

УДК 316.33



**КЛЮЧЕВЫЕ АКТОРЫ  
КОНСТРУИРОВАНИЯ  
РЕКРЕАЦИОННОГО  
ПРОСТРАНСТВА КРУПНОГО  
РОССИЙСКОГО ГОРОДА:  
ПОТЕНЦИАЛ  
КРЕАТИВНОСТИ**

**Беспалова Анна Александровна**

Аспирант Института социологии  
и регионоведения Южного федерального  
университета, г. Ростов-на-Дону,  
e-mail: anna\_isir@mail.ru

**KEY ACTORS  
OF CONSTRUCTION  
OF RECREATIONAL  
SPACE OF RUSSIAN  
METROPOLIS:  
POTENTIAL  
OF CREATIVITY**

**Bespalova Anna A.**

Postgraduate student,  
Institute of Sociology and Regional Studies,  
Southern Federal University, Rostov-on-Don,  
e-mail: anna\_isir@mail.ru

В данной статье рассматривается актуальная для современной урбанизирующейся России проблема, связанная с конструированием рекреационного пространства крупного российского города. На уровне теоретической рефлексии автором анализируется креативный потенциал ключевых акторов данного процесса и определяются причины, ограничивающие возможности его формирования и реализации.

The article is devoted to topical issue for modern urbanizing Russia, the construction of recreational space of Russian metropolis. At the level of theoretical reflection the author analyses the creative potential of the key actors of this process. The reasons of limiting the possibility of formation and implementation of creative potential of the actors are identified.

**Ключевые слова:** крупный город, городское пространство, рекреационное пространство, акторы, горожане.

**Keywords:** metropolis, urban space, recreational space, actors, citizens.

Если рассматривать рекреационное пространство как часть социального пространства, которое, как следует из понимания А. Лефевра, представляет собой в большей степени продукт социального взаимодействия, а не некую независимую данность [1], то совершенно логично будет рассматривать рекреационное пространство города как часть со-

циального пространства города, формирующуюся в результате взаимодействия акторов (отдыхающих и организаторов отдыха) при создании рекреационной зоны и реализации рекреационных потребностей.

Рекреационное пространство, отталкиваясь от системного подхода к его определению В.И. Новиковой, представляет собой систему, в которой базовыми элементами выступают рекреационные ресурсы, инфраструктура рекреационной деятельности, рекреанты, рекреаторы, руководящие органы [2]. Для данного исследования интерес представляют такие системные элементы рекреационного пространства, как рекреанты и рекреаторы. Первые являются потребителями рекреационных услуг, удовлетворяющими свои рекреационные потребности, а вторые – обеспечивающими условия для реализации этих потребностей в ходе рекреационной хозяйственной деятельности, как правило, с целью получения прибыли или выполнения социального заказа на хозяйственных условиях.

В своей совокупности рекреанты и рекреаторы составляют такой структурный элемент рекреационного пространства города, как акторы рекреационного пространства города, к которым также следует отнести органы управления рекреационной деятельностью, в функции которых входит управление развитием рекреации в городе и формирование управленческого аппарата для реализации конкретных мероприятий рекреационной направленности. Именно в процессе взаимообусловленной деятельности указанных акторов конструируется рекреационное пространство города, а потому их по праву можно считать акторами конструирования рекреационного пространства города.

Таким образом, акторы конструирования рекреационного пространства города делятся на три группы: первая группа включает индивидов, занимающихся рекреационной потребительской деятельностью и удовлетворяющих свои рекреационные потребности в городе, т.е. рекреанты; вторая представлена физическими и юридическими лицами, занимающимися рекреационной хозяйственной деятельностью в городе, т.е. рекреаторы; третья группа – это органы управления рекреационной деятельностью в пространстве города.

Акторы конструирования рекреационного пространства города как структурный элемент рекреационного пространства города тесно связаны с другими составляющими структуры этого пространства, к которым относятся:

– рекреационная среда, включающая туристическую, транспортную инфраструктуру, рекреационные ресурсы;

– рекреационные цели, отличные для каждой группы акторов, но по итогам их реализации способствующие наращиванию рекреационного потенциала городского пространства;

– рекреационные действия, под которыми мы понимаем практики взаимодействия между акторами конструирования рекреационного пространства города. Действия акторов конструирования рекреационного пространства города (рекреантов и рекреаторов) могут носить осознанный и неосознанный характер, но для органов управления эти действиями носят исключительно осознанный характер;

– результат рекреационной деятельности в виде формирующихся связей между акторами, вовлеченными в процессы создания, оказания и потребления рекреационных услуг. Эти связи можно выразить в виде следующих типов взаимодействия: рекреантов и организаторов рекреации, разных организаторов рекреационной деятельности, организаторов и органов управления рекреационной деятельностью. В каждом поле взаимодействия формируется своя система связей, характеристик, методов и стилей деятельности, определяющих результативность деятельности в области конструирования, создания и функционирования рекреационного пространства города.

