимальную наполненность жизнь приобретает именно в условиях суперурбанизированных агломераций), считаем оправданной идею расширить стратегию поиска критериев дружелюбности городской среды за счет привлечения возможностей качественной социологии.

Уже на первом этапе становления городских исследований они характеризовались значительным разнообразием методов сбора эмпирической информации, в том числе и использованием так называемых «мягких, качественных техник (кейс-стади, включенное наблюдение, неформальные интервью, анализ документов)» [20, с. 253]. Сегодня изучение городской среды все чаще обращается к возможностям качественной социологии, особенно если предметом исследования выступают достаточно субъективные концепты, такие как культурное пространство, культурные границы и образы, городские сообщества и культурные группы.

Городская среда понимается как «пространство многомерных взаимодействий населения города как субъекта деятельности и носителя культуры с его архитектурно-территориальными условиями» [21, с. 94]. Городская среда — это не застывший, статичный мир, а живое, подвижное образование, бесконечное множество разнообразных и разнонаправленных взаимодействий и взаимоотношений индивидуальных акторов, протекающих во множестве постоянно меняющихся объективных условий. Одни и те же люди в различных ситуациях могут руководствоваться различными потребностями и преследовать различные цели. Это оказывает влияние и на ожидаемые ответные действия других, и на восприятие формируемого городского пространства¹. Вместе с тем городская среда обладает *способностью к самоорганизации* — любая ситуация взаимодействия всегда является частью целого, одновременно и влияет на среду, и подвергается влиянию среды (иначе бы город «распался» на миллионы отдельных атомов).

Качество городской среды, с нашей точки зрения, относится к амбивалентным явлениям, имеющим как объективную, так и субъек-

¹ Например, отношение к большому количеству людей, собравшихся на городском празднике, будет значительно различаться в зависимости от тех целей, которые преследует в данный момент времени каждый конкретный человек: получить доступ к ограниченным ресурсам или ощутить причастность к чему-то грандиозному, погрузиться во всеобщее веселье.

ективную природу: дружественный город представляется и как удобный, благоустроенный, красивый, и как приветливый, открытый, уютный. В связи с этим можно провести параллель между понятием «городская среда» и категорией «жизненный мир», предложенной Альфредом Шюцем. Подобная редукция представляется вполне оправданной, поскольку А. Шюц напрямую сравнивает жизненный мир с городом [22].

Важным аспектом жизненного мира, по мнению А. Шюца, является его интересубъективность [22] — он не просто существует как данность, как совокупность объективных условий и характеристик, а постоянно интерпретируется воспринимающим сознанием. По этой причине для одного индивида какое-либо свойство городской среды (например, многолюдность улицы) будет восприниматься положительно (как оживленная, живая, веселая улица), а для другого (или для того же индивида, но в другом состоянии) — отрицательно (как толпа, угроза, дискомфорт). Такая интерпретация городской среды всегда осуществляется на основе сформированного ранее опыта взаимодействия индивида с другими горожанами. При этом каждый человек в своей интерпретации руководствуется постулатом о том, что другие горожане воспринимают общие объекты, факты или события (в нашем случае многолюдную улицу) сходным образом («хорошо мне — хорошо и всем остальным»).

Указанное свойство жизненного мира делает возможным существование городской социальности как таковой (в противном случае горожане были бы вынуждены заново переосмысливать каждую новую ситуацию взаимодействия с другими в городе). Повторяющиеся акты интерпретации, совершаемые людьми, создают устойчивые смысловые связи, а те, в свою очередь, образуют типичные социальные ситуации (например, городской фестиваль). Подобные практики типизации упорядочивают социальную реальность города и придают ей доверительный характер [22]. Именно такое ощущение от города, доверие к тому, что происходит или может произойти в его границах, и следует понимать как дружественную городскую среду (или городскую среду высокого качества).

Эмпирическим материалом для нашего исследования стали тексты глубинных интервью (см. прил. 3). Отбор информантов осуществлялся с учетом имеющихся представлений о трех базовых функциях городской среды. Исходя из этого, были обозначены три сферы для рекрутинга респондентов: досуг и отдых, здоровье и безопасность, образование и развитие.

