



Полякова Нина Владимировна

Доктор экономических наук, профессор

Кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса,
Байкальский государственный университет,
664003, Российская Федерация, г. Иркутск, ул. Ленина, 11,
e-mail: polyakova.ninotchka@yandex.ru

Nina V. Polyakova

Doct. habil.in Economics, Professor

Department of Management, Marketing and Service, Baikal
State University, 11 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian
Federation, e-mail: polyakova.ninotchka@yandex.ru



Поляков Владимир Владимирович

Кандидат экономических наук, доцент

Кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса,
Байкальский государственный университет,
664003, Российская Федерация, г. Иркутск, ул. Ленина, 11,
e-mail: vla88701858@yandex.ru

Vladimir V. Polyakov

PhD in Economics, Associate Professor

Department of Management, Marketing and Service, Baikal
State University, 11 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian
Federation, e-mail: vla88701858@yandex.ru



Залешин Виталий Евгеньевич

Магистр менеджмента, независимый эксперт

Байкальский государственный университет,
664003, Российская Федерация, г. Иркутск, ул. Ленина, 11,
e-mail: vitalii.zaleshin@gmail.com

Vitaliy Ye. Zaleshin

Master of Management, Independent Expert

Baikal State University, 11 Lenin Str., Irkutsk,
664003, Russian Federation,
e-mail: vitalii.zaleshin@gmail.com

РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО И ПУБЛИЧНОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА И УРБАНИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Аннотация. В статье рассматривается комплекс проблем, связанных со становлением общественных и публичных пространств современных городов и значением урбанистического дискурса в процессах их развития. Предпосылками этих явлений считаются ускоряющийся процесс урбанизации и связанные с ним изменения городской среды обитания жителей — общи́е или специфические для отдельных стран и городов.

В результате автомобилизации, развития пригородов и геттоизации районов центр города теряет свое прежнее значение «ядра» города, вокруг которого формируется городская среда. Улицы, площади и парки тоже теряют значение социальности. Восстановлению их утраченной значимости способствует появление нового типа общественных пространств, создаваемых на основе принципов новой урбанистики, решающих проблему социальной изоляции жителей города, способных не только «превращать человека в гражданина», но и формировать «публики» из массы обитателей города. В такой интерпретации общественные пространства (там, где присутствует публичная активность) называются «публичным пространством». Применение цифровых коммуникаций в городской среде способно создать новую форму публичного пространства. Жители городов, используя современные коммуникации и средства массовой информации, удовлетворяют свою потребность в социально значимом диалоге. Горожане становятся не только потребителями культурных и социальных смыслов города, но его «активными преобразователями».

В результате в урбанистическом дискурсе репрезентируются интересы горожан, отдельных городских сообществ, а также позиции муниципалитета и групп экспертов (урбанистов и др.) в отношении развития городской среды. Таким образом, актуальность урбанистического дискурса порождается новыми условиями трансформации городов, выделением заинтересованных общественных групп, разнообразием современных форм коммуникации горожан.

Ключевые слова. Общественное пространство, публичное пространство, дискурс, урбанистика, проблемы городской среды.

Информация о статье. Дата поступления 30 декабря 2019 г.; дата принятия к печати 30 апреля 2020 г.; дата онлайн-размещения 27 мая 2020 г.

DEVELOPMENT OF SOCIAL COMMUNITIES AND PUBLIC SPACE OF THE CITY AND URBANISTIC DISCOURSE

Abstract. The article deals with a number of problems related to establishment of public space of a municipality and the role of urbanistic discourse in its development. The pre-requisites of these phenomena are the accelerating urbanization and the consequent changes (both common and specific for countries and cities) in urban environment for residents.

Resulting from automobilization, urbanization and ghettoization of districts, the city center is losing its status of the city core. Streets, squares and parks are also becoming less socially important. What may help restore their importance is the emergence of a new type of social communities based on the trends of the new urban planning that solves the problem of residents' social isolation and turns residents into citizens. In this context, a social community that features public activities is called «public space» Introduction of digital communications into urban milieu enables creating a new form of public space. Via modern communications and the mass media, urban residents satisfy their need for socializing, and act not only as consumers of cultural and social opportunities of the city, but also as its active reorganizers.

The authors infer that urbanistic discourse reflects interests of residents, urban communities, municipal authorities and groups of urbanization experts

in urban environment development. Thus, topicality of urbanistic discourse is explained by the new trends in urban transformation, formation of social communities, and the diversity of modern means of communication.

Keywords. Social community, public space, discourse, urban planning, problems of urban environment.

Article info. Received December 30, 2019; accepted April 30, 2020; available online May 27, 2020.

Введение

Тематика развития общественных и публичных пространств современных городов еще не стала широко обсуждаемой как в научной среде, так и в обществе в целом. Между тем, в постиндустриальном периоде нарастающие проблемы городов могут быть решены, хотя бы отчасти, путем создания и успешного функционирования общественных и публичных пространств.

Однако, движение по этому пути само по себе представляет комплекс проблем — как теоретических, так и практических. Представляется, что подход к их изучению должен включать в себя исследование:

- глобального процесса урбанизации и трансформации современных городов;
- разнообразия видов и функций общественных и публичных пространств;
- роли и содержания урбанистического дискурса относительно развития последних.

Процесс урбанизации и проблемы городской среды

По историческим меркам феномен массовой урбанизации возник недавно. Поэтому проблемы устройства городов, среды проживания, взаимодействия между жителями относительно новы. Современный городской образ жизни, по сути, является экспериментальным для че-

ловечества. Л. Мамфорд в своей книге «История города» отмечает, что «до начала нынешнего периода урбанизации горожанами была лишь небольшая часть людей» [1, р. 40]. Еще в середине XIX в. в мире не было ни одной страны, где преобладало бы городское население, несмотря на то, что тогда стремительно увеличивалась численность жителей европейских городов. Только к 1890 г. появляется первое и единственное в тот период государство, где большую часть жителей составляли горожане — Великобритания [2, р. 8]. И в 1900 г. лишь одна десятая часть населения мира проживала в городах [3, с. 25–26].

В XX в. темпы урбанизации заметно увеличились. По оценкам профессора экономики и демографии Гарвардского университета Д. Блума, «в настоящее время в городах проживает более половины населения мира по сравнению с 30 процентами в 1950 году». По его прогнозам, к 2050 г. доля горожан достигнет двух третей населения земли [4, с. 7].

На фоне роста численности горожан снижается количество сельских жителей. Особенно стремительным падение было зафиксировано в сельских поселениях США. Если в 1810 г. сельские жители составляли более 90 % всего населения, в 1920 г. — менее 50 %, то в 1980 г. — менее 3 % [5, р. 104]. Эта тенденция

сохранится и в XXI в.: отток людей из сельских населенных пунктов продолжается.

Выросла не только доля городских жителей, но и сами города увеличились в размерах. В XIX в. город с числом жителей более 100 тыс. считался крупнейшим. В 1920 г. только 1 % жителей мира проживал в городах с численностью более одного миллиона человек. В середине XX в. крупнейшими городами планеты (более восьми миллионов жителей) являлись только Лондон и Нью-Йорк [3, с. 25–26]. Во второй половине XX в. крупные города стремительно разрастаются. Если в 1975 г. было всего 4 города с населением более 10 млн жителей, то в настоящее время их насчитывается уже 29. Сейчас в крупнейших городах проживает 12 % всех городских жителей мира [4, с. 8].

Урбанизацию и концентрацию населения в крупных городах, как правило, объясняют экономическими выгодами, такими как масштабное сосредоточение трудовых ресурсов в одном месте, организация огромных рынков сбыта товаров и услуг. Однако высокая плотность постоянно проживающих людей в городе негативно воздействует на окружающую среду: производства, эксплуатация домов и транспорта, строительство и т.д. способствуют загрязнению воздуха, почвы и водных объектов [там же]. Окружающая среда в городе и городская среда проживания являются категориями взаимозависимыми. Известный урбанист Р. Роджер в своей книге «Города для маленькой планеты» подчеркивает, что «выживание общества всегда зависело от сохранения равновесия между тремя пере-

менными: «население», «ресурсы» и «окружающая среда». Нарушение этого равновесия неоднократно приводило к исчезновению цивилизаций прошлого. Сегодня человечество впервые в истории одновременно столкнулось с проблемами планетарного масштаба: увеличение численности мирового населения, истощение природных ресурсов Земли и эрозия окружающей среды. Роджер полагает, что современные города являются «движущей силой» этих процессов [6, р. 15].

По мнению Л. Мамфорда, появление городских поселений стало результатом так называемого «сжатия пространства». Первоначально город представлял собой специально обустроенное место, предназначенное «для хранения и передачи благ цивилизации» [1, р. 41]. Древний город обладал заметным преимуществом над огромными прилегающими к нему пространствами за счет концентрации людей, капиталов, технологий и природных ресурсов [ibid, р. 40]. Традиционный город (в античный период, средневековье и эпоху ренессанса), как правило, окружали высокие стены. Городские стены были символом городов, они четко обозначали границу между началом и концом города. Стены возводились не только как оборонительное сооружение от внешних угроз, но и как средство контроля над жителями. А дворцы, храмы, монументы и площади располагались таким образом, чтобы социальная сфера горожан всегда находилась под наблюдением правителей города.

Возникновение фабричного производства заметно увеличило приток сельских жителей в города. Увеличилась плотность городов, осо-

бенно высокой концентрация жителей была в заводских районах. Возникает необходимость в массовом расселении, передвижении горожан и их коммуникации между собой, а также в перевозке грузов. Появляется город индустриальной эпохи с широкими улицами, пешеходными переходами, железнодорожными путями, телеграфными и электрическими проводами, телефонными линиями.

Однако, по мнению С. Маккуайра, применение новых транспортных и коммуникационных технологий в городе «усиливает, как это ни парадоксально, и центростремительные, и центробежные процессы» [3, с. 26]. Появление новых транспортных средств (поездов, велосипедов, трамваев и автомобилей) значительно увеличило мобильность горожан, следствием чего стало возможно горизонтальное расширение городов [там же]. Происходит расселение жителей на прилегающих к городу территориях. Город начинает разрастаться, и его границы постепенно размываются. Целостность города, по сути, сохраняет транспортная инфраструктура (автодороги, тоннели метро и пр.), так как с ее помощью районы и пригород обеспечивают связь между собой. Важнейшую роль в этом играет общественный транспорт, который занимается перевозкой горожан из жилых районов к месту работы и обратно. По мнению Е. Метелевой, в этот период городское развитие представляет собой «процесс выхода города вовне и формирование колец поселений-спутников» [7, с. 163].

Одновременно с образованием пригородов формируется городской центр, где концентрируется управ-

ленческая, деловая, торговая, культурно-развлекательная деятельность. Для размещения этой деятельности возводятся сооружения нового типа — высотные здания, при строительстве которых используются стальные конструкции и «стены» из стекла. Для перемещения в высотных зданиях применяют ещё одно изобретение — лифты, называемые «вертикальными коридорами». Искусственное освещение улиц и общественных пространств фундаментально преобразовывает городскую среду.

В постиндустриальную эпоху город продолжает расширяться, в первую очередь, за счет увеличения количества личного автотранспорта, приобретаемого жителями городов, и во-вторых — за счет индустриального строительства новых районов.

Автомобилизация позволила горожанам жить вдали от городских центров и усилила разрастание пригорода. По мнению Р. Роджерса, с одной стороны «автомобиль сделал жизнеспособной концепцию разделение повседневных активностей по отсекам, изолированным офисам, магазинам и домам», а, с другой стороны, разрастание города снижает рентабельность общественного транспорта, поэтому транспортная инфраструктура отстает от развития и заселения новых районов [6, р. 16–17]. Незрелость системы общественного транспорта способствует активному пользованию личным автотранспортом жителями пригородов. Таким образом, количество автомобилей в городе продолжает увеличиваться, что ведет к дорожным заторам, особенно в часы пик. Р. Роджерс указывает на негативное влияние автомобилизации на город-

скую среду. Во-первых, «автомобиль сыграл решающую роль в подрыве сплоченной социальной структуры города», а во-вторых, именно «автомобили, а не индустриальное производство, создают наибольший объем загрязнения воздуха, от которого жители бегут в пригороды» [6, р. 17].

Постиндустриальный город расширяется за счет организованного строительства новых районов, которые имеют четкие границы в отличие от прежнего пригорода. Как правило, строительством новых районов занимаются частные строительные компании-застройщики, которые сначала выкупают землю у девелоперов, а потом на ее месте возводят жилые комплексы.

Известный российский социолог-урбанист О. Паченков подчеркивает негативное влияние на городскую среду отечественных девелоперов [8]. Термин *development* переводится с английского языка как «развитие» или «рост» и обозначает, в первую очередь, развитие городской среды. Однако деятельность российских девелоперов часто сводится к перепродаже земельных участков. Они выкупают тысячи гектаров земли у муниципалитетов, затем делят их на мелкие участки и продают с приличной наценкой застройщику. Застройщик создает инженерную инфраструктуру, строит дома, а потом продает квартиры или, как говорят, квадратные метры. Каждый застройщик руководствуется проектом возводимого им жилого комплекса, а как будет выглядеть вся застраиваемая территория в несколько тысяч гектаров — неизвестно.

По мнению О. Паченкова, это происходит из-за отсутствия стратегии пространственного развития

города и регулирования деятельности девелоперов. Большая часть городского пространства «отданы на откуп» застройщикам, и городская администрация в это не вмешивается [8]. Формально муниципалитетом разрабатывается генеральный план, в котором определяется развитие города на двадцать лет вперед. Однако этот план задает только общие рамки. В рамках застраиваемой территории законодательство регулирует вопросы создания и развития социальной инфраструктуры, а также нормы нагрузки на нее (количество парковочных мест, детские сады, школы и т.д.). Кроме того, застройщик отвечает за благоустройство дворовых территорий. Однако, создание и развитие транспортной коммуникации и инфраструктуры за пределами застраиваемой территории, по мнению О. Паченкова, «не регулируется никаким проектом планировки территории» [там же]. По этой причине состояние автодорог и обеспеченность общественным транспортом находится на уровне, ниже необходимого жителям этих районов. И горожане зачастую испытывают трудности при передвижении из своего (особенно нового) района в другие части города и обратно.

Кроме неразвитости транспортных коммуникаций и транспортной инфраструктуры новых районов, которые «разрезают» городское пространство на части, социальную городскую среду «подрывает» территориальная сегрегация. Многие компании, представляя свои проекты застройки или продвигая уже построенное жилье, предлагают потенциальным покупателям еще одно преимущество — социальную гомогенность. Ведь многие жители

хотят жить рядом с людьми из «своего круга». Известный британский социолог З. Бауман определяет социальную изолированность как обособление «от тех, кого считают стоящими ниже на социальной лестнице» [9, с. 45]. Компании-застройщики и риелторы предоставляют жителям такую возможность, обеспечивая «безопасность» района. З. Бауман отмечает, что гарантии «безопасности» воплощаются в «наличие заборов и стен, ... охранников, круглосуточно несущих свою вахту на входах» и фактически превращают район в гетто [там же].

Действительно, высокая концентрация любой социальной группы пагубно влияет на городскую среду. И в этом случае не имеет значения, представители каких социальных групп собираются вместе и каком месте — будь то микрорайоны из высотных зданий с низкой стоимостью жилья или элитные жилые комплексы. О. Паченков подчеркивает: «если в одном квартале окажутся все богатые, то в другом все бедные», а районы превращаются в замкнутые социальные пространства (*gated community*) [8]. Замечено также: если в каком-либо районе возникает высокая концентрация бедных людей и дешевого жилья, то во всем городе повышается уровень преступности, растут затраты на охрану общественного порядка и обновление испорченного вандалами городского имущества.

Сегодня в российских городах воспроизводится модель зонирования при строительстве новых жилых районов, от которой многие города в других странах уже отказались. Данная модель предполагает строительство «спальных» районов, жи-

тели которых ежедневно уезжают на работу в другие части города, а потом возвращаются. Как правило, там практически отсутствуют общественные пространства. В результате городская среда распадается на фрагменты, не сплоченные общей идеей. По оценкам О. Паченкова, в крупных российских городах «некоторые новостройки уже через 5–10 лет превратятся в абсолютное гетто» [10].

Кроме того, российские граждане не вполне доверяют друг другу (как, впрочем, и граждане многих стран). Пока у людей нет уверенности, что жители из других районов (как правило, более бедных) не нарушат их покой и порядок, они не будут открывать им доступ в свое пространство. Это достигается общей культурой публичной жизни в городе. А возможности отгородится от окружающего мира и превратить городской район в «анклав» никак не способствуют развитию общественных пространств. О. Паченков подчеркивает, что «заборы и шлагбаумы — это путь в никуда, это не город» [8]. Р. Роджер также считает, что «город — это прежде всего общественное и публичное пространство, удобное для человека» [6, р. 21]. Поэтому для развития городских общественных пространств необходимо социальное разнообразие.

Общественные пространства как элемент городской среды

В результате автомобилизации, развития пригородов и геттоизации районов центр города постепенно теряет свое прежнее значение. Если ранее центр являлся «ядром» города, вокруг которого формировалась городская среда, то сейчас он

становится малопривлекательным местом. Из-за высокой стоимости земли и аренды офиса, магазины и торговые центры с кинотеатрами стали размещаться в других (нецентральных) районах города. Градообразующие промышленные предприятия либо закрываются, либо переносят свои основные производственные мощности за пределы города. Транспортная инфраструктура перестраивается таким образом, чтобы основные автомобильные потоки протекали за пределами центра. Приезд в центр города на личном автотранспорте ограничивается малым количеством парковочных мест. Поэтому, если раньше жители бывали в центре города часто, то теперь стараются реже посещать его, а зачастую избегать вовсе. Исключением является только участие в значимых городских праздничных мероприятиях, таких как, например, День города.

Традиционно центр города воспринимался жителями как общественное место (это, главным образом, центральные улицы, площади и парки), где собираются горожане из самых разных социальных групп по различным поводам. В античных и средневековых городах центральные улицы считались пространственным воплощением социальности. Под социальностью обычно понимается желание общаться с незнакомцами (часто с представителями разных социальных групп) или устанавливать социальные связи. З. Бауман называет города «местом, где встречаются незнакомцы, где они остаются вблизи друг друга и где они взаимодействуют друг с другом на протяжении долгого времени, не переставая при этом оста-

ваться незнакомцами» [9, с. 26]. Под незнакомцами фактически понимаются горожане, которые регулярно общались и взаимодействовали друг с другом. Однако в современном городе улица перестала быть тем местом, где постоянно собираются и общаются горожане. Площади и парки тоже теряют значение социальности. Часто эти места постепенно пустеют или в них собираются представители только одной социальной группы, которые зачастую «вытесняют» остальных горожан. Кроме пространственного разделения города и социальной «изоляции», на уменьшение непосредственного, «живого» взаимодействия между людьми оказало влияние и развитие цифровых коммуникаций, которые сделали возможным дистанционное общение.

Известный испанский урбанист Ж. Борха в своей работе «Революция и контрреволюция в глобальном городе: разочарованные надеждами глобализации наших городов» пишет, что для восстановления утраченной значимости центра города необходимо появление нового типа общественных мест [11, р. 41]. Эти общественные места должны создаваться на основе принципов новой урбанистики, которые способны решить проблему физической фрагментации городского пространства и социальной изоляции жителей города. Для решения этой проблемы З. Бауман предлагает формировать «открытые и гостеприимные общественные пространства, которые всем категориям горожан хотелось бы регулярно посещать и охотно совместно использовать» [9, с. 50]. Урбанист Р. Роджерс, продвигая свою концепцию развития современного города, предлагает избавиться от

геттоизированных районов, оторванных от жизни города, и в дальнейшем строить разнообразные коммерческие и жилые кварталы, «усиленные сетью парков и общественных мест и доступные, в первую очередь, общественному транспорту» [6, р. 89]. Личный транспорт необходимо «прятать», а развитие общественного транспорта позволит «открыть» больше свободного пространства для жителей. По мнению Р. Роджерса, центром города и общественной жизни должен стать центральный парк [ibid].

Упомянутые выше исследователи интерпретируют термин «общественные пространства» как общедоступные места, специально подготовленные и предназначенные для посещений горожанами с разными целями. Российский исследователь А. Ан определяет общественное пространство как территорию, «свободную от транспорта» и созданную для «общественного пользования неограниченным кругом лиц в целях досуга и свободного доступа к объектам общественного назначения» [12, с. 175]. К ним относятся площади, парки, скверы, набережные, детские площадки, места отдыха в торговых центрах, стадионы и т.д. Часто общественные пространства служат местом сбора горожан для участия в общегородских мероприятиях. Кроме традиционных общедоступных общественных мест на роль общественных пространств могут претендовать и другие локации. Например, весьма близкое понимание этого понятия содержит концепция так называемого «третьего места», которую предложил американский социолог Р. Ольденбург [13]. «Третье место» — это часть городского

пространства, которое горожане используют для времяпрепровождения вне дома (то есть «первого места») и вне работы (то есть «второго места»). Исключить из сферы «третьих мест» можно и «транзитные пространства», обеспечивающие «перемещение горожан из одного объекта в другой» [14, с. 6, 8]. Пространство «третьего места» состоит из общественных мест, предназначенных для неформальных встреч, где люди «в любое удобное для них время могут свободно и непринужденно общаться» [13, с. 2]. Это могут быть кафе, библиотеки, магазины, аптеки и т.д. По мнению автора концепции, именно эти места отдыха, развлечений, обмена мнениями и пр. «являются важнейшей частью повседневной жизни горожан и формируют городскую среду» [там же].

И создание, и воссоздание общедоступных общественных мест требует обеспечения достаточного уровня благоустройства территорий, выделенных для этих целей. С 2017 г. в России реализуется приоритетный проект «Формирование комфортной городской среды», предусматривающий, в числе прочих объектов городской среды, благоустройство общедоступных общественных мест. Позднее постановлением Правительства РФ № 169 от 10 февраля 2017 г. было определено, что на развитие парков, скверов, пешеходных зон и т.д. направляется одна треть суммы всех выделенных субсидий¹ [15]. Одним из обязатель-

¹ Об утверждении Правил предоставления и распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на поддержку государственных программ субъектов Российской Федерации и муниципальных программ

ных условий этого проекта является обеспечение «высокого уровня вовлеченности городских жителей» в процесс формирования комфортной городской среды. Для получения субсидий из федерального бюджета муниципалитетам предстояло организовать собрания горожан и обеспечить возможность выбора жителями районов города приоритетности проектов по благоустройству общественных мест [15].

Это была одна из первых попыток наладить «обратную связь» с жителями города, однако обеспечить полноценного обсуждения проблем городского устройства пока не получается. Несмотря на «массовость» вовлечения горожан в процесс формирования комфортной городской среды путем публичных слушаний и народных голосований, реализуются лишь локальные проекты по изменению городского пространства. Более масштабные инициативы остаются под контролем городских администраций и бизнес-сообщества [16].

Также не получается воссоздать общественные пространства, близкие по содержанию к тем, которые обеспечивали утраченную социальность. Представляется, что одной из причин неудач является изначальный подход к оценке комфортности городской среды. Прежде всего, это — неполнота системы критериев, на основе которых производится подобная оценка. В ряде случаев сама комфортность выступала частным, а не интегральным, итоговым критерием качества городской среды. Также на началь-

ном этапе (2017 г.) практически не уделялось внимания принципу обратной связи при проведении исследований. На наш взгляд, результаты опросов горожан — самый надежный источник данных для оценки комфортности городской среды [17].

Публика и публичное пространство

Идея благоустройства городской среды, в том числе и общественных пространств, во многом согласуется с концепцией устойчивого развития Р. Роджерса, цель которой выражается в стремлении «сделать города более дружелюбными человеку» [6, р. 90]. Реализация этой концепции базируется на принципах комплексности, а именно на экономических, экологических и социальных. Исторически сложилось так, что благоустройство преследует, прежде всего, экономические и экологические интересы. Это указывает на то, что благоустройство городской среды должно обеспечивать удобство, комфорт, экологичность и эстетичность городских пространств. Однако, для современного города этого недостаточно. Мы солидарны с мнением О. Паченкова, согласно которому традиционное благоустройство обеспечивает жителям только «пассивное пользование» городскими пространствами [18]. Общественное пространство призвано и способно, в первую очередь, объединять множество интересов и слышать разные «голоса» жителей. Эту, возможную благодаря общественному пространству, активность людей Р. Роджерс определяет как «новую форму участия граждан в управлении городскими процессами» в рамках «творческой и общественной деятельно-

формирования современной городской среды : Постановление Правительства РФ от 10 февр. 2017 г. № 169 // СПС «Консультант-Плюс».

сти», или citizen/creative partnership (креативное гражданство) [6, р. 91]. О. Паченков, рассуждая о роли и значении общественных пространств, отмечает их способность не только «превращать человека в гражданина», но и формировать «публики» из массы обитателей (населения) города. Под «публикой» этот исследователь понимает «ответственных граждан, способных в своих мыслях, заботах, действиях подняться над частными, семейными, корпоративными интересами и подумать о том, что хорошо для общественного блага» [18].

Таким образом, общественное пространство становится таковым, если в нем образуется «публика», появление которой связано с культурой участия (активностью) горожан в решении проблем города, ответственностью и заботой граждан об общественном благе. В этой интерпретации общественные пространства (там, где присутствует публичная активность) часто называют «публичным пространством». По оценкам О. Паченкова, у жителей российских городов наблюдается отсутствие «готовности к ведению публичной жизни и организации публичного пространства» [8]. Потому это требует определенных усилий от жителей города, особенно тех, кто привык быть пассивным пользователем общественных пространств. С. Маккуайр считает, что традиционная культура публичности, существовавшая в предыдущую эпоху, в настоящее время вытеснена «массовым «исходом» людей в дом, в частную жизнь» [3, с. 159]. Из этой «зацикленности на себе» современного жителя города можно «вырвать» посредством организации новой формы публичности. Такое участие

горожан в жизни города, по мнению С. Оводовой, можно обеспечить «созданием единого коммуникативного пространства, где будут высказаны и учтены требования разных городских сообществ» [19, с. 126]. Профессор М. Рачков отмечает специфичность коммуникаций с точки зрения высказывания, которая обеспечивает «достижение социальной общности при сохранении индивидуальности каждого ее элемента» [20].

Таким образом, с помощью коммуникаций публичная активность может существовать и без опоры на общественное пространство. С. Маккуайр считает, что применение цифровых коммуникаций в городской среде способно создать новую форму публичного пространства [3, с. 160]. О. Краснаярова в своей статье «Медиа как среда современного человека» отмечает, что «современные медиасредства ... устраняют «физический пространственный разрыв», а горожане могут «коммуницировать с несколькими собеседниками сразу» [21, с. 160]. Применение современных средств коммуникаций в социальной и экономической деятельности человека способствует, с одной стороны, «упразднению» расстояний, а, с другой стороны, повышает его социальную отстраненность и изоляцию. Таким образом, происходит осознание все большего отрыва общественного «места» от публичного «пространства» [3, с. 160].

Урбанистический дискурс в публичном пространстве

Жители города при взаимодействии с современными массовыми коммуникациями образуют аудитории, которым свойственна амбива-

лентность в отношениях друг с другом. В результате аудитория является как объектом воздействия со стороны СМИ, так и субъектом коммуникативного процесса. Эти отношения во многом схожи с «потреблением» общественных пространств, где жители могут быть как пассивными, так и активными их «пользователями». Причем аудитория из числа активных горожан (публики) старается задействовать современные коммуникации в качестве средства высказывания своих мнений, позиций и оценок происходящего. Такие высказывания необходимы, поскольку жители современного города постоянно оценивают как то, что публикуется в средствах массовой информации, так и окружающую действительность. Таким образом, жители городов, используя современные коммуникации и средства массовой информации, удовлетворяют свою потребность в социально значимом диалоге. Специалисты (архитекторы, урбанисты, культурологи) отмечают, что жители становятся не только потребителями культурных и социальных смыслов города, но его «активными преобразователями» [22, с. 178].

Понятие «дискурс» считается одним из самых широко интерпретируемых определений в современной лингвистике, семиотике и философии. Термин «дискурс» часто определяется как речь, выступление, рассуждение. Многие лингвисты считают, что понятие «дискурс» синонимично определению «текст», но в отличие от текста характеризуется как динамическое, разворачивающееся во времени коммуникативное явление. Т. ван Дейк трактует понятие «дискурс» как коммуникативное событие [23, с. 46]. Коммуникатив-

ное событие — это «ограниченный в пространстве и времени, мотивированный, целостный, социально обусловленный процесс речевого взаимодействия коммуникантов» [24, с. 13]. Коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные формы.

С. Оводова пишет, что в любом дискурсе «зафиксированы актуальные когнитивные представления носителей языка в отношении окружающей их действительности» [19, с. 127]. Активность горожан определяется дискурсивным многообразием мнений и представлений «фиксированных» (муниципалитет, пассивные консервативные жители) и «стихийно-возникающих» (СМИ, сообщества в социальных сетях и мессенджерах «неравнодушных» жителей) участников городского публичного пространства. И каждый участник вкладывает свои практики в урбанистический дискурс.

Сколько сообществ — столько и представлений об образе города, поэтому представители сообществ замечают и указывают на разные проблемы и способы их решения. Иногда это приводит к разногласиям между городскими сообществами, что отражается в дискурсе. О разных представлениях горожан об образе города посвящена статья Е. Зиминной «Современные бренды как образы города в представлении общественности: анализ исследований на примере города Иркутска», в которой представлены результаты контент-анализа электронных СМИ города Иркутска [25, с. 198].

А. Зарубина подчеркивает, что на урбанистический дискурс долж-

ны влиять не только такие субъекты, как активные горожане, городские сообщества, СМИ и муниципалитет, но и экспертное сообщество, в первую очередь, «союз урбанистов и архитекторов» [22, с. 179]. Экспертное сообщество играет особую роль в дискурсе, так как является некой «третьей» стороной спорах и обсуждениях о развитии городской среды. Основой их оценок является опыт решения многих городских проблем. В статье профессора А. Атанова «Данность, действительность, экспертная оценка в системе методологии гуманитарных наук» подчеркивается, что «форма экспертизы ... опирается на имеющийся у эксперта опыт» [26, с. 360]. Таким образом, в урбанистическом дискурсе репрезентируются интересы горожан, отдельных городских сообществ, позиция муниципалитета в отношении развития городской среды, отноше-

ние экспертных групп к проблемам города и вариантам их решения.

Итак, воссоздание социальности, утраченной в результате автомобилизации города, развития пригородов и геттоизации районов, возможно при появлении нового типа общественных пространств, преодолевающих проблему социальной изоляции жителей города. Общественные пространства в новом качестве превращают «безликих» обитателей города в «публики», и становятся «публичным пространством». Публичные пространства формируются с помощью современных средств коммуникации, вовлекая жителей города в социально значимый диалог. Высказывания горожан, разных городских сообществ, а также муниципалитета и групп экспертов по спорным вопросам развития городской среды преобразуются в урбанистический дискурс.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Mumford L. *The City in History* / L. Mumford. — Harmondsworth : Penguin, 1973. — 657 p.
2. *Metropolis: Center and Symbol of Our Times* / ed. P. Kasinitz. — London : Macmillan, 1994. — 486 p.
3. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / С. Маккуайр. — Москва : Стрелка, 2014. — 389 с.
4. Блум Д.И. Демографические потрясения / Д.И. Блум // *Финансы и развитие*. — 2016. — Вып. 53, № 1. — С. 6–11.
5. Short J.R. *Imagined Country: Society, Culture and Environment* / J.R. Short. — London : Routledge, 1991. — 221 p.
6. Rogers R. *Cities for a Small Planet* / R. Rogers. — London : Faber & Faber, 1997. — 160 p.
7. Метелева Е.Р. Уточнения содержания понятий «город», «городское развитие» и «управление городским развитием» / Е.Р. Метелева // *Известия Иркутской государственной экономической академии*. — 2011. — № 3. — С. 160–164.
8. Космарский А. «Фактически мы проектируем гетто»: социолог о современном урбанизме / А. Космарский // *Indicator.Ru*. URL: <https://indicator.ru/humanitarian-science/fakticheski-my-proektiruem-getto.htm>.
9. Бауман З. *Город страхов, город надежд* / Зигмунт Бауман // *Логос*. — 2008. — № 3. — С. 24–53.
10. Космарский А. Абсолютная безграмотность российских урбанистов: социолог об урбанистике / А. Космарский // *Indicator.Ru*. URL: <https://indicator.ru/humanitarian-science/oleg-pachenkov-chast-2.htm>.

11. Borja J. Revolution and counterrevolution in the global city: the frustrated expectations of the globalization of our cities / J. Borja // EURE. Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales. — 2007. — № 33 (100). — P. 35–50.

12. Ан А.Л. Роль общественных пространств в муниципальных образованиях / А.Л. Ан // Вопросы государственного и муниципального управления. — 2012. — № 1. — С. 174–183.

13. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Рэй Ольденбург. — Москва : Новое литературное обозрение, 2014. — 456 с.

14. Исследование развития комфортной городской среды в Москве и ведущих городах мира : публичный отчет / И. Котов, О. Безрукова, В. Бутенко, [и др.] // The Boston Consulting Group. — URL: <https://www.bcg.com/ru-ru/publications/2018/comfortable-urban-environment.aspx>.

15. Костин В. Федеральная программа «Формирование комфортной городской среды»: взгляд проектировщика / В. Костин // Строительный эксперт. URL: <https://ardexpert.ru/article/9578>.

16. Polyakova N. Approaches to the diagnosis of the comfort of the living environment in cities / N. Polyakova, V. Zaleshin. — DOI <https://doi.org/10.1051/mateconf/201821204001> // MATEC. Web of Conferences. ICRE 2018. — 2018. — Vol. 212 (04001). — URL: https://www.matec-conferences.org/articles/mateconf/abs/2018/71/mateconf_icre2018_04001/mateconf_icre2018_04001.html.

17. Polyakova N. Formation of the assessment method of the living environment comfortability in cities / N. Polyakova, V. Zaleshin, V. Polyakov. — DOI <https://doi.org/10.1088/1757-899X/667/1/012080> // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. — 2019. — Vol. 667. — P. 012080.

18. Гильманов А. «Ошибаться, делать снова, и обязательно — в команде» / А. Гильманов // TATLIN. — URL: https://tatlin.ru/articles/oshibatsya_delat_snova_i_obyazatelno-v_komande.

19. Оводова С.Н. Урбанистический дискурс о благоустройстве города в городе: от нарратива к институтам / С.Н. Оводова, Р.И. Чупин, А.Ю. Жигунов // Journal of Institutional Studies. — 2018. — Т. 10, № 3. — С. 123–138.

20. Демина И.Н. Экономическая коммуникация в интегрированных маркетинговых коммуникациях / И.Н. Демина, М.П. Рачков // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальского государственного университета экономики и права). — 2012. — № 1. — URL: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=11864>.

21. Красноярова О.В. Медиа как среда современного человека / О.В. Красноярова // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2010. — № 6. — С. 159–163.

22. Зарубина А.Б. Урбанистический дискурс в аспекте мультидисциплинарной дискурсологической практики как драйвер позитивных изменений городской коммуникативной среды / А.Б. Зарубина // Филологический аспект. — 2018. — № 1 (33). — С. 172–181.

23. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. — Москва : Прогресс, 1989. — 307 с.

24. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика / И.Н. Борисова. — Москва : КомКнига, 2005. — 320 с.

25. Сидорова Н.В. Современные бренды как образы города в представлении общности: анализ исследований на примере города Иркутска / Н.В. Сидорова, Е.Н. Струк, Е.В. Зимина. — DOI 10.17150/2500-2759.2019.29(2).198-206 // Известия Байкальского государственного университета. — 2019. — Т. 29, № 2. — С. 198–206.

26. Атанов А.А. Данность, действительность, экспертная оценка в системе методологии гуманитарных наук / А.А. Атанов. — DOI 10.17150/2500-2759.2019.29(3).359-371 // Известия Байкальского государственного университета. — 2019. — Т. 29, — № 3. — С. 359–371.

REFERENCES

1. Mumford L. *The City in History*. Harmondsworth, Penguin, 1973. 657 p.
2. Kasinitz P. (ed.). *Metropolis: Center and Symbol of Our Times*. London, Macmillan, 1994. 486 p.
3. McQuire S. *The media city: Media, Architecture und Urban Space*. London, 2008. (Russ. ed.: McQuire S. *Mediyni gorod: media, arkhitektura i gorodskoe prostranstvo*. Moscow, Strelka Publ., 2014. 389 p.).
4. Bloom D.E. Demographic Upheaval. *Finansy i razvitie = Finance and Development*, 2016, vol. 53, no. 1, pp. 6–11. (In Russian).
5. Short J.R. *Imagined Country: Society, Culture and Environment*. London, Routledge, 1991. 221 p.
6. Rogers R. *Cities for a Small Planet*. London, Faber & Faber, 1997. 160 p.
7. Meteleva E.R. Introducing Clarity into Content of «City», «Urban Development» and «Management of Urban Development» Concepts. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2011, no. 3, pp. 160–164. (In Russian).
8. Kosmarskii A. «In fact, we are planning a ghetto»: a sociologist — on the contemporary urban planning. *Indicator.Ru*. Available at: <https://indicator.ru/humanitarian-science/fakticheski-my-proektiruem-getto.htm>. (In Russian).
9. Bauman Z. City of Fears, City of Hopes. *Logos*, 2008, no. 3, pp. 24–53. (In Russian).
10. Kosmarskii A. Russian urban planners' absolute illiteracy: a sociologist — on urban planning. *Indicator.Ru*. Available at: <https://indicator.ru/humanitarian-science/oleg-pachenkov-chast-2.htm>. (In Russian).
11. Borja J. Revolution and Counterrevolution in the Global City: the Frustrated Expectations of the Globalization of our Cities. *EURE. Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 2007, no. 33 (100), pp. 35–50.
12. An A.L. The Role of Social Space in Municipal Formations. *Voprosy gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya = Public Administration Issues*, 2012, no. 1, pp. 174–183. (In Russian).
13. Oldenburg R. *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. Cambridge, 1999. 336 p. (Russ. ed.: Oldenburg R. *Tret'e mesto: kafe, kofeini, knizhnye magaziny, bary, salony krasoty i drugie mesta «tusovok» kak fundament soobshchestva*. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 2014. 456 p.).
14. Kotov I., Bezrukova O., Butenko V., Ermakov V., Polunin K. A study of comfortable urban environment development in Moscow and world major cities. *The Boston Consulting Group*. Available at: <https://www.bcg.com/ru-ru/publications/2018/comfortable-urban-environment.aspx>. (In Russian).
15. Kostin V. The Federal program «Building a comfortable urban environment»: a designer's point of view. *Stroitel'nyi ekspert = Construction expert*. Available at: <https://ardexpert.ru/article/9578>. (In Russian).
16. Polyakova N., Zaleshin V. Approaches to the Diagnosis of the Comfort of the Living Environment in Cities. *MATEC. Web of Conferences. ICRE 2018*. 2018, vol. 212 (04001). Available at: https://www.matec-conferences.org/articles/mateconf/abs/2018/71/mateconf_icre2018_04001/mateconf_icre2018_04001.html. DOI: <https://doi.org/10.1051/mateconf/201821204001>.
17. Polyakova N., Zaleshin V., Polyakov V. Formation of the assessment method of the living environment comfortability in cities. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 2019, vol. 667, pp. 012080. DOI: <https://doi.org/10.1088/1757-899X/667/1/012080>.
18. Gilmanov A. «Making mistakes, doing again and, what is crucial, working in a team» *TATLIN*. Available at: https://tatlin.ru/articles/oshibatsya_delat_snova_i_obyazatelno-v_komande. (In Russian).
19. Ovodova S.N., Chupin R.I., Zhigunov A.Y. Urban Discourse about City Improvement: from Narratives to Institutions. *Journal of Institutional Studies*, 2018, vol. 10, no. 3, pp. 123–138. (In Russian).

20. Demina I.N., Rachkov M.P. Economic Communication in Intergrated Marketing Communications. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii (Baykalskiy gosudarstvennyy universitet ekonomiki i prava) = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy (Baikal State University of Economics and Law)*, 2012, no. 1. Available at: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=11864>. (In Russian).

21. Krasnoyarova O.V. Media as Environment of Modern Human Being. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2010, no. 6, pp. 159–163. (In Russian).

22. Zarubina A.B. Urban discourse in the aspect of multidisciplinary discursive practices as a driver of positive changes in the city communicative environment. *Filologicheskii aspekt = Philological aspect*, 2018, no. 1 (33), pp. 172–181. (In Russian).

23. Dijk T. A. van. *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Moscow, Progress Publ., 1989. 307 p.

24. Borisova I.N. *Russkii razgovornyi dialog: struktura i dinamika* [Russian spoken dialogue: structure and dynamics]. Moscow, KomKniga Publ., 2005. 320 p.

25. Sidorova N.V., Struk E.N., Zimina E.V. Modern Brands as Images of the City in the Public Opinion: an Analysis of the Research on the Example of the City of Irkutsk. *Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Baikal State University*, 2019, vol. 29, no. 2, pp. 198–206. DOI: 10.17150/2500-2759.2019.29(2).198-206. (In Russian).

26. Atanov A.A. Intity, Reality, Expertise in System of Humanitarian Science Methodology. *Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Baikal State University*, 2019, vol. 29, no. 3, pp. 359–371. DOI: 10.17150/2500-2759.2019.29(3).359-371. (In Russian).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Полякова Н.В. Развитие общественного и публичного пространства города и урбанистический дискурс / Н.В. Полякова, В.В. Поляков, В.Е. Залешин. — DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(2).363-378 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 2. — С. 363–378.

FOR CITATION

Polyakova N.V., Polyakov V.V., Zaleshin V.Ye. Development of Social Communities and Public Space of the City and Urbanistic Discourse. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 2, pp. 363–378. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(2).363-378. (In Russian).