

РЕВИТАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ГОРОДА

УДК 379.81

<http://doi.org/10.2441/2310-1679-2024-152-161-171>

Станислав Васильевич ФИЛИПЧУК,
кандидат юридических наук, магистрант 2 курса
кафедры социально-культурной деятельности,
Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: kkdominanta@gmail.com

Артем Игоревич ПАВЛУХИН,
магистрант 2 курса кафедры
социально-культурной деятельности,
Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: temik0305@mail.ru

Аннотация: В статье рассматриваются проблемные вопросы формирования социокультурной среды в современных условиях, обусловленных психолого-педагогическими и ценностно-ориентированными особенностями поколений Y (миллениалы) и Z (центениалы). Определяются взаимосвязи между кризисными явлениями культурных институций и формированием общественных пространств в условиях высокой социальной активности вышеуказанных поколений. Анализируется многоаспектность понятия «ревитализация». Подчёркивается ориентация технологий ревитализации в формировании общественных пространств на психолого-педагогические и ценностно-ориентированные особенности населения города в целом и поколений Y и Z в частности, а также на применение социально-культурного подхода. Рассматриваются нормативно-правовые особенности использования технологий ревитализации в современной градостроительной практике регионов России как эффективного инструмента формирования развивающей среды города. Дается оценка результатам реализации данных технологий в различных регионах.

Ключевые слова: социокультурная среда, миллениалы, центениалы, ревитализация, развивающая среда, социально-культурных подход, культурные институции.

Для цитирования: Филипчук С. В., Павлухин А. И. Ревитализация общественных пространств как фактор формирования социокультурной среды города // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2024. №1 (52). С. 161–171. <http://doi.org/10.2441/2310-1679-2024-152-161-171>

REVITALISATION OF PUBLIC SPACES AS A FACTOR IN SHAPING THE CITY'S SOCIO-CULTURAL ENVIRONMENT

Stanislav V. Filipchuk,
CSc in Legal Sciences, 2nd year undergraduate
student at the Department of Social and Cultural Activities,
Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow Region, Russian Federation,
e-mail: kkdominanta@gmail.com

Artem I. Pavlukhin,
2nd year undergraduate student at the Department
of Social and Cultural Activities,
Moscow State Institute of Culture,
Khimki, Moscow Region, Russian Federation,
e-mail: temik0305@mail.ru

Abstract: The article deals with the problematic issues of the formation of the socio-cultural environment in modern conditions caused by the psychological, pedagogical and value-oriented features of generations Y (millennials) and Z (centenials). The interrelations between the crisis phenomena of cultural institutions and the formation of public spaces in conditions of high social activity of the above generations are determined. The multidimensional nature of the concept of «revitalization» is analyzed. The orientation of revitalization technologies in the formation of public spaces on the psycho-pedagogical and value-oriented features of the city's population in general and generations Y and Z in particular, as well as on the application of a socio-cultural approach, is emphasized. The article deals with the regulatory and legal features of the use of revitalization technologies in the modern urban planning practice of the regions of Russia as an effective tool for the formation of the developing environment of the city. The evaluation of the results of the implementation of these technologies is given.

Keywords: socio-cultural environment, millennials, centenials, revitalization, developing environment, socio-cultural approach, cultural institutions.

For citation: Filipchuk S. V., Pavlukhin A. I. Revitalisation of public spaces as a factor in shaping the city's socio-cultural environment. *Culture and Education: Scientific and Informational Journal of Universities of Culture and Arts.* 2024, no. 1 (52), pp. 161–171. (In Russ.). <http://doi.org/10.2441/2310-1679-2024-152-161-171>

Одним из главных вызовов для современного общества является формирование социокультурной среды в условиях активного социального взаимодействия поколений Y (рождённые в период с 1980 по 1996 гг.) и Z (рождённые с 1997 по 2012 гг.). Конечно, границы последнего весьма условны и могут быть определены только после совершеннолетия представителей и проведения дополнительных социологических исследований, однако в данной работе мы будем использовать указанную классификацию.

