

Т.В. КАРАКОВА**СРЕДОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕГАПОЛИСА**

ENVIRONMENTAL PROBLEMS OF THE MEGAPOLIS

Рассматривается эволюция средового сознания населения мегаполиса в условиях развития постиндустриальной эпохи градостроительства, когда такие понятия, как «привлекательность города, престижность адреса проживания, экологический фон, уровень благоустройства» становятся индикаторами определения уровня его развития. Автор вскрывает основы противоречия между созидательными качествами вышеперечисленных факторов и их доминантными характеристиками, способствующими выходу мегаполиса на международный рынок конкуренции и инвестирования. Актуализируется поиск закономерностей развития пространственно-функциональной среды мегаполиса в зависимости от специфики и уровня средового сознания и поведения горожан. Анализируются современные подходы к формированию в мегаполисе «креативных индустрий», представляющих собой творческие виды деятельности, среди которых – дизайн городской среды, реклама, архитектура, ремесла, дизайн мебели, моделирование и дизайн одежды, кино и видео, графический дизайн, музеи и архитектурное наследие, изобразительное искусство, музыка, телевидение, радио и Интернет.

Ключевые слова: комфортная городская среда, потребительские качества среды, депрессивные территории города, средовое сознание горожан, креативные индустрии города, дизайн городской среды

На современном этапе развития градостроительства и мировой экономики конкуренция отдельных регионов и городов на внутреннем национальном рынке России становится актуальной проблемой. В вопросах развития крупнейших городов превагирует конкуренция технологий, капиталов, трудовых ресурсов, развитость рынка труда и жилья, а именно те факторы, которые характерны для градостроительных структур с высокоблагоустроенной и комфортной для проживания средой. Привлекательность города, престижность адреса проживания, экологический фон, уровень благоустройства становятся неотъемлемыми составляющими, определяющими уровень развития мегаполиса, способствуя его активному росту, с одной стороны, и ставя его в условия неизбежного выхода на международный рынок конкуренции и инвестирования – с другой. Без этой диалектической дилеммы мегаполис как мощнейшая градоэкономическая и социокультурная структура стагнирует, что ставит перед архитекторами задачу поиска новых территориальных ресурсов,

The article deals with the evolution of the environmental consciousness of the population of a megapolis in the conditions of the development of the postindustrial epoch of town planning, when such concepts as “the attractiveness of the city, the prestige of the address of residence, the ecological background, the level of improvement” become indicators of the level of its development. The author reveals the basics of the contradiction between the creative qualities of the above factors and their dominant characteristics that facilitate the emergence of a megapolis on the international market for competition and investment. The search for regularities in the development of the spatial-functional environment of the megapolis is actualized depending on the specificity and level of the environmental consciousness and behavior of the townspeople. The author analyzes modern approaches to the formation in the megalopolis of “creative industries”, which are creative activities, including urban design, advertising, architecture, crafts, furniture design, clothing design and design, cinema and video, graphic design, museums and architectural heritage, Fine arts, music, television, radio and the Internet.

Key words: comfortable urban environment, consumer quality of the environment, depressed areas of the city, urban consciousness of the city, creative industries of the city, design of the urban environment

экологизации городского пространства, освоения периферийных территорий, повышения их потребительских качеств, сегрегации центральных функций. Центростремительные тенденции концентрации уникальных и избирательных функций обслуживания, капитала, материальных ресурсов и потоков населения в сердце мегаполиса на фоне прогрессирующей маргинализации периферии и разрастания депрессивных территорий города усугубляют проблемы функционирования сложнейшего градостроительного объекта и требуют разработки действенных мер по предотвращению сложившейся ситуации [1].

Современная дискуссия, сложившаяся в рамках междисциплинарного сообщества, занимающегося проблемами мегаполисов, выдвигает в качестве актуального направления изучение взаимовлияния уровня организации пространственной среды и средового сознания, средового поведения, образа жизни живущих в ней субъектов. Комфортная пространственная среда города предопределяет уровень

организации жизнедеятельности жителей и связана с активным развитием в мегаполисе так называемых «креативных индустрий» – палитры деятельности, в основе которой лежит творческое начало, потенциал создания рабочих мест в сфере эксплуатации интеллектуальной собственности. К числу отраслей креативного сектора экономики специалисты относят такие субсектора, как: дизайн городской среды, рекламу, архитектуру, ремесла, дизайн мебели, моделирование и дизайн одежды, кино и видео, графический дизайн, музеи и архитектурное наследие, изобразительное искусство, музыка, телевидение, радио и Интернет. Творческие профессионалы – это образованные, ответственные, увлекающиеся и толерантные люди, которые занимаются производством и распространением новых знаний, внимательно относятся к городской среде, в которой живут, работают и развлекаются [2]. Специалисты отмечают, что сегодня мир переходит от конкурентной борьбы фирм к конкуренции за квалифицированную рабочую силу и конкуренцию городов за привлечение творческих профессионалов, определяющих перспективы развития постиндустриального города. Так, анализ территории США с точки зрения дифференциации городов по индексу развития креативных индустрий, проведенный географом Ричардом Флоридой в 2000 г., показал прямую зависимость между рассматриваемым фактором и степенью их экономического роста.

Следует отметить, что, на фоне существования принципиально разных подходов к определению оценки уровня благоустройства городской среды для развития городских процессов жизнедеятельности, принципиальным остается ее выделение в качестве индикатора качества жизни населения. Особый интерес представляют результаты ряда социологических исследований, выполненных на базе развитых городов США и Европы, согласно которым наиболее привлекательными для населения при смене места жительства являются не столько условия труда на новом месте работы, сколько комфортные условия городской среды в месте проживания. Прежде всего для высококвалифицированных творческих профессионалов важна «уличная культура» – развитая система городских кафе, творческих клубов, каворкинг-центров, баров, мини-галерей и выставочных пространств, бутиков, скверов и пр.

Британский урбанист и культуролог Чарльз Лэндри в своей книге «Творческий город» акцентирует роль политиков, управленцев и архитекторов в вопросах совершенствования городской среды. Культурное наследие города по мнению автора, становится определяющим при выборе путей городского планирования, социально-экономического развития города и решения средовых проблем [3].

Главное отличие европейского взгляда на креативность города от американского заключается в выделении различных видов и типов креативности:

не только художественной, научной или технологической, но и социальной, экономической, политической, управленческой, бизнес-креативности [4–7].

Постиндустриальный мир мегаполиса, концентрирующего огромные массы населения, сложен и противоречив. Именно поэтому средовые решения надо рассматривать как инструмент решения ряда социальных городских проблем, как межкуммуникационный язык для общения и интеллектуального обогащения населения [8–10]. Американские и европейские ученые приходят к единому выводу: социально-экономическое развитие города, региона, страны определяется степенью благоприятной городской среды и политикой ее совершенствования.

Социальное поведение горожан анализируется сегодня посредством атрибутивных характеристик индивидов, общественных социальных объединений. На передний план выдвигаются не нормы поведения и моральные ценности, а структурные характеристики социальных отношений. Становление такой традиции при исследовании больших общностей людей, а город в этом случае – классический полигон, является на сегодняшний день оптимальным, так как в результате социальных отношений возникают специфические «взаимодействия», оказывающие непосредственное влияние на социальное поведение субъекта [11–13].

Рассматривая такой сложный организм, как «город», следует отметить, что имеется в виду пространственное поведение его жителей, удовлетворенность их материальной средой, уровнем потребительской культуры, эстетическими и экологическими характеристиками среды. Именно в рамках такой среды складываются ролевые отношения между членами городского сообщества, так и непосредственно с материально-пространственным комплексом города [14,15]. Характер подобного взаимодействия определяет также суть межличностных и индивидуальных характеристик городского сообщества и городской культуры. Эти взаимодействия конституируются внутренними функциональными связями, зависят от их динамики, характера функционального поля, в рамках которого они реализуются и связаны с такими ограничителями, как социально-экономическая парадигма государства, уровень социально-экономического развития города, его культурный потенциал, наличие глубинных исторических корней, культурного и архитектурного наследия.