Современный крупный город – уникальное и весьма неоднородное явление, характеризующееся своими социокультурными особенностями, демографической, архитектурной, социально-экономической, информационной, этнокультурной спецификой, в комплексе определяющими рекреационное пространство города, потенциал его рекреационных ресурсов и акторов конструирования рекреационного пространства. Современный мир можно по праву назвать урбанизирующимся, что, естественно, влечет за собой демографические и социокультурные сдвиги [3]. Рост городского населения влечет за собой изменения в моделях социального поведения, мировоззрении населения, их репродуктивных и семейных стратегий в целом. Городское пространство становится не просто пространством реализации профессиональных, семейных, экономических стратегий – это пространство жизни, в котором горожане самовыражаются, проживают самые разные жизненные этапы.

Современная городская жизнь стремительно наращивает жизненный темп, и особенно актуально это для крупных городов, в которых время течет значительно быстрее по степени его восприятия жителями, что формирует различные по сравнению с жителями негородских территорий типы ментальности, а также уровень усталости и заболеваемости. Это определяет острую потребность в рекреационных

услугах, развитой рекреационной зоне, которая позволила бы нивелировать издержки высокого темпа жизни горожан, стрессогенности городской жизни. Но это только одна сторона изучаемого вопроса. Можно много привести доводов в обоснование необходимости развития рекреационной сферы в крупном городе. Один из них связан также с формированием рекреационного пространства как пространства идентификации жителей крупного города, имеющего свою историю, памятные места, достопримечательности и т.д., эффективное использование которых также может стать условием развития туристической зоны в конкретном городе [4].

Важным аспектом развития рекреационного пространства крупного города выступает также «вызревание новой природы развития российских городов» [5], которая проявляется в том, что современные российские города развиваются по присущей им внутренней имманентной логике развития, в отличие от городов советского периода, когда города выступали объектом целенаправленной плановой деятельности, базировавшейся на идеологических установках [6], а не специфике конкретного города. В свете эволюции природы и сущности современных городов ученые говорят о том, что «город будущего будет саморазвиваться за счет своей креативной природы и как креативная, в том числе инновационная, среда» [7, с. 5].

Если классическим, традиционным основанием появления и развития городов выступал наемный труд (если говорить об эпохе Средневековья), то в современную эпоху акценты начинают несколько смещаться. Сегодня крупные города становятся центрами развития инноваций, различных стратегий социальной капитализации, не связанных с наемным трудом. Более того, города становятся центрами развития самых различных рекреационных зон, в которых также протекает общественная жизнь в рамках реализации культурно-досуговых потребностей.

Одним словом, меняется сама идеология формирования городского пространства, которое должно стать местом, пригодным для жизни человека со всеми ее составляющими – трудовой, профессиональной, культурной, рекреационной, и, соответственно, его конструирование должно охватывать самый разнообразный спектр потребностей горожан и самого города как культурного, экономического, рекреационного центра.

Пространство города – во многом пространство социальное, в котором пересекаются и сосуществуют индивидуальные и групповые социальные смыслы, реализуемые в коммуникативных практиках,

оформляющих жителей города в городское сообщество [8, с. 24], идентификация с которым увеличивается по мере включенности в коммуникативные практики, осуществляемые в том числе в рекреационном пространстве города.

Традиционно крупный город воспринимается как среда социальной разобщенности, в которой высокую значимость имеет статусное восприятие личности, преобладают формализованное общение и индивидуализм, а также размытые формы идентичности (особенно в условиях высокой динамики миграционных процессов), снижается ценность родственных связей ввиду редких семейных контактов. Если признать, что в целом это действительно соответствует реальности, тем более повышается значимость коммуникативных практик в городском пространстве как способа формирования целостного городского сообщества, способного не только отдыхать, потреблять различного рода рекреационные услуги, но и стать активным субъектом развития города как культурного центра и жизненного пространства.

Крупные города – это еще и центры, в которых аккумулируются экономические ресурсы региона. Они должны быть конкурентоспособными в условиях глобализирующейся экономики и жесткой конкуренции в экономическом пространстве современного мира. В.В. Вагин отмечает, что ослабление города в конкурентной борьбе между городами становится причиной поражения региона в его конкурентной борьбе с другими регионами [4]. Рекреационная система города – часть конкурентного пространства города, роль которой повышается по мере развития сектора услуг и роста его значимости в системе экономического развития.

Именно в этом секторе городского пространства и экономики города перспективы применения креативных технологий наиболее высокие, как и формирование креативного класса, к которому, если отталкиваться от теоретических идей Ю.Г. Волкова, «можно отнести тех людей из различных социальных слоёв и групп, которые ощущают потребность в социальной самореализации, осознают солидарность с единомышленниками и ориентированы на то, чтобы социальные ожидания воплотились в реально значимые дела» [9].

Само понятие креативности интерпретируется этим ученым в деятельностном аспекте как социально созидательная деятельность, связанная с установками на самореализацию на личностном, групповом и общественном уровнях и включением в различные формы социального участия [10], т.е. речь идет не о массовом явлении, а о новом качестве общественной жизни, благодаря развитию которого «миллионы людей

перестают быть массой, стремятся стать хозяевами своего дела и ищут индивидуальность не в социальной эксклюзии, социальном эпатаже или перформансе, но в личном влиянии на общественную жизнь, ощущении и осознании себя причастными к социальным изменениям и разделению ответственности за складывающуюся в обществе ситуацию» [11].

Относительно реальности существования креативного класса и самой теории, описывающей его, в науке сложилось достаточно обширное критическое пространство, но вслед за Е. Лапиной-Кратасюк мы зададимся вопросом: стоит ли возражать против того, что есть класс, который производит в основном знания, не разделяя свою жизнь на досуг и работу? [12]. В свою очередь, такой стиль жизни, в котором работа и досуг взаимопересекаются, формируя пространство свободы в рамках как реализации творческой активности, так и чрезмерной, практически 24-часовой, занятости, обуславливает необходимость создания принципиально иного пространства, где бы креативно ориентированные люди могли и отдыхать, и работать одновременно. В городской среде такие пространства представлены, к примеру, кафе с Wi-Fi. Одним словом, городское пространство в современную цифровую эпоху должно ей соответствовать и развиваться в русле информатизации как способа обеспечения мобильности городской жизни и городских граждан, осуществляющих свою жизнедеятельность в духе информационно-цифровой эпохи.

Именно поэтому Е. Лапина-Кратасюк полагает, и с ней следует согласиться, что традиционно разделение в исследовании городского пространства на *urban studies*, *media studies* и *new media studies*, в рамках которых изучаются феномены медиа и новых медиа в городских пространствах, уже неактуально, и требуется формирование общего методологического поля исследования городского пространства в условиях развития медийных технологий [12].

Таким образом, мы можем заключить, что конструирование рекреационного пространства города в значительной степени определяется уровнем креативности акторов данного процесса, т.е. тех, кто связан с разработкой и реализацией рекреационных проектов, управляет процессом рекреации городского пространства и потребляет рекреационные услуги. Очевидно, что в наименьшей степени креативностью обладают управленческие органы и структуры, регулирующие и контролирующие процесс формирования и развития рекреационного пространства города. Тогда основная нагрузка в области развития рекреационного пространства города в его креативном формате ложится на рекреантов и рекреаторов, а также жителей города в целом, от уровня

участия которых в жизни города зависит его облик, привлекательность для туристов и самих городских жителей. В данном контексте большую роль играют восприятие города его жителями, видение того, каким должен стать город в процессе конструирования или реконструирования городского пространства [13], а также ориентация на креативные стратегии в профессиональной и досуговой деятельности.

Значимость креативного аспекта в конструировании креативного пространства крупного города как коммуникативного центра более четко высвечивается, если мы посмотрим на город как на порядок отношений – «отношений между людьми и вещами, между людьми и зданиями, между местами и людьми, между местами и зданиями (а также между отношениями и отношениями) et cetera» [14]. В рамках данного подхода городское пространство можно рассматривать как пространство отношений, формирующихся в процессе взаимодействия между различными акторами этого пространства, которыми в данном случае являются также и нефизические объекты, но в совокупности этих отношений формирующие «социальное-в-пространстве» [15]. Порядок этих отношений может быть окрашен в различные тона, в том числе и в креативные – все зависит от уровня креативности акторов взаимодействия в городском пространстве.

Современные крупные города динамично меняются, что обусловлено масштабами миграции населения, высокой динамикой социокультурного развития и потребностями самих жителей, предъявляющих более высокие требования к городской среде, которая должна соответствовать их запросам и установкам на успешную жизненную самореализацию. Если эти потребности не удовлетворяются, формируется, а затем и реализуется миграционный потенциал городских жителей, что сказывается на демографическом потенциале данного города и региона в том числе. Это определяет значимость своевременного отслеживания изменений в потребностях городских жителей и города как пространства жизни и соответствующих действий в области реконструкции города, улучшения условий жизни во всех сферах – бытовой, трудовой, досуговой, экономической и т.д.

Иными словами, города должны быть мобильными, уметь быстро реагировать на вызовы внешней среды, потребности населения, чтобы быть востребованными горожанами [15].

«Наши соотечественники ищут отдыха вовсе не в городе. Они бегут из него – кто на дачи, кто на турбазы, кто в далёкие страны», – пишет В. Нефедов [15], тем не менее он убежден, что и в городе можно создать зону полноценной природно-парковой среды, которая смо-

жет стать альтернативой дачному отдыху и иным видам досуга за пределами города. Таких парков, которые стали зоной активной рекреации для городских жителей, в крупных городах современного мира много. Можно привести в качестве примера новые парки Парижа и Барселоны, которые наглядно демонстрируют возможности города при грамотном структурировании городского пространства, благодаря чему формируется широкий диапазон активных форм рекреации, а также обеспечивается положительный фон развития экологической среды [16]. Такой подход к конструированию рекреационной зоны в городском пространстве крупного города, конечно же, требует соответствующих установок на повышение рекреационного потенциала города со стороны городских властей, и креативность как способность выбрать наиболее креативные и эффективные проекты реконструкции города здесь играет далеко не последнюю роль, однако в условиях российской реальности креативному подходу в организации и управлении процессом конструирования рекреационного пространства отводится весьма незначительное место, и лишь немногие, как правило, наиболее устойчивые в финансовом положении крупные города России могут себе позволить масштабные рекреационные проекты.

Следует учитывать тот факт, что российские города слишком длительное время развивались в рамках плановой экономики и жесткой системы управления, не учитывающей логику внутреннего саморазвития города, и переход к иным формам городского управления, связанных с переходом к системе городского самоуправления, осуществляется достаточно противоречиво. Одной из причин является сохранение административно-командных методов управления в системе управления Российского государства как на федеральном, так и региональном уровнях, что значительно ограничивает возможности реализации креативного потенциала акторов конструирования рекреационного пространства крупных городов России. Ряд других причин связан с дефицитом финансовых ресурсов, отсутствием заинтересованности бизнес-элиты в развитии рекреационного потенциала города, низкой степенью включенности горожан в общественную жизнь города.

Таким образом, креативный потенциал акторов конструирования рекреационного потенциала крупных городов России на данный момент еще развит в недостаточной степени, а возможности его реализации еще ниже, что в целом определяет низкий рекреационный потенциал многих крупных российских городов.

Литература

1. *Lefebvre H.* The Production of Space. Oxford, 1991. 464 p.
2. *Новикова В.И.* Составляющие территориальной рекреационной системы: определение, классификация // Псковский регионалогический журнал. 2013. № 16. С. 133–150.
3. *Бандурин А.П., Верещagina А.В., Самыгин С.И.* Духовные аспекты формирования нового экологического сознания и обеспечения экологической безопасности крупного города в современной России // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 8. С. 27–30.
4. *Баженова Е.Ю.* Бренд территории: содержание, модели формирования, практика конструирования в российских регионах // Terra Economicus. 2013. Т. 11, № 3–2. С. 120–125.
5. *Вагин В.В.* Российские города: новые подходы к изучению. Вместо предисловия [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/046/680/1219/vagin.pdf> (дата обращения: 12.09.2016).
6. *Волков Ю.Г.* Идеология гуманизма в становлении российской идентичности // Социально-гуманитарные знания. 2006. № 2. С. 3–15.
7. *Левинтов А.Е.* Город будущего: онтологические основания // Лабиринт: журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. № 1. С. 5–14.
8. *Чернявская О.С.* Город как коммуникативное пространство // Город меняющийся: траектория развития и культурные пространства : сб. ст. Пермь, 2011. 140 с.
9. *Волков Ю.Г.* Возникновение и современное состояние российского креативного класса // Вестник Института социологии. 2012. № 5.
10. *Волков Ю.Г.* Креативная личность в культурно-историческом контексте. Ростов н/Д., 2011. 34 с.
11. *Волков Ю.Г.* Креативность: творчество против имитации. М., 2013. 432 с.
12. *Лапина-Кратасюк Е.* Городское пространство в цифровую эпоху [Электронный ресурс]. URL: <https://postnauka.ru/video/32900> (дата обращения: 10.09.2016).