Представляется очевидным, что параметры оценки дружелюбности городской среды должны находиться в тесной взаимосвязи с ее социальными функциями. Так, наличие возможностей для свободной мобильности позволяет детям и подросткам без особого контроля со стороны взрослых перемещаться по городским улицам (ходить в школу, встречаться с друзьями, посещать различные кружки и клубы по интересам и т. д.), обеспечивает необходимые условия для свободной игры, формирует базовые навыки самостоятельности. В результате перечисленного создаются условия для реализации коммуникативной и организационно-креативной функции (дети и подростки имеют возможность общаться с ровесниками, создавать сообщества по интересам, планировать свое свободное время, самостоятельно ориентироваться в городе, формировать собственное жизненное пространство и т. д.). Подобные примеры можно привести и по отношению к любой возрастной группе.

Соединив представления об оптимальном функциональном наполнении городской среды с результатами экспертных интервью, выделим **общие направления (параметры) оценки дружелюбности городской среды:**

- 1) возможности для свободной мобильности;
- 2) специфика городского взаимодействия;
- 3) экология городской среды;
- 4) культурно-эстетическое наполнение городской среды (рис. 7).

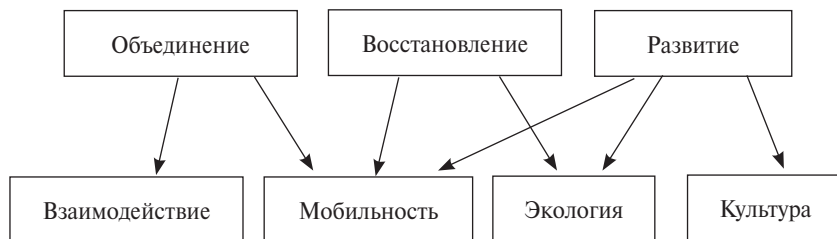


Рис. 7. Взаимосвязь параметров дружелюбности городской среды с ее функциями

Конкретной точкой эмпирического измерения может выступать **городская публичная сфера** (как своеобразная лакмусовая бумажка), анализ которой способен дать наглядную характеристику дружелюбности городской среды, учитывая как городские места (наличие и развитость общественных пространств), так и городские события (вовлеченность горожан в общественную жизнь) (рис. 8).

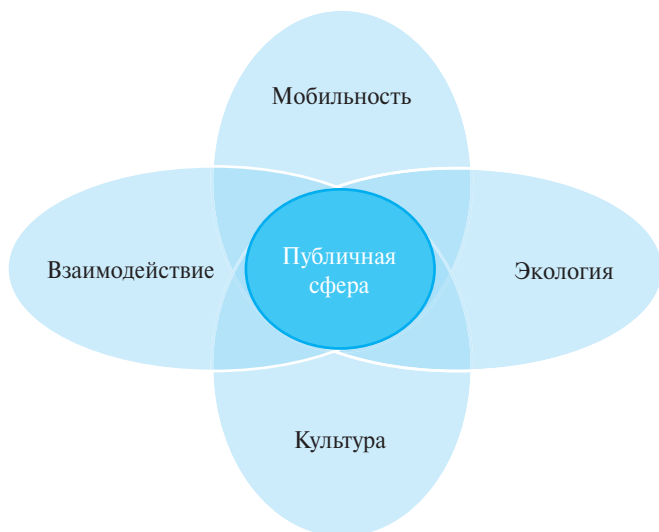


Рис. 8. Взаимовлияние параметров дружественной городской среды

Следующим шагом операционализации категории «дружественность городской среды» является выделение внутри каждого из параметров эмпирически измеряемых критериев. Вопросу разработки таких критериев уделяется много внимания в современной социологической литературе. Как правило, эмпирическое изучение качества городской среды фокусируется на показателях ее доступности и безопасности. В качестве интересного примера можно привести разработку четырех групп индикаторов дружественности городской среды по отношению к детям и подросткам:

- 1) изучение проблем, связанных с безопасностью детей и подростков на городских улицах;
- 2) изучение вопросов, касающихся свободной мобильности и независимости детей и подростков в городе;
- 3) изучение различных аспектов участия детей в жизни местных сообществ;
- 4) изучение возможностей для свободной игры в границах города [23, с. 29].

Существуют определенные требования к индикаторам измерения дружественности городской среды (SMART) [23, с. 33–34]. Они должны:

1) S (Simple) – быть достаточно простыми для того, чтобы легко интерпретироваться в любом социальном контексте;

2) M (Measurable) – быть статистически измеряемыми, сочетаться с другими критериями (составлять комплексные индексы). Кроме того, должна быть возможность проводить релевантные повторные измерения для того, чтобы отображать тенденции изменения городской среды с течением времени;

3) A (Accessible) – делать измерение городской среды доступным технически и экономически;

4) R (Relevant) – измерять фундаментальные характеристики городской среды, выделять ее ключевые акценты для того, чтобы давать возможность корректировать региональную политику;

5) T (Timely) – своевременно информировать о существующих и потенциальных проблемах городской среды.

Опираясь на данные требования, разложим основные параметры оценки дружелюбности городской среды (мобильность, взаимодействие, экология, культура и публичная сфера) на составные элементы – критерии оценки и возможные единицы измерения (табл. 27).

Сложность эмпирической оценки городской среды заключается в том, что в полной мере оценить дружелюбность города можно только при совмещении территориальных и пространственных критериев, т. е. объективных и субъективных.

Например, не всегда можно установить прямую зависимость между благоустроенностью жилого двора или городской улицы и субъективным ощущением комфорта и безопасности находящихся там горожан (парадоксально, но применительно к городской среде понятие «благоустроенный» не всегда означает комфортный). Так, большое количество новых (или обновленных), но однообразных и неинтересных игровых сооружений на детской площадке не будет способствовать свободной творческой игре и, вероятнее всего, не привлечет детей в это место. Городская улица, на которой есть удобные лавочки и ухоженные клумбы, но нет точек общественного притяжения (поводов остановиться и задержаться подольше), так и останется транзитной, в то время как бывшие заводские переулки, скрытые от посторонних глаз и разукрашенные граффити, имеют все шансы превратиться в настоящую Мекку для городских подростков.

Следовательно, критерии, предназначенные для оценки дружелюбности городской среды для детей и подростков, должны быть релевантны для замеров как физических характеристик городской территории, так и специфики социальной жизни, протекающей на ней.

Параметры и критерии оценки дружелюбности городской среды

Параметр оценки	Интерпретация	Критерий оценки	Возможные единицы измерения
Мобильность	Удобство и безопасность перемещения по городу, возможность полноценно пользоваться его инфраструктурой	Пешеходная доступность городской среды	<ul style="list-style-type: none"> Наличие широких и удобных пешеходных дорожек и тротуаров, их продуманность и непрерывность; безопасное пересечение пешеходных путей с автотранспортными и велосипедными; созданная в пешеходных зонах безбарьерная среда; наличие зеленых насаждений и разнообразных точек притяжения
		Транспортная доступность городской среды	<ul style="list-style-type: none"> Удобство перемещения по городу на общественном транспорте; удобство перемещения по городу на персональном транспорте (в том числе взятом на прокат); состояние велосипедной инфраструктуры
		Навигация	<ul style="list-style-type: none"> Наличие информации, позволяющей легко ориентироваться в городе; доступный формат такой информации, позволяющий самостоятельно перемещаться по городу детям, лицам с ограниченной мобильностью
Взаимодействие	Интенсивность и содержание взаимодействий, типичных для городской среды	Кооперация	<ul style="list-style-type: none"> Преобладание взаимопомощи, а не конкуренции (в том числе готовность оказывать помощь незнакомцам, оказавшимся в трудной ситуации);

			<ul style="list-style-type: none"> • достаточный уровень доверия горожан друг к другу (к соседям, жителям одного района, жителям одного города); • готовность совместными усилиями решать общие проблемы, сотрудничать, объединяться для решения общих задач
		Социальная инклюзия	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие дискриминации по любому признаку; • отсутствие страха или неприязни к незнакомцам и/или людям, внешне отличающимся от большинства; • доступные механизмы участия в городской жизни / преобразовании городской территории (как непосредственного, так и косвенного); • существование практики бесконфликтного соседского использования территории одной и той же городской территории
Экология	Биологическая, психологическая и социальная безопасность городской среды	Чистота городской территории	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие мусора на городских улицах; • отсутствие существенных источников загрязнений, экологической угрозы, хорошее качество воды, воздуха; • возможность контакта с природой в границах города
		Использование зеленых технологий и экологическое сознание горожан	<ul style="list-style-type: none"> • Наличие на городских улицах инфраструктуры для раздельного сбора мусора; • популярность у горожан практик осознанного использования природных ресурсов, осознанного потребления;

Параметр оценки	Интерпретация	Критерий оценки	Возможные единицы измерения
			<ul style="list-style-type: none"> • информационная и визуальная поддержка экологической модели поведения (наличие соответствующих информационных плакатов, использование возможностей экологического дизайна городской среды)
		Социальный комфорт и психологическая безопасность	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие на городских улицах видимых форм отрицательной девиации; • отсутствие чувства угрозы, агрессии со стороны других горожан
Культура	Культурно-эстетическая составляющая городской среды, возможность для нравственного, гуманистического и эстетического развития личности	Эстетика городской среды	<ul style="list-style-type: none"> • Привлекательность, ухоженность внешнего облика города; • наличие единого стиля, дизайн-кода; • гармоничное сочетание архитектурных элементов с естественной природной средой
		Культурно-образовательный потенциал города	<ul style="list-style-type: none"> • Наличие и доступность культурных объектов (инфраструктуры для развития, творчества, самореализации); • популярность практик неформального образования как способа проведения свободного времени в городе; • достаточное количество разноплановых культурных событий, доступность информации о них

Приведем пример комплексного критерия, предназначенного для оценки одного из параметров качества городской среды – специфики городского взаимодействия (табл. 28).

Таблица 28

Субъектно-объектные характеристики оценки специфики городского взаимодействия

Значение	Пространственно-субъектные характеристики	Территориально-объектные характеристики
Положительное	<ul style="list-style-type: none"> • Социальная интеграция; • свобода от внешнего давления, уважение прав и свобод личности; • взаимопомощь и взаимоподдержка; • солидарность 	<ul style="list-style-type: none"> • Наличие оборудованных мест для общения с ровесниками и/или другими людьми; • возможности для различных видов активности; • отсутствие источников опасности; • возможность для свободной мобильности; • наличие зеленых зон
Отрицательное	<ul style="list-style-type: none"> • Ощущение беспомощности и бесполезности, апатия; • отсутствие прав и свобод личности / неспособность их защитить; • дискриминация, сегрегация и стигматизация; • страх за собственную жизнь/здоровье 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостаток мест для совместного времяпрепровождения; • отсутствие инфраструктуры для различных активностей; • сложное дорожное движение (наличие иных источников опасности / загрязнения); • географическая изоляция, территориальные барьеры и препятствия

Целью социокультурного проектирования городской среды является повышение уровня комфортности личности, создание таких условий, которые позволяют минимизировать социальные последствия урбанизации, а также способствовать восстановлению личностных ресурсов горожан. Такая цель предполагает: создание жизненного пространства, обладающего биоэкологическим, экономическим, социоструктурным

(общностно-групповым) и социокультурным (нормативным, ценностно-смысловым) измерением; максимально возможное достижение социальной адресности любых городских проектов (они должны быть привязаны к конкретному населению и конкретным территориям); установление приоритета локального и самоорганизующегося начала над глобальным, ведомственным и директивным.

Комплексный анализ полученных данных позволил определить **ключевые черты городской среды высокого качества:**

1) благоприятная экологическая обстановка: доступ к чистому воздуху, достойные санитарно-гигиенические условия (качественная уборка улиц, подъездов, прилегающих к жилым домам территорий);

2) привлекательный внешний облик города: ухоженные дворовые территории, детские площадки, памятники истории и культуры, хорошо освещенные улицы, достаточное количество зеленых зон и мест для проведения досуга;

3) возможность для горожан принимать активное участие в общественной жизни, влиять на принимаемые решения, касающиеся городской жизни;

4) возможность получать дополнительное образование и проводить свободное время с пользой для своего развития;

5) возможность сохранять и укреплять свое здоровье, заниматься физкультурой и спортом: достойный уровень медицинского обслуживания, доступ к информации, необходимой для сохранения и укрепления здоровья, достаточное количество спортивных площадок, спортивных объектов;

6) комфортные условия для людей с особенностями развития, ограниченной мобильностью (пригодность детских площадок, городских улиц для детей с ограниченными возможностями, наличие пандусов);

7) ощущение психологического комфорта и безопасности: возможность безопасно перемещаться по городу, пользоваться общественным транспортом, чувствовать себя защищенным от различных видов насилия (физического, психологического), социальных рисков.