В настоящее время мы наблюдаем кризис культурных институций, связанный с процессом поиска новых технологий вовлечения представителей вышеназванных поколений в организуемую тем или иным учреждением культуру досуговую деятельность. Анализируя причины кризиса, необходимо отметить, что культурные институции являются важной частью социокультурной среды, которая представляет собой не параллельную, а последо-

вательную взаимосвязь элементов её внешней структуры. Исходя из этого можно утверждать, что кризисные явления одного из элементов приводят к дестабилизации всей системы. Стоит отметить, что в настоящее время уделяется большое внимание укреплению института семьи, сохранению и популяризации традиционных ценностей, обеспечению социального благополучия, развитию учреждений образования и культуры. Однако, недостаточное внимание уделяется среди как таковой, общественным пространствам.

В. Л. Глазычев в книге «Городская среда. Технология развития» называет общественное пространство определяющим признаком города, подчёркивает, что общественное пространство и есть город [4]. По нашему мнению, данный подход наиболее точно отвечает современным вызовам в формировании общественных пространств, обуславливает необходимость концептуального проектирования таковых, что позволяет не только отвечать локальным запросам жителей районов города, но формирует представление о городе и во внешней среде.

Ю. А. Акунина и О. В. Ванина в статье «Проектирование креативных общественных пространств: социально-культурный подход» отмечают, что понятие «общественное пространство» достаточно близко соотносится с понятиями «социально-культурная среда» (совокупность общественных и духовных факторов и условий, влияющих на человека в процессе его жизнедеятельности) и «креативное общественное пространство», стимулирующее проявление творческих способностей личности, оказывающих влияние на формирование стиля жизни: привычек и установок [2].

На наш взгляд, являясь определяющим признаком города – среды культурной жизнедеятельности человека, общественные пространства выступают важным элементом формирования социокультурной среды, которая в свою очередь способствует становлению личности.

Характерно иллюстрирует нашу точку зрения теория разбитых окон, согласно которой, если в некотором здании разбито окно и достаточно продолжительное время его не меняют, то в скором времени в здании не останется ни одного целого окна. То есть, состояние городской среды, её наполнение, напрямую влияют на модели поведения человека, что в свою очередь доказывает корреляцию таковой в понятие «социокультурная среда».

Анализируя вышесказанное, отметим, что наблюдается определённая взаимосвязь в кризисных явлениях культурных институций и общественных пространств, обуславливающая необходимость применения единой методологической базы для их развития.

Культурные институции обладают таковой, ввиду чего представляется целесообразным использовать социально-культурных подход (труды Е. В. Зеленцовой [8], Н. В. Шарковской [15], Л. И. Шептухиной [16], Н. Н. Ярошенко [17], Ю. А. Акуниной [1], О. В. Ваниной [2] и других) в организации общественных пространств. Данный подход направлен на создание разви-

вающей среды, способствующей появлению различных самоорганизованных форм неформального общения на основе их культурных потребностей и любительских интересов в условиях общественных пространств. Именно такой подход к формированию позволит усилить воздействие, оказываемое в свою очередь культурными институтами, а также подготовить к восприятию такового путём формирования смысложизненных ориентиров.

Создание развивающей среды в общественных пространствах должно опираться в первую очередь на социально-психологические, ценностно-ориентированные особенности личности, исходя из этого, возвращаясь к поколениям Y и Z, стоит отметить, что многие существующие пространства не адаптированы для таковых.

По мнению социологов и педагогов [7, 12, 14], представители поколения Y (миллениалов) обладают следующими отличительными чертами:

- ориентация на сегодняшний день: данное поколение не обладает синдромом «отложенной жизни», характерным для предыдущих поколений, наоборот, миллениалы открыты для экспериментов и инноваций;
- горизонтальная коммуникация со многими участниками одновременно: появление социальных сетей, мессенджеров и чатов позволяет поддерживать общение одновременно с группой людей, что прочно вошло в сознание данного поколения;
- поддержание близких взаимоотношений с семьёй: исследователи отмечают, что наиболее близкие отношения складываются у миллениалов с бабушками и дедушками, ввиду их большего влияния на воспитательный процесс в условиях постоянной трудовой занятости родителей в 90-е годы прошлого столетия;
- выраженный интерес к цифровым технологиям, обусловленный не столько культурой развлечений, а напротив освоением новых средств и методов, облегчающих выполнение повседневных задач;
- активное использование социальных сетей и интернета: данное поколение выделяет приоритетным доступ к информации, а не владение ею;
- ориентация на нематериальные ценности: указанная черта затрудняет использование управлеченческих технологий, направленных на стимулирование и мотивирование традиционными средствами и методами;
- ориентация на гибкую профессиональную мобильность, многим обусловленная предыдущей отличительной чертой.

Вышеописанные особенности находят своё практическое отражение в таких явлениях как дистанционная работа, появление индустрии развлечений, активное развитие индивидуальных средств общения и т. д.

Характеристики поколения Z (центениалов) во многом совпадают с родительскими, однако стоит отметить, что центениалов исследователи называют первым цифровым поколением. На наш взгляд, необходимо выделить, следующие наиболее характерные черты представителей поколения Z:

- впечатлительность, возбудимость, гиперактивность;
- многозадачность;
- клиповость мышления;
- партнёрский характер отношений с родителями.

Обобщая представленные характеристики, а также анализируя формирование современных общественных пространств, необходимо выделить несоответствие структуры планирования и создания общественных пространств и психолого-педагогических особенностей миллениалов и центениалов. Данное несоответствие не позволяет создать благоприятные условия для формирования той развивающей социокультурной среды, о которой мы говорим, а только усугубляет кризисные явления, порождая возникновение различных контркультур. Более того, не формируются в достаточном количестве неформальные межличностные связи, теряются навыки коммуникации. В связи с этим возникают кризисы и культурных институций, большая часть деятельности которых основана именно на коммуникативных навыках.

Современные общественные пространства должны быть трансформированы, учитывая особенности миллениалов и центениалов – стать многофункциональными концептуально оформленными территориями, комфортными для работы, обучения, неформального общения, а главное – обладать широким спектром современных цифровых технологий, сохраняя при этом специфику социально-культурного подхода, наполняя пространства не только функциональными элементами, но и смыслами. Подобная трансформация весьма обширна и должна основываться на принципах системности, преемственности, технологичности. Анализируемые технологии в научной среде получили название «ревитализация».

В историческом словаре галлицизмов русского языка под редакцией Н. И. Епишина мы встречаем короткое определение этого слова – оживление [9]. Действительно, именно так переводится термин с латинского языка. Однако, обратимся к научным трудам российских учёных, которые рассматривают данную технологию более детально.

В исследовании А. А. Барабанова «Социально-культурные и семантические принципы ревитализации индустриального наследия» термин «ревитализация» определяется переменой функций зданий и сооружений (архитектурного наследия) с учётом социально-культурных потребностей городов в целом и населения в частности. Важной чертой описываемой технологии выделяется соответствие изменений так называемому «духу времени» [3], то есть современным условиям жизни людей или особенностям определённых поколений.

В качестве примера можно привести опыт ревитализации кинотеатра «Дружба» в г. Рязани. В прошлом столетии пользовавшееся популярностью учреждение в XXI так и не смогло выдержать напора конкурентов по причине изменения культуры просмотра кинофильмов и сильной диф-

ференциации продуктов кинематографа. Ожидаемого запускения, однако, удалось избежать путём перепрофилирования пространства посредством технологий ревитализации. В настоящее время в упомянутом архитектурном объекте располагается квантариум с одноимённым названием, основными направлениями деятельности которого является обучение робототехнике, нанотехнологиям, дизайну и т. п.

М. А. Степанова считает целью процесса «ревитализации» – оздоровление, экологизацию и гуманизацию территории, достижение которой определяют преобразования качественного характера с использованием ландшафтных и архитектурных средств. Исследователь особо подчёркивает необходимость создания новых функциональных и социальных сценариев использования преобразуемых общественных пространств жителями. Именно в этом автор видит начало процесса «оживления» городских территорий [13].