References

1. *Lefebvre H.* The Production of Space. Oxford, 1991. 464 p.
2. *Novikova V.I.* Sostavlyayushchie territorial'noy rekreatsionnoy sistemy: opredele-nie, klassifikatsiya // Pskovskiy regionologicheskiy zhurnal. 2013. № 16. S. 133–150.
3. *Bandurin A.P., Vereshchagina A.V., Samygin S.I.* Dukhovnye aspekty formirovaniya novogo ekologicheskogo soznaniya i obespecheniya ekologicheskoy bezopasnosti krupnogo goroda v sovremennoy Rossii // Gumanitarnye, social'no-ekonomicheskie i obshchestvennyye nauki. 2015. № 8. S. 27–30.
4. *Bazhenova E.Yu.* Brend territorii: sodержanie, modeli formirovaniya, praktika konstruirovaniya v rossiyskikh regionakh // Terra Economicus. 2013. Т. 11, № 3–2. S. 120–125.
5. *Vagin V.V.* Rossiyskie goroda: novye podkhody k izucheniyu. Vmesto predisloviya [Elektronnyy resurs]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/046/680/1219/vagin.pdf> (data obrashcheniya: 12.09.2016).
6. *Volkov Yu.G.* Ideologiya gumanizma v stanovlenii rossiyskoy identichnosti // Social'no-gumanitarnye znaniya. 2006. № 2. S. 3–15.
7. *Levintov A.E.* Gorod budushchego: ontologicheskie osnovaniya // Labirint: zhurnal sotsial'no-gumanitarnykh issledovaniya. 2013. № 1. S. 5–14.
8. *Chernyavskaya O.S.* Gorod kak kommunikativnoye prostranstvo // Gorod menyayushchiysya: traektoriya razvitiya i kul'turnye prostranstva : sb. st. Perm', 2011. 140 s.
9. *Volkov Yu.G.* Vozniknovenie i sovremennoye sostoyanie rossiyskogo kreativnogo klassa // Vestnik Instituta sotsiologii. 2012. № 5.
10. *Volkov Yu.G.* Kreativnaya lichnost' v kul'turno-istoricheskom kontekste. Rostov n/D., 2011. 34 s.
11. *Volkov Yu.G.* Kreativnost': tvorchestvo protiv imitatsii. M., 2013. 432 s.
12. *Lapina-Kratasyuk E.* Gorodskoe prostranstvo v tsifrovuyu epokhu [Elektronnyy resurs]. URL: <https://postnauka.ru/video/32900> (data obrashcheniya: 10.09.2016).

13. *Лобанова А.С.* «Да, не в тему, но красиво же, красиво!»: восприятие городского пространства жителями Йошкар-Олы [Электронный ресурс]. URL: [http://journalsa.ru/sites/all/files/volumes/2014\\_4/Lobanova\\_2014\\_4.pdf](http://journalsa.ru/sites/all/files/volumes/2014_4/Lobanova_2014_4.pdf) (дата обращения: 10.09.2016).

14. *Вахштайн В.* Как изменилась городская среда? [Электронный ресурс]. URL: <https://postnauka.ru/video/29572> (дата обращения: 11.09.2016).

15. *Карпова О.* Почему мы уезжаем из центра на периферию? [Электронный ресурс]. URL: <https://postnauka.ru/video/29572> (дата обращения: 11.09.2016).

16. *Нефедов В.* Пространство для рекреации: тренды нового века [Электронный ресурс]. URL: <http://archi.ru/press/russia/49208/prostranstvo-dlya-rekreacii-trendy-novogo-veka> (дата обращения: 10.09.2016).

13. *Lobanova A.S.* «Da, ne v temu, no krasivo zhe, krasivo!»: vospriyatie gorodskogo prostranstva zhitelyami Yoshkar-Oly [Elektronnyy resurs]. URL: [http://journalsa.ru/sites/all/files/volumes/2014\\_4/Lobanova\\_2014\\_4.pdf](http://journalsa.ru/sites/all/files/volumes/2014_4/Lobanova_2014_4.pdf) (data obrashcheniya: 10.09.2016).

14. *Vakhshtayn V.* Kak izmenilas' gorodskaya sreda? [Elektronnyy resurs]. URL: <https://postnauka.ru/video/29572> (data obrashcheniya: 11.09.2016).

15. *Karpova O.* Pochemu my uezzhaem iz centra na periferiyu? [Elektronnyy resurs]. URL: <https://postnauka.ru/video/29572> (data obrashcheniya: 11.09.2016).

16. *Nefedov V.* Prostranstvo dlya rekreatsii: trendy novogo veka [Elektronnyy resurs]. URL: <http://archi.ru/press/russia/49208/prostranstvo-dlya-rekreacii-trendy-novogo-veka> (data obrashcheniya: 10.09.2016).