Таким образом, измерение и оценка качества городской среды требует ориентации на междисциплинарный подход. Это предполагает использование результатов исследований историков, экономистов, географов, социологов, культурологов и последующее их синтезирование в комплексные оценочные критерии и индексы. Стоит также помнить, что структура индикаторов дружелюбности городской среды – это не самоцель, а всего лишь инструмент, способ обра-

тить внимание на существующие и возникающие острые социальные проблемы. Город представляет собой сложное, многоаспектное территориально-культурное образование, находящееся в непрерывном движении, подверженное влиянию огромного количества различных внешних и внутренних факторов. Управление городом и городской жизнью — исключительно сложный процесс. Следовательно, универсальная и адаптивная система показателей качества городской среды даст возможность лицам, ответственным за формирование политики, влияющей на качество жизни горожан, принимать управленческие решения с наименьшим риском негативных последствий и осложнений.

Библиографический список

1. *Глейзер Э.* Триумф города. Как наше величайшее изобретение делает нас богаче, умнее, экологичнее, здоровее и счастливее. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2014. 432 с.
2. Социологические исследования проблем города и жилища (1970–1980 гг.). Новосибирск : Наука, 1986. 175 с.
3. *Валдайцева М. В.* Влияние крупного города на развитие человеческого капитала [Электронный ресурс] // Науч. журн. НИУ ИТМО. Сер.: Экономика и экологический менеджмент. 2013. № 2. URL: <http://www.economics.ihbt.ifmo.ru> (дата обращения: 28.08.2020).
4. *Бродель Ф.* Материальная цивилизация. Экономика и капитализм, XV–XVIII вв. : в 3 т. М. : Прогресс, 1986. Т. 1 : Структуры повседневности: возможное и невозможное. 623 с.
5. *Sophonisba P. B., Abbot E.* Chicago's Housing Problem: Families in Furnished Rooms // American journal of Sociology. 1910. № 16. P. 297–455.
6. The Pittsburgh District. Civic Frontage / ed. by Paul Underwood Kellogg. New York : Survey Associates, Inc., 1914. 554 p.
7. The Springfield Survey. A Study of Social Conditions in an American city / dir. by Shelby M. Harrison. New York : Russel. Sage Foundation, 1920. 449 p.
8. *Колокольчикова Р. С.* Теоретико-методологические основы изучения города в трудах И. М. Гревса, Н. П. Анциферова, Н. К. Пиксанова // Вестн. Череповец. гос. ун-та. 2014. № 6. С. 24–26.
9. *Анциферов Н. П.* Пути постижения города как социального организма: опыт комплексного подхода. Л. : Сеятель, 1926. 151 с.
10. *Парк Р.* Город как социальная лаборатория // Социол. обозрение. 2002. Т. 2, № 3. С. 3–12.
11. *Гейл Я.* Города для людей. М. : Альпина Паблишер, 2012. 276 с.
12. *Монтгомери Ч.* Счастливый город. Как городское планирование меняет нашу жизнь. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2019. 368 с.
13. *Флорида Р.* Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства. М. : Strelka Press, 2014. 388 с.

14. Минчане в начале XXI века: социально-экономический и психологический портрет / А. В. Рубанов [и др.]. Минск : Юнипак, 2005. 164 с.
15. Стратегия социально-экономического развития Москвы на период до 2025 года [Электронный ресурс]. М. : НИУ ВШЭ, 2012. URL: http://www.mses.ru/fgu/strategija_razvitija_moskvy_do_2025_proekt_versija_09.08.2012.pdf (дата обращения: 26.08.2020).
16. Об утверждении методики формирования индекса качества городской среды (с изменениями на 5 ноября 2019 года) [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/553937399> (дата обращения: 03.09.2020).
17. Сазонов Б. В. Системная организация социальных исследований на территории [Электронный ресурс] // Российское общество: социологические перспективы. М., 2000. URL: <http://www.lab1-3.narod.ru/saz00-c.htm> (дата обращения: 28.08.2020).
18. Чернова Е. Б. Социологические аспекты качества городской среды [Электронный ресурс] // Упр. развитием территории. 2015. № 2. URL: <https://urtmag.ru/public/395/> (дата обращения: 29.08.2020).
19. Иванов Д. В. Постглобализация и перспективы социального развития // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. 2019. № 4. С. 14–20.
20. Шабает Ю. П., Садохин А. П., Лабунова О. В. Антропологическое понимание города и методология урбанистического изучения // Мониторинг. 2018. № 3. С. 248–267.
21. Селеня Л. П. Социализация детей и подростков в условиях городской среды // Соц. политика и социология. 2011. № 7 (73). С. 91–97.
22. Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом. М. : РОССПЭН, 2004. 1056 с.
23. Child-friendly Community Indicators – A Literature Review [Electronic resource]. URL: https://s25924.pcdn.co/wp-content/uploads/2017/11/Child-friendly-Community-Indicators-a-Literature-Review_2008.pdf (date of access: 20.01.2021).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За последние несколько десятилетий в постсоветских городах произошли серьезные изменения. Разрушения городской инфраструктуры 1990-х гг. были приостановлены, негативные последствия сглажены благодаря региональным и муниципальным программам благоустройства дворов, общественных пространств, созданию комфортной и безбарьерной среды и пр. Однако множество проблем по-прежнему не теряют своей актуальности.

Одной из таких нерешенных проблем является преимущественная концентрация благоустроенных общественных пространств в городских центрах, в силу чего они выходят за рамки повседневного жизненного мира, оставаясь лишь пространством выходного дня, каникул, праздников. Кроме того, не всегда существующие (даже внешне комфортные, современные и благоустроенные) общественные пространства справляются с реализацией коммуникативной функции – важнейшей задачи городской среды. Содержание названной функции заключается не только в содействии общению горожан, но и в формировании чувства принадлежности к сообществу, ответственности за свой город, соучастия в его преобразовании. По этой причине общественные пространства призваны интегрировать разные группы горожан, нивелируя конфликтные взаимодействия, открывать возможности для кооперации, показывать ее преимущества, в некотором роде обучать взаимодействовать. Однако на практике жители нередко выступают в роли пассивных потребителей городских ресурсов (при этом часто конкурируя друг с другом за лучшие места), городской досуг все больше коммерциализируется, а ценность горожанина приравнивается к его платежеспособности.

Не до конца решены и многие вопросы, касающиеся измерения дружелюбности городской среды. Анализ городских кейсов с опорой

на экспертные интервью и высказывания горожан, осуществленный в ходе работы над монографией, показал, что объективные и субъективные оценки городской среды не всегда совпадают, а самих горожан редко просят оценить городскую среду, вовлекают в процесс ее проектирования и преобразования. Актуальность сегодня приобретает продолжение разработки комплексных индексов оценки качества городской среды, позволяющих учитывать как объективно-территориальную специфику городской среды (благоустройство, наличие инфраструктуры и пр.), так и субъективно-пространственную (ощущение социального комфорта и психологической безопасности, наличие коллективной идентичности и т. д.). С нашей точки зрения, еще одним перспективным направлением дальнейшего исследования проблемы дружелюбности городской среды выступает поиск и детальное изучение национальных моделей и закономерностей урбанизации, протекающей на постсоветском пространстве. Часто современные практики городских преобразований представляют собой либо копии, подсмотренные за рубежом (созданные в надежде на то, что в «европейской» городской среде сразу же появятся «европейские» сообщества с соответствующими ценностями), либо морально устаревшие реплики советского быта. Ни то ни другое не отвечает в полной мере ни сложившимся ценностям, ни актуальным потребностям, ни сформированному «Я»-образу современных жителей постсоветских городов.

Дружелюбный город дружелюбен для всех горожан независимо от их возраста, социального положения, национальности и т. д. Проектируя городскую среду, важно учитывать специфические потребности каждого. Так, для детей — это растущая по мере взросления потребность в самостоятельном освоении города, организации пространства для общения со сверстниками и для активных мобильных, в саморазвитии. Для подростков и молодежи — потребность в самореализации, поиске своего места в городе, формировании круга социальных контактов и накоплении социального капитала. Абсолютно для всех горожан — потребность в объединении, восстановлении и развитии.

Единого принципа понимания дружелюбности городской среды нет (и, очевидно, быть не может). Тем не менее проделанная нами работа позволила сформулировать ряд универсальных методологических принципов городских исследований. Изучая город, необходимо:

- 1) оценивать городскую среду в единстве материального и социального;

2) рассматривать индивида не только как пассивного потребителя городских благ и услуг, но и как активного субъекта, источник развития города, агента формирования и поддержания устойчивости городской среды;

3) изучать не только внешнюю, управляемую, публичную сторону городской жизни, но и повседневное взаимодействие между горожанином и городской средой.

Город — это всегда результат коллективных усилий и во многом компромисс, коммуникация и кооперация являются базовыми принципами его существования. И только от людей зависит, станут ли города проклятием рода человеческого или же позволят перейти на качественно новый этап развития общества, на котором такие понятия, как безопасность, свободная мобильность, доступность и самореализация, из абстрактных категорий превратятся в конкретные, реально достижимые цели развития.

ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Исследование «Третье место в жизни студенческой молодежи»

Метод исследования: анкетный опрос.

Объем выборки: 502 человека.

Период сбора данных: январь – февраль 2016 г.

География исследования: Минск.

Описание выборочной совокупности

Университет обучения	%
Белорусский государственный университет	45,4
Белорусский государственный педагогический университет им. Максима Танка	19,9
Белорусский национальный технический университет	16,1
Белорусский государственный университет информатики и радио-электроники	10,6
Белорусский государственный экономический университет	8,0
Пол	%
Мужской	42,3
Женский	57,7
Курс обучения	%
Первый	3,4
Второй	42,8
Третий	6,0
Четвертый	47,7

2. Исследование «Диалог бизнеса и власти как ресурс городского развития»

Метод исследования: экспертные интервью.

Общее количество экспертов: 8 человек.

Период сбора данных: февраль – март 2016 г.

География исследования: Минск.

Перечень экспертов

№ п/п	Сфера компетенции эксперта
1	Государственное управление, экономика, предпринимательство
2	Корпоративные коммуникации, бизнес, связи с общественностью
3	Корпоративные коммуникации, бизнес, GR-коммуникация
4	Государственное управление, экономика, частный сектор, инновационное развитие
5	Корпоративные коммуникации, образование, связи с общественностью, GR-коммуникация
6	Корпоративные коммуникации, бизнес, связи с общественностью
7	Государственное управление, экономика, предпринимательство
8	Частный бизнес, коммуникации с государственными органами, связи с общественностью

3. Исследование «Дружественность городской среды к детям и молодежи: сравнительный анализ белорусских и российских кейсов»

Метод исследования: экспертные интервью.

Общее количество экспертов: 25 человек.

Период сбора данных: октябрь – декабрь 2018 г.

География исследования: Минск, Гродно, Бобруйск, Санкт-Петербург, Владивосток, Комсомольск-на-Амуре.

Перечень экспертов

№ п/п	Сфера компетенции эксперта	Город
1	Школьное образование, дополнительное образование, детский досуг	Бобруйск
2	Образование, коммуникация, молодежная культура, городские инициативы	Бобруйск
3	Школьное образование, дополнительное образование, детский и подростковый досуг	Бобруйск
4	Здравоохранение, здоровый образ жизни	Бобруйск
5	Здравоохранение, здоровый образ жизни, детское и подростковое здоровье	Бобруйск
6	Образование, работа с подростками, профориентация	Владивосток
7	Дополнительное образование, безопасность жизнедеятельности, работа с подростками, здоровый образ жизни	Владивосток
8	Образование, работа с подростками, профориентация	Владивосток
9	Дополнительное образование, культура, работа с молодежью, детский и подростковый досуг	Владивосток
10	Здравоохранение, высшее образование	Гродно
11	Городской досуг, молодежная культура, городские инициативы	Гродно
12	Дополнительное образование детей и молодежи	Гродно
13	Защита и безопасность на улицах города, профилактика вредных привычек в подростковой и молодежной среде	Комсомольск-на-Амуре
14	Работа с молодежью, здоровый образ жизни и здоровьесберегающие технологии, молодежные инициативы в сфере ЗОЖ	Комсомольск-на-Амуре
15	Медицина и здравоохранение, детское и подростковое здоровье	Комсомольск-на-Амуре
16	Детский досуг, воспитание и развитие детей, социализация	Комсомольск-на-Амуре
17	Высшее образование	Минск
18	Архитектура, урбанистика, городские инициативы	Минск
19	Архитектура, преподавание, высшее образование	Минск

№ п/п	Сфера компетенции эксперта	Город
20	Архитектура, преподавание, высшее образование	Минск
21	Архитектура, градостроительство	Минск
22	Архитектура, предметный дизайн, урбанистика	Минск
23	Образование, высшее образование, детская психология	Минск
24	Детский и молодежный досуг, молодежные инициативы, городские события	Санкт-Петербург
25	Детский и молодежный досуг, молодежные инициативы, городские события	Санкт-Петербург

4. Исследование «Право на город, коммуникация и локальные сообщества»

Методы исследования: анкетный опрос (основной), качественный анализ содержания соседских чатов (дополнительный).

Объем выборки: 300 человек.

Период сбора данных: октябрь – ноябрь 2020 г.

География исследования: Минск.

Описание выборочной совокупности

Пол	%
Мужской	44,0
Женский	56,0
Возраст	%
15–25	26,1
26–35	21,3
36–45	30,3
46–60	13,0
60 и старше	3,7
Уровень образования	%
Высшее	69,3
Среднее, средне-специальное	10,7
Учащиеся, студенты	20,0

5. Исследование «Роль цифровых факторов в исследовании городской среды»

Метод исследования: анкетный опрос (САТI).

Объем выборки: 415 человек.

Период сбора данных: февраль 2021 г.

География исследования: Минск.

Описание выборочной совокупности

Пол	%
Мужской	57,8
Женский	42,2
Возраст	%
18–29	23,2
30–39	42,7
40–49	18,8
50–59	12,4
60 и старше	2,9
Образование	%
Среднее неполное	0,2
Среднее полное (средняя школа)	2,4
Начальное профессиональное (профессиональное училище)	2,2
Среднее профессиональное (техникум, колледж)	20,7
Высшее полное	73,4

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ РАКУРС ИССЛЕДОВАНИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ	9
1.1. Интерпретация феномена «городская среда» в социологии.....	9
1.2. Социально-культурная эволюция среды белорусских городов.....	28
1.3. Город как коллективный ресурс: новейшая история развития белорусских городов	49
Глава 2. ФАКТОРЫ И МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	78
2.1. Техногенные факторы современных процессов урбанизации.....	78
2.2. Социокультурные факторы развития городской среды.....	108
2.3. Коммуникативные ресурсы и механизмы в развитии города.....	120
Глава 3. ПЕРСПЕКТИВЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ	141
3.1. Структурно-функциональная модель городской среды	141
3.2. Параметры и критерии оценки качества городской среды.....	169
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	187
ПРИЛОЖЕНИЯ	190
1. Исследование «Третье место в жизни студенческой молодежи»	190
2. Исследование «Диалог бизнеса и власти как ресурс городского развития»	191
3. Исследование «Дружественность городской среды к детям и молодежи: сравнительный анализ белорусских и российских кейсов»	191
4. Исследование «Право на город, коммуникация и локальные сообщества»	193
5. Исследование «Роль цифровых факторов в исследовании городской среды»	194

Научное издание

Лебедева Елена Викторовна

**ГОРОДСКАЯ СРЕДА
В СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ
ТРАНСФОРМАЦИЯХ
БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА**

Редактор *М. К. Чернякевич*
Художник обложки *Т. Ю. Таран*
Технический редактор *В. П. Явуз*
Компьютерная верстка *О. В. Гасюк*

Подписано в печать 27.12.2021. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.

Печать цифровая. Усл. печ. л. 11,39. Уч.-изд. л. 13,20.

Тираж 100 экз. Заказ 381.

Белорусский государственный университет.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/270 от 03.04.2014.

Пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск.

Республиканское унитарное предприятие

«Издательский центр Белорусского государственного университета».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 2/63 от 19.03.2014.

Ул. Красноармейская, 6, 220030, Минск.