Вместе с этим важнейшими характеристиками материально-пространственной среды города выступают следующие показатели: плотность застройки и обслуживающих функций, преемственность в развитии планировочной структуры города, развитость институциональных факторов (роль городской власти при принятии решений об функционально-планировочном освоении территорий, соблюдении норм и правил застройки, правового зонирования

территории и пр.), совершенство транспортной инфраструктуры. В целом, город необходимо рассматривать как сетевое пространство, представляющее собой совокупность позиций, ролей, отношений, потоков ресурсов и населения в контексте эволюции средового сознания горожан.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Мартыанов В.С. Российские мегаполисы: от индустриальных городов к стратегии многофункциональной агломерации // Научный ежегодник института философии и права Уральского отделения Российской академии наук / Издательство Екатеринбургского научного центра РАН. 2012. Вып. №12. С.319–330.
2. Гнедовский В. Современные проблемы развития постиндустриального общества в городах США и Европы. Сетевой проект «Русский архипелаг» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cultura.kh.ua/ru/materiali/2848-gnedovskij-vm-suchasni-problemi-rozvitku-postindustrialnogo-suspilstva-v-mistah-ssha-ta-evgori> (дата обращения: 12.03.2018).
3. Каракова Т.В., Барова К.Д. Средовая интервенция в формировании городской ментальности // Промышленное и гражданское строительство. М.: ООО «Издательство ПГС», 2010. № 8. С. 11–15.
4. Каракова Т.В., Барова К.Д. Коммуникативная функция средового дизайна // Исследования и инновационные разработки РААСН / РААСН, Иван. гос. арх.-строит. ун-т. Т.1. М. – Иваново, 2010. 316 с.
5. Чарльз Лэндри. Творческий город. М.: Классика XXI, 2006. 399 с.
6. Поиск композиционных кодов в архитектуре и дизайне / Каракова Т.В., Ю.С. Воронцова, Е.В. Рыжикова. Германия, Saarbrücken «Lambert Academic Publishing», 2015. 114 с.
7. Нартова-Бочавер С.К. Опросник «Суверенность психологического пространства» – новый метод диагностики личности // Психологический журнал. 2007. Т. 25. №5. С. 20–24.
8. Князева Е.И. Сетевая теория в современной социологии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ffsn.bsu.by/ffsn.files/caf/k-sk/personal-sk/knyazeva/Knyazeva-doc/3 - Knyazeva-doc.doc> (дата обращения: 16.03.2018).
9. Ларина Е.К., Юсупов Д.Э. Средовая катастрофа и российские города // Российское экспертное обозрение. 2006. № 2 (16). С. 11–15.
10. Бердетт Р. Градостроительство в эпоху глобальной урбанистической трансформации // Проект INTERNATIONAL. 2006. №14. С. 148–152.
11. Каракова Т.В. Дизайн среды как ресурс развития социокультурного пространства города // Приволжский научный журнал. Н. Новгород, 2012. №3. С.111–115.
12. Каракова Т.В. Роль средового дизайна в формировании коммерческой и потребительской привлекательности объектов обслуживания // Архитектура и дизайн: история, теория, инновации. Владивосток, 2016. С. 53–57.
13. Заславская А.Ю. Сохранение аутентичности исторической городской среды с помощью дизайн-технологий // Известия Самарского научного центра РАН. 2014. Т. 13, № 2(4). С.742–745.
14. Заева-Бурдонская Е.А. Стилиевая парадигма дизайна в системе исторической городской среды // Мир науки, культуры, образования. 2008. № 5(12). С.94–99.
15. Радудова Я.И. Специфика взаимодействия внутреннего и внешнего пространства в архитектуре индустриальной эпохи // Известия Самарского научного центра РАН. Самара, 2015. Т. 17, № 1. С. 267–269.

Об авторе:

КАРАКОВА Татьяна Владимировна
 доктор архитектуры, профессор, заведующая кафедрой дизайна
 Самарский государственный технический университет
 Академия строительства и архитектуры
 443001, Россия, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 194,
 тел. (846) 339-14-67
 E-mail: t.karakowa@mail.ru

KARAKOVA Tatyana V.
 Doctor of Architecture, Professor, Head of the Design Chair
 Samara State Technical University
 Academy of Civil Engineering and Architecture
 443001, Russia, Samara, Molodogvardeyskaya str., 194,
 tel. (846) 339-14-91
 E-mail: t.karakowa@mail.ru

Для цитирования: Каракова Т.В. Средовые проблемы мегаполиса // Градостроительство и архитектура. 2018. Т.8, №2. С. 114–116. DOI: 10.17673/Vestnik.2018.02.19.
 For citation: Karakova T.V. Environmental problems of the megapolis // Urban Construction and Architecture. 2018. V.8, 2. Pp. 114–116. DOI: 10.17673/Vestnik.2018.02.19.