В качестве иллюстрированного примера приведём дом культуры «ГЭС-2». Общественное пространство, созданное на территории бывшей электростанции, сегодня наполнено совершенно иными смыслами. Дом культуры является выставочной площадкой, коворкингом, местом для неформального общения, центром получения и развития прикладных умений и навыков и многое другое. Отдельно стоит сказать о трансформировании ландшафта вокруг помещения электростанции согласно новым направлениям использования архитектурного объекта. Во дворе мы наблюдаем широкую лужайку, служащую местом активных подвижных игр для детей, кроме того, по внутренней части периметра высажена ранее не располагавшаяся здесь берёзовая роща, позволяющая в полной мере использовать средства природной рекреации. Данное общественное пространство наиболее ярко демонстрирует преобразования качественного характера с использованием ландшафтных и архитектурных средств, достигаемые в процессе реализации технологий ревитализации.

Изучая научные подходы к пониманию данных технологий, обратимся также к работам Ю. А. Акуниной, которая отмечает, что «ревитализация» заключается в планомерном и постепенном приспособлении неиспользуемых индустриальных сооружений (заводы и фабрики) к потребностям современного жителя города, создавая при этом творческие кластеры [1].

Анализируя все вышеприведённые определения и опыт практической реализации, отметим, что исследователи подчёркивают важность ориентации ландшафтных и архитектурных преобразований в процессе ревитализации на современные условия, так называемый «дух времени». Под современными условиями нами понимается не что иное, как упомянутые нами выше цифровые технологии, а также особенности развития и функционирования общества – тех самых поколений Y и Z. Кроме того, в исследованиях подчёркивается важность смыслового наполнения «оживляемых» пространств, превращения их в творческие кластеры.

К сожалению, в современной градостроительной практике городов мы редко встречаемся с ревитализацией. В большей степени распространён процесс благоустройства территорий, предполагающий проведение мероприятий инженерного характера, озеленение, устройство покрытий, размещение малых архитектурных форм и объектов монументального искусства. Описанная деятельность направлена на положительные изменения функционального, санитарного, экологического и эстетического состояния территорий [5]. Процесс не направлен на создание новых смысловых ориентиров пространств, и не опирается на особенности развития поколений, поэтому в полной мере не обеспечивает формирование социокультурной среды.

В федеральных нормативно-правовых актах отсутствует определение понятия «ревитализация» в отличие от «благоустройства территорий», трактуемого Градостроительным кодексом РФ. В связи с этим отсутствуют закреплённые законодательно единые подходы к ревитализации, что позволяет федеральным и региональным органам исполнительной власти в своих программно-целевых документах самостоятельно формировать структуру данной технологии.

В Концепции по развитию исторических поселений, поддержке и популяризации культурных и туристских возможностей, развитию экономики культурного наследия на период до 2030 года, утверждённой Министерством культуры Российской Федерации, содержится раздел, посвящённый подходам к ревитализации исторической среды. Однако, сущность термина раскрывается путём анализа данных технологий применительно только к историческим поселениям, состав которых определяется приказом Министерства культуры Российской Федерации и насчитывает 45 городов, сёл и станиц по всей стране [11].

В Стратегии социально-экономического развития Санкт-Петербурга подчёркивается, что ревитализация городской среды является моделью, включая в себя сохранение объектов историко-культурного наследия, перераспределение функций объекта, комплексное благоустройство территорий и т. д. [6]. Заметим, что, согласно указанному подходу, технология ревитализации несколько шире обычного благоустройства. Мы полностью разделяем такую позицию, более того, стоит отметить, что именно составляющая «оживления» определяет концепцию благоустройства территории.

В схожих программно-целевых документах других регионов (г. Москва, Ленинградская область) не раскрываются составляющие технологии ревитализации, данный термин употребляется только как наименование процесса, что не позволяет составить мнение о региональной нормативно-правовой практике в отношении содержания ревитализации.

Вышеописанные правовые пробелы не позволяют в полной мере использовать технологии ревитализации, ориентируя проектировщиков тем самым на чётко регламентированное в законодательстве «благоустройство».

Однако, благоустроенные скверы, к сожалению, не становятся точками притяжения миллениалов и центениалов, тогда как ревитализированные пространства, напротив, с данной задачей справляются.

Познавательный интерес представляет творческий индустриальный кластер «Октава», открытый в 2018 году и расположенный в Туле. Это совместный проект частного инвестора и госкорпорации «Ростех», реализуемый при активной поддержке руководства Тульской области. После реорганизации производства электроакустического оборудования в высвободившихся помещениях был организован одноимённый творческий индустриальный кластер, основу которого составляют музей станка, высшая техническая школа, студия звукозаписи, коворкинг, библиотека и лекторий. Стоит отметить, что в работе кластера активно используются цифровые технологии: от оформления музея станка световыми панелями, до обучения цифровым профессиям в высшей технической школе.

Частная библиотека, работающая на базе кластера, является той ключевой культурной институцией, реализующей просветительский, а также культурно-досуговый компоненты деятельности организации, что позволяет создать целостную социокультурную среду, в которой есть место не только развлечению, но в большей степени развитию. В библиотеке находится более 5000 книг со всего мира по дизайну, виртуальному проектированию, программированию, архитектуре, урбанистике и другим темам. Благодаря гармоничному соединению культурных институций, цифровой составляющей, образовательной и развлекательной деятельности, пространство пользуется большой популярностью как среди жителей Тулы, так и среди туристов.

Подобные проекты существуют в Москве, а также соседних с Тульской областью регионах. В Коломне, Московской области, функционирует арт-квартал «Патефонка», организованный на территории бывшего завода «Текстильмаш», который в свою очередь был размещён в зданиях патефонного завода. Локация ещё развивается и уступает по популярности кластеру в соседнем регионе, однако, не привлекает в работе на постоянной основе местные культурные институции и неактивно использует цифровые технологии, что также сказывается на популярности и смысловой ориентации пространства – место для приобретения товаров и услуг вместо развивающей среды.

В Рязанской области в настоящее время ведётся активная работа по ревитализации сразу двух общественных пространств бывшего здания хлебозавода № 1 и торгового городка. Подробнее рассмотрим последний. Торговый городок представляет собой комплекс выставочных павильонов для представления продукции народного хозяйства. Неофициальное название комплекса – «рязанская ВДНХ», подчёркивает схожее смысловое наполнение со знаменитой московской выставкой. Комплекс построили в сжатые

сроки в 1955 г. На территории появился 21 павильон, где представляли отрасли народного хозяйства региона, фонтан, скульптуры, клумбы с цветами. В начале двадцать первого столетия комплекс оказался невостребованным и пришёл в упадок. История знакового для горожан места могла бы закончиться, но жители города стали регулярно проводить на территории Торгового городка субботники, а также привлекать внимание средств массовой информации к проблеме возрождения территории. Инициативы не остались незамеченными. В 2019 г. по инициативе Правительства Рязанской области здесь размещают одну из площадок Международного форума древних городов. Тематическим направлением таковой становится ревитализация общественных городских пространств в целом и территории торгового городка в частности.

Начатая в 2019 году работа, в настоящее время выражена конкретными концептуальными и технологическими решениями, в первую очередь, связанными с переосмыслением функционального значения территории Торгового городка. Бывшая когда-то областной выставкой территория, в настоящее время приобретает очертания многофункционального пространства, сочетающего в себе развивающий, практический и рекреационный потенциалы.

Концепция развития территории предполагает размещение многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг, чайной и ресторана. Кроме того, на территории разместится филиал одного из региональных музеев с тематической мультимедийной экспозицией, а также школа креативных индустрий и резиденция народно-художественных промыслов региона.

Разработана и активно реализуется комплексная программа проведения культурно-досуговых и информационно-просветительских мероприятий «Торговый городок. Фестивальное лето», основной акцент которой сделан на локальных брендах Рязанской области. Следует отметить, что активная просветительская деятельность также ведётся в социальных сетях Торгового городка, направленная на молодёжную аудиторию, отличающаяся чёткостью и лаконичностью подачи информации, а также особым визуальным оформлением. Процесс ревитализации ещё не завершён, однако, уже сейчас можно сказать, что территория Торгового городка в г. Рязани, становится популярным местом проведения досуга молодёжи и людей среднего возраста.

На примере рассмотренного пространства мы видим подтверждение сформулированных нами теоретических аспектов, отражающих взаимосвязь культурных институций, общественных пространств, характеризующуюся ориентацией на психолого-педагогические особенности миллениалов и центениалов.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что трансформация общественных пространств требует корреляции с деятельностью учреж-

дений культуры, имеющих содержательную методическую базу, а также ресурсы для создания новых ценностных и смысловых ориентиров данных территорий. Именно такой подход обеспечивает целостное формирование социокультурной среды и позволяет преодолеть кризисные явления культурных институций на современном этапе, связанные с характеристиками миллениалов и центениалов.

Список литературы

1. Акунина, Ю. А. Перспективы проектирования креативной городской среды // Социально-культурная деятельность в современном гуманитарном дискурсе: Коллективная монография. Москва: Московский государственный институт культуры, 2021. С. 99–106.
2. Акунина, Ю. А., Ванина, О. В. Проектирование креативных общественных пространств: социально-культурный подход // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2019. № 3 (89). С. 167–174.
3. Барабанов А. А. Социально-культурные и семантические принципы ревитализации индустриального наследия // Эко-потенциал. 2013. № 3–4. С. 237–248.
4. Городская среда. Технология развития: Настольная книга // В. Л. Глазычев, М. М. Егоров, Т. В. Ильина и др. Москва: Ладья, 1995. 239 с.
5. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 04.08.2023): URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040
6. Закон Санкт-Петербурга от 19.12.2018 г. «О Стратегии социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года» (с изменениями на 21 декабря 2022 года): URL: <https://docs.cntd.ru/document/551979680>
7. Звягинцева Е. П., Мухортова Е. А. Метакачества студентов поколения «игрек», определяющие успешность их обучения и карьеры в финансово-экономической сфере (на примере студентов финуниверситета) // Известия вузов. Серия «гуманитарные науки». 2015, № 6 (1). С. 67–73.
8. Зеленцова, Е. Ю., Гладких, Н. Творческие индустрии. Теории и практики // Москва, 2021. 209 с.
9. Исторический словарь галлицизмов русского языка // Николай Иванович Епишкин. Москва: ЭТС, 2010. 5140 с.
10. Киселева Т. Г. Социально-культурная деятельность: учебник: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки «Социально-культурная деятельность» и специальности «Социально-культурная деятельность». Москва: МГУКИ, 2004. 539 с.
11. Концепции по развитию исторических поселений, поддержке и популяризации культурных и туристских возможностей, развитию экономики куль-

турного наследия на период до 2030 года (утв. Минкультуры России): URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_282149

12. *Мирошкина М. Р. X, Y, Z, Теория поколений. Новая система координат // Вопросы воспитания.* 2014, № 2. С. 50–57.
13. *Степанова, М. А. Структура подходов к архитектурно-ландшафтной ре- витализации исторических центров городов. Самара.* № 3. 2011. С. 24–26.
14. *Хомякова Е. И. «Поколение Y» в контексте социального взаимодействия в современном обществе // Известия Томского политехнического университета.* Т. 319. 2011, № 6. С. 153–156.
15. *Шарковская Н. В. Культурологические смыслы парка как общественного пространства активного досуга // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств.* 2018. № 5 (85). С. 104–110.
16. *Шептухина, Л. И. Творческие индустрии и городское развитие в XXI веке // Экономика, управление, финансы: материалы III Международной научной конференции (г. Пермь, февраль 2014 г.). Пермь: Меркурий, 2014. С. 174–176.*
17. *Ярошенко, Н. Н. Индустрия развлечений в пространстве современных куль- турных практик // Международный журнал исследований культуры.* 2017. № 1 (26). С. 112–122.