

## СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

*Работа посвящена исследованию социально-экологических проблем городского пространства, решение которых связано с необходимостью дальнейшего повышения качества жизненной среды современного человека. Рассматривается влияние указанных проблем на экологические качества архитектурного пространства. Показано влияние социально-культурных условий жизнедеятельности, образа жизни людей на их отношение к архитектурной среде. Выявлены тенденции негативного плана, которые обусловлены ослаблением социально-психологических связей между человеком и архитектурной средой. В этом ряду рассматриваются явления деидентификации, характеризующиеся потерей пространственных ценностей и психологической неустроенностью индивида, стратификации, которая является следствием резкого расслоения общества, переоценки ценностей и новым проявлением идентичности, диктата заказчика, связанного с появлением неограниченного «потребительства» и давления клиента на архитектора. Выявлены тенденции позитивного характера: выступления общественности в защиту экологических ценностей городского пространства, движение «к потребителю», альтернативное проектирование.*

*На основе изучения этих тенденций сделан вывод о взаимовлиянии социальных и пространственных факторов формирования городской среды. С одной стороны, социально-экологические процессы влияют на изменение качества жизненной среды и на расширение функционального и семантического поля архитектурного пространства. С другой стороны, пространственные процессы оказывают воздействие на развитие социальной сферы. Комфортные пространственные условия стимулируют позитивную социальную активность и повышение качества жизни жителей.*

*Определены направления улучшения ситуации, которые включают укрепление социального статуса архитекторов и градостроителей путем участия их в повышении экологической культуры и уровня экологического сознания населения, расширения сферы применения социологических и экологических исследований в ходе реального и учебного проектирования, участия в реализации комплексных программ повышения качества жизненной среды.*

**Ключевые слова:** *экология пространства, деидентификация, стратификация, диктат заказчика, движение «к потребителю», альтернативное проектирование.*

## THE URBAN SPACE SOCIO-ENVIRONMENTAL PROBLEMS

*The work is devoted to the study of socio-environmental problems of urban space, the solution of which is connected with the necessity to further improve the quality of the living environment of modern man. The impact of these problems on the environmental quality of architectural space examines. It shows the influence of socio-cultural living conditions, lifestyles of the people in their relation to the architectural environment. Identified trends were negative, which is caused by the weakening of social and psychological relations between man and architectural environment. In this series discusses the phenomenon of*

*de-identify, characterized by loss of spatial values and psychological life of the individual, stratification, which is a consequence of the sharp stratification of society, the revaluation of values and the new manifestation of identity, the dictates of the customer associated with the emergence of unlimited «consumerism» and pressure the client to the architect. The tendencies of a positive nature: speeches to the public in the protection of ecological values of urban space, movement «to the consumer», an alternative design.*

*The conclusion about the influence of social and spatial factors of the urban environment is based on the study of these trends. On the one hand, the socio-ecological processes influencing the quality of the living environment and expanding functional and semantic field of architectural space. On the other hand, spatial processes affect the development of the social sphere. Comfortable space conditions stimulate positive social activity and improving the quality of life of residents.*

*Identify areas of improvement, which include strengthening the social status of architects and urban planners by their participation in the increase of ecological culture and the level of environmental consciousness of the population, broadening the scope of sociological and ecological research in the real world and study design, participation in the implementation of comprehensive programs to improve the quality of the living environment.*

**Keywords:** *ecology space, deidentification, stratification, the dictatorship of the customer, the movement «to the consumer», an alternative design.*

Экологические проблемы городского пространства волновали общество с давних времен. Это отражено в различных литературных источниках. У Д. Байрона, например, есть такие строчки о средневековом городе:

«К несчастью, город, столь пленивший нас,  
Вблизи теряет прелесть невозвратно.  
Он душит вонью, оскорбляет глаз,  
Все черное, на всем подтеки, пятна,  
И знать и плебс грязны невероятно».

[1, т. 1, с. 161]

Современные представления об экологии связаны с расширением её задач, глобализацией и выходом на социальный уровень. Соответственно важным аспектом архитектурно-экологического исследования является анализ социально-психологических и культурно-исторических проблем организации пространства. Исследование данных проблем связано с необходимостью дальнейшего повышения качества жизни современной человека.

Актуальность социально-экологического подхода к организации современной архитектурной среды стала очевидной вследствие глобализации экологических проблем, участия широких масс населения в экологических движениях. Акции «зелёных» и активных граждан в защиту мест обитания, протесты против уплотнения застройки, ликвидации зелёных зон и сокращения экологически позитивного пространства – всё это свидетельства возрастающей обеспоко-

енности общественности обострением пространственных проблем жизненной среды. Данные вопросы не могут быть решены без исследования глобальных социально-экологических проблем в урбанизированной пространственной среде, с одной стороны, и анализа архитектурно-пространственной структуры социального, психологического, культурного, этнического пространства – с другой.

Прежде всего необходимо отметить ряд наиболее актуальных проблем этого плана.

Новые социально-психологические проблемы города и городского образа жизни, влияющие на изменение качества жизненного пространства, в итоге отражаются на физическом, психологическом и социальном благополучии, то есть на здоровье человека. Социально-психологические процессы современного города: рост населения, неограниченное потребление, социальные болезни, стратификация, неконтролируемая миграция, загрязнение – влияют на экологическую ситуацию. Рост населения вызывает неограниченный рост городов, расширение антропогенного пространства за счёт природного. Переуплотнение, скученность влияют на рост агрессивности и преступности, наркомании и вандализма, которые создают ряд социально-психологических проблем, в числе которых деидентификация (потеря чувства места и территориальности). Неограниченное потребление, проявляющееся в давлении клиента на архитектора, ведет к увеличению хаотичности застройки.

Деидентификация противоположна процессу идентификации, которая является важнейшим показателем единства человека и пространственной среды. Идентификация это, по сути, слияние, самоотождествление субъекта с окружением. Деидентификация же характеризуется потерей пространственных ценностей, психологической дезориентацией, неустроенностью индивида. К пространству он относится с безразличием, которое часто связано с проявлениями социального отчуждения: чувством бессилия, культурным отстранением, социальной изоляцией [4].

Стратификация пространства является следствием социально-экономических перемен, резкого расслоения общества, переоценки ценностей и новым проявлением идентичности. Коллективная идентичность архитектуры становится средством самовыражения. В этой ситуации частные и персонализированные пространства являются составляющей имиджа социальной группы, семьи, корпорации и отдельной личности. Следствием этого становятся топологические изменения: физическое разделение пространства границами, дифференциация по уровням благоустройства, аранжировки и декорирования, строительства так называемых «элитных поселений». Последние контрастируют с социальным жильём и тем более – с трущобами. Подобную ситуацию в целях предотвращения социальных конфликтов в некоторых странах Европы пытаются предотвратить, запрещая строительство социально однородных поселений. Как показывает опыт, создание социально однородной среды (отселение «бомжей», создание «элитных» посёлков для богатых, резерваций для исчезающих этносов, районов с преобладанием пенсионеров) экологически является малоперспективным. Для нормального функционирования архитектурной среды нужно социально-демографическое равновесие [3].

Стратификация пространства ведёт к обострению проблемы территориальности в поведении не только людей, но и животных. Бродячие собаки предпочитают, как и «бомжи», свои маршруты движения, пролегающие по непопулярным у основной массы жителей пространствам. Дифференциация зон общения, мест, маршрутов движения по социальному принципу ведёт к неравномерному развитию территорий, в частности центров и окраин. В финансовом отношении данные процессы характеризуются величиной затрат и стоимости архитектурно-дизайнерских решений. Например, по комфортности решения интерьеры разделя-

ются на четыре класса: «эконом», «комфорт», «престиж» и «люкс». Это ведёт к тому, что при проектировании и строительстве начинает ярко проявляться диктат заказчика и клиента – «консюмеризм».

«Консюмеризм» (от английского «consumer» – заказчик) как явление связано с появлением частных и приватизированных пространств и проблемой неограниченного потребительства. Проблема давления клиента на архитектора носит распространённый характер. О ней говорилось, в частности, на венском конгрессе 1993-го года как об одной из причин кризиса профессии. Заха Хадид видит выход из этого кризиса в ренессансе социальной роли архитектора после многих лет пассивного отношения к ней. Но в отличие от социальных утопий 1920–30-х, послевоенных и 1960-х лет, утверждение такого статуса видится через его прямое участие в управлении жизнью общества [6].

Социально-экологические процессы влияют не только на изменение качества всей жизненной среды, но и на расширение функционального и семантического поля архитектурного пространства. Это проявляется в появлении новых типов среды, в частности, частного и персонализированного пространства для разных видов деятельности различных социальных групп. С другой стороны, пространственные процессы оказывают неоднозначное воздействие на развитие социальной сферы, в том числе и негативное. Например, пустующие и социально неконтролируемые пространства пожарных лестниц (так называемые «индийские лабиринты») нередко становятся прибежищем наркоманов, полуразрушенные эстетически неприглядные участки городской среды провоцируют вандализм, гомогенные, агрессивные визуальные поля архитектуры негативно воздействуют на сознание жителей. Уровень криминогенности среды повышается в условиях недостаточного ночного освещения, отсутствия необходимых для социального контроля визуальных связей, повышения этажности [4]. Комфортные же пространственные условия, напротив, стимулируют позитивную социальную активность и повышение качества жизни жителей.

Таким образом, социально-экологические процессы и пространственное развитие архитектурной среды взаимосвязаны. Тенденции негативного плана (стратификация, деидентификация, диктат заказчика) вызывают ослабление социально-психологических связей между человеком и архитектурной средой. В то же время активизируются аль-

тернативные движения в защиту экологических ценностей городского пространства. Одним из проявлений таких тенденций стало движение «к потребителю».

Формирование расширяющейся палитры пространств требует углубленного изучения взаимодействия человека и окружения на основе субъект-объектных отношений. Важная роль в формировании этих отношений принадлежит субъекту, его потребностям, ценностям, менталитету. Исследование субъекта архитектурной среды проводится в русле изысканий, посвященных закономерностям пространственного поведения и деятельности людей, включенных в социальные группы, а также характеристики этих групп. Кроме того, сюда входит и изучение психологии потребителя.

Представление о потребителе у зодчих исторически строилось на основе синтеза сведений, личного опыта и работы с заказчиком. В начале XX века возникла необходимость работы с массовым анонимным потребителем. Лидеры «современного движения» откликнулись на решение этой задачи созданием «персональных» моделей потребителя, игнорировавших ряд социально-культурных и личностных аспектов формообразования и основанных на личных представлениях зодчего, ориентированных на некоего абстрактного среднестатистического человека [2]. На фоне кризиса этого подхода возникли концепции «самодеятельного потребителя», альтернативