

**Беспалова Анна Александровна**

кандидат социологических наук, преподаватель кафедры теоретической социологии и методологии региональных исследований, Институт социологии и регионоведения Южного федерального университета

[anna\\_isir@mail.ru](mailto:anna_isir@mail.ru)

**Anna A. Bespalova**

Candidate of Sociological Sciences, lecturer of the Department of Theoretical Sociology and Methodology of Regional Studies, Institute of Sociology and Regional Studies, Southern Federal University

[anna\\_isir@mail.ru](mailto:anna_isir@mail.ru)

**Культурно-исторические факторы креативизации рекреационного пространства крупного российского города**

**Historical and cultural factors of the creative development of recreational space of a large city in Russia**

***Аннотация.** Автор исходит из идеи о том, что повышение креативного потенциала рекреационного пространства крупных городов, то есть, его креативизации, определяется рекреационными ресурсами и возможностью их реализации. К наиболее значимым ресурсам отнесут культурно-исторические, демографические, управленческие, инфраструктурные и природно-климатические. Статья посвящена рассмотрению культурно-исторических факторов, их характеристике и выявлению значения в креативизации рекреационного пространства. Автор приходит к выводу о том, что условиями их реализации выступают творческая активность населения городов и готовность к инновационной деятельности, а также ресурсная обеспеченность креативной деятельности.*

***Ключевые слова:** крупный российский город, рекреационное пространство, креативность, креативизация, креативный потенциал, рекреация, досуг.*

***Abstract.** The author relies on the idea that the increase in the creative potential of the recreational space of a large city (its creativization) is determined by recreational resources and the possibility of its implementation. The most significant resources are cultural, historical, demographic, administrative, infrastructural and natural-climatic. The article is devoted to the cultural and historical factors, their characteristic and the importance in the creativeization of recreational space. The author comes to the conclusion that the conditions for its implementation are the population's creative and innovative activity, and the resources for creative activity.*

***Key words:** large Russian city, recreational space, creativity, creativization, creative potential, recreation, leisure.*

Рекреационное пространство города составляет часть городского пространства, его креативизация определяется факторами, определяющими в целом уровень креативности городского пространства и выступающими в данном случае ресурсной базой креативизации крупного города. К этим ресурсам можно отнести следующие историко-культурные; демографические (человеческие); управленческие; инфраструктурные; природно-климатические. Историко-культурные факторы являются значимым ресурсом повышения креативного потенциала крупного города, хотя далеко не всегда он используется эффективно. Например, в Санкт-Петербурге богатое историческое наследие может даже служить тормозящим креативное развитие города фактором, если историческое наследие в виде архитектурных и иных памятников искусства и культуры не пытаются представить в ином свете, интересном для современного туриста.

К историко-культурным ресурсам относится также наследие народа, населяющего город, в виде исторических обрядов, традиций, символов, создающих особый, непохожий ни на какой другой колорит города, его дух, узнаваемость среди миллионов других, а также позволяющих сделать этот тип историко-культурных достижений предметом креативной индустрии и даже коммерческой прибыли.

Дух города – это, пожалуй, визитная карточка креативного города. Если его нет, то город является безликим, неинтересным, непривлекательным ни для его жителей, ни для туристов, которых привлекает все уникальное, впечатляющее и оставляющее след в душе и в памяти. Дышит своим колоритом Санкт-Петербург, улицы которого сами говорят за себя, рассказывая путникам свою давнюю историю. И интереснее этого города могут быть только его жители, которых, так же, как и их город, отличает особый дух, дух великой российской культуры, которым петербуржцы пропитаны.

Можно привести массу других примеров, когда с городом и его жителями ассоциируется специфический образ, особый дух. Для Ростова – это дух казачества, донской культуры, донского купечества, причудливо переплетенные в пространстве одного города, по сей день сочетающего в себе дух казачьей вольницы и купеческой рациональности. На Севере страны, в Сибири, в южных регионах России сформировались свои уникальные культурно-символические городские пространства, узнаваемые в их жителях – сибиряках, кавказцах и т.д. Сохранить дух города позволяют национальные и иные праздники, ставшие частью городских традиций. Самые развитые постиндустриальные европейские города не стремятся отказываться от традиций, которыми живут дети, а потом будут жить их дети, но зато как быстро забываются традиции в российском обществе. Как быстро заменяются одни праздники на другие, меняются красные (праздничные) дни в календаре, что создает разрушительный эффект в ментальности граждан страны. [1]

История творится современниками, а потому даже событие современности, ставшее достоянием истории человечества, может стать отправной точкой

креативизации города и формирования его имиджа и облика на долгие годы и века в определенном историческом ракурсе. Так, проведение Зимней Олимпиады в городе Сочи навсегда закрепило на него статус олимпийского города, а созданный колорит и имидж города накануне проведения Олимпиады позволил ему стать хорошей площадкой для дальнейшего развития творчества и креатива, так как создана соответствующая инфраструктура, удобная для проведения рекреационных мероприятий, в том числе с креативной направленностью.

История творится современниками – мы специально повторяемся, так как следует обратить внимание и на возможности современного архитектурного искусства в креативном стиле, использование которых в ряде городов России буквально преобразили их. А сколько проектов пока остается, так сказать, «на бумаге», не реализованных по ряду причин финансового характера, незаинтересованности городских властей и бизнес-сообщества в креативизации городского пространства, в отсутствии модели креативизации рекреационного пространства города. Последнее обстоятельство определяет необходимость глубоких научных разработок данной проблематики и разработок на их основе моделей и стратегий развития рекреационного потенциала города. Иными словами, конструирование рекреационного пространства крупного города должно подчиняться логике некой модели, принятой за основу в конкретном городском пространстве. Мы уже упоминали ранее методику потребительского зонирования, предложенную Л.В. Гайковой в рамках разработки инструментария моделирования общественных пространств в городе на основе выявления потребительских интересов горожан, потребительского потенциала города, средств и резервов общественных территорий, чтобы городское пространство в наибольшей степени отвечало потребительским запросам и удовлетворяло потребности горожан. [2, с.37]

Другими словами, необходимо системное измерение потребительских интересов и потребительского потенциала города для конструирования его рекреационного пространства с помощью социальных практик.

В конструировании рекреационного потенциала крупного города в рамках использования его культурно-исторического кластера необходимо использовать креативный потенциал современной архитектуры и инновационные разработки специалистов. Так, значительный интерес представляет такое направление, как колористика города, которая создает в сознании человека определенный визуальный образ города, но планирование цветовой палитры города должно базироваться на учете ряда факторов, таких как климатические условия города, его флора и фауна, т.е. естественная цветовая гамма городской территории, а также особенности расположения зданий, их структура, их исторически сформировавшаяся цветовая гамма, значимость тех или иных цветов в традициях горожан. [3]

В современной России еще не сформировалось глубокое и осознанное понимание значимости цветовой палитры для создания рекреационного пространства крупного города, не учитываются при этом региональные

особенности и световой климат городской территории. К примеру, если в регионе световой день короток, то, очевидно, необходимо использовать в цветовой палитре данного региона и его городов больше светлых цветов, а для регионов, расположенных в холодной климатической зоне, надо использовать теплые цвета, как бы согревающие городское пространство, и наоборот – в жаркой местности доминирующими цветами должны стать холодные оттенки цветов. [3]

Однако не только законы городской коллористики следует учитывать в городской архитектуре при планировании ее цветовой гаммы. Поскольку разные народы по-разному воспринимают цвета, вкладывая в них особый смысл, обусловленный религиозными верованиями, традициями и обрядами, историческими событиями и т.д., цветовая палитра города и его рекреационного пространства должна сочетаться с цветовыми установками населения. В этом случае архитектура города будет обладать дополнительной рекреационной силой.

Городская рекреация в современном обществе характеризуется появлением новых видов деятельности. Это флешмобы, паблик-арт в формате перформанса и т.д. Организация этих мероприятий не нуждается в создании специальных пространств, но при этом позволяет значительно расширить активный рекреационный досуг горожан, и исследователи в этой связи говорят об организации адаптивной рекреационной среды, требующей иных подходов к проектированию городских рекреаций, чтобы была возможность реализовать новые виды активности, такие как утренняя гимнастика, музыка, фестивали, инсталляции, причем при проектировании желательно использовать визуальные эффекты, усиливающиеся за счет использования струящейся воды, запахов, тумана, пара, звуков и т.д. [4]

Интерес представляет также игровая технология психогеографии, используемая в современных крупных европейских городах. Эта технология разработана для пешеходов и ориентирована на то, чтобы сделать привычный городской маршрут необычным. Для этого используются исторические события, различные творческие находки, эффекты неожиданности, когда на каждом участке маршрута появляются новые события, неожиданные сюжеты, позволяющие заново узнать казалось бы хорошо знакомый город. В качестве примера использования психогеографии в крупном городе можно привести проект «Потерянный Лондон», автором которого является дизайнер Э. Джайлс. [4]

Достоинством новых, креативно сконструированных рекреационных пространств являются чувственные впечатления, познавательные эффекты и ощущение включенности в общее городское пространство за счет участия в специально организованной рекреационной деятельности, в играх.

Городские пространства современных крупных городов России далеко не всегда и не везде позволяют реализовать стратегию адаптивной рекреации, т.е. сделать городское пространство комфортным для проживания и реализации повседневных, сезонных и иных рекреационных потребностей. Можно

привести мнение российских ученых, достаточно точно отражающее состояние крупных городов страны: «Главные органические пороки российских мегаполисов можно обозначить медицинскими терминами: тромбоз и целлюлит. Первое понятие обозначает состояние транспортных коммуникаций города, с бесчисленными авариями и пробками, второе – «разбухание» городской территории при наличии огромных неосвоенных и засоренных пространств внутри города, в том числе – в исторической его части». [5]

Классическая структура крупного российского города, имеющего свою длительную историю, обычно включает три зоны: центральную зону, срединную зону и периферийную зону. Отличаются они друг от друга степенью зрелости среды, функциональной спецификой, степенью разнообразия функций, характером населения, т.е. его ментальностью, спецификой жизнедеятельности, структурой потребностей и способами их реализации. [6] Наибольшим культурным потенциалом обладает центральная часть как историческая часть города, вокруг которой впоследствии формировалось остальное городское пространство, что и привело к образованию срединной и периферийной зон. Рекреационный потенциал центральной части крупного города соответственно самый высокий, но по интенсивности деловой и рекреационной деятельности зачастую выделяется срединная зона, которая имеет более приспособленную для этих видов деятельности инфраструктуру. Наименьшим рекреационным потенциалом обладает периферийная зона как наиболее удаленная от центра часть города, характеризующаяся весьма ограниченным уровнем включенности в общегородские связи и развитости общественных функций, в том числе и рекреационного плана.

Таким образом, можно сказать, что к наиболее значимым ресурсам следует отнести: культурно-исторические, демографические, управленческие, инфраструктурные и природно-климатические. Основными условиями их реализации выступают творческая активность населения городов и готовность к инновационной деятельности; ресурсная обеспеченность креативной деятельности, т.е. материально-техническая, информационная, научно-исследовательская, управленческая база и финансовая поддержка креативных проектов и творческой активности акторов конструирования рекреационного пространства города. Креативное пространство городской рекреационной системы может формироваться как стихийно, так и рационально.[7] И те, и другие механизмы важны, но значимость последних определяется необходимостью создания баланса природных и антропогенных факторов развития рекреационной зоны в крупных городах, а достижение этого баланса основывается на отслеживании потребительского потенциала рекреационного пространства крупного города как комплексного сочетания рекреационных потребностей горожан и потребительских возможностей рекреационного пространства города.

Методики этого отслеживания могут быть различные – от потребительского зонирования до социологической диагностики рекреационного потенциала города. Значимость технологии социологической

диагностики определяется низкой эффективностью реализации рекреационного потенциала крупных городов страны, необходимостью формирования имиджа и бренда городской территории, что приводит к необходимости переосмыслить рекреационное пространство города как объект социологического анализа. Социологическая экспертиза может проводиться в целях разработки рекомендаций как по стабилизации, так и изменению объекта исследования. В целом структуру социологической экспертизы составляет модель описываемого явления, средства объяснения исследуемых социальных фактов и процедур, интерпретация результатов экспертизы и разработка рекомендаций по стабилизации или изменению объекта исследования. [8]

Социологическая экспертиза, являясь формой познания явлений, объектов, процессов с целью внесения изменений, социального прогноза, выявления основных тенденций функционирования и развития, должна стать необходимым этапом принятия управленческих решений в области конструирования рекреационного пространства крупного города. Она является инструментом преобразования действительности, так как описывает, оценивает, прогнозирует не только текущую социальную ситуацию, но и возможные риски принятия тех или иных решений, направленных на изменение текущей ситуации в конкретном секторе социальных отношений и процессов.

### *Литература*

1. Ермакова Л.И., Суховская Д.Н. Роль креативной среды российского города в формировании ценностных ориентаций личности горожанина // *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2016. № 10 (72). С. 86-89.

2. Гайкова Л.В. Потребительское зонирование при формировании городских общественных пространств // *Академический вестник УралНИИпроект РААСН*. 2013. № 4. С. 37.

3. Абрамовская Е.Н. Цветовая среда города [Электронный ресурс]. URL: [http://archvuz.ru/2013\\_22/34](http://archvuz.ru/2013_22/34).

4. Гороховодацкая Е.В. Тенденции проектирования адаптивных рекреационных пространств в городской среде [Электронный ресурс]. URL: [http://archvuz.ru/2013\\_22/63](http://archvuz.ru/2013_22/63).

5. Лобанов Е.Ю., Тимошенко Н.С. Дизайн среды и здоровье города [Электронный ресурс]. URL: [http://archvuz.ru/2013\\_22/78](http://archvuz.ru/2013_22/78).

6. Филанова Т.В., Шуруев Ф.В. Анализ процесса формирования системы общественных и рекреационных пространств в крупнейшем исторически сложившемся городе [Электронный ресурс]. URL: [http://archvuz.ru/2015\\_1/5](http://archvuz.ru/2015_1/5).

7. Скуднова И.Б. Креативная среда как фактор становления коллективной идентичности молодежи // *Социально-гуманитарные знания*. 2011. № 11. С. 230-236.

8. Волков Ю.Г. Социальная имитация в контексте социальных трансформаций. Ростов н/Д: Изд-во Антей, 2011.

## **References**

1. Ermakova L.I., Sukhovskaya D.N. *The role of the creative environment of Russian city in the formation of value orientations of a person of the townspeople // Historical, philosophical, political and legal sciences, culturology and art history. Questions of theory and practice.* 2016. No. 10 (72). Pp. 86-89.
2. Gaikova L.V. *Consumer Zoning in the Formation of Urban Public Spaces // Academic Bulletin UralNIIproekt RAASN.* 2013. № 4. P. 37.
3. Abramovskaya E.N. *Color environment of the city [Electronic resource]. URL: [http://archvuz.ru/2013\\_22/34](http://archvuz.ru/2013_22/34).*
4. Gorokhovodskaya E.V. *Trends in the design of adaptive recreational spaces in the urban environment [Electronic resource]. URL: [http://archvuz.ru/2013\\_22/63](http://archvuz.ru/2013_22/63).*
5. Lobanov E.Yu., Timoshenko N.S. *Design of the environment and city health [Electronic resource]. URL: [http://archvuz.ru/2013\\_22/78](http://archvuz.ru/2013_22/78).*
6. Filanova T.V., Shuruev F.V. *Analysis of the process of forming a system of public and recreational spaces in the largest historically developed city [Electronic resource]. URL: [http://archvuz.ru/2015\\_1/5](http://archvuz.ru/2015_1/5).*
7. Skudnova I.B. *The Creative Environment as a Factor of the Formation of the Collective Identity of Youth // Socio-Humanitarian Knowledge.* 2011. № 11. P. 230-236.
8. Volkov Yu.G. *Social imitation in the context of social transformations.* Rostov-on-Don: Antey Publishing House, 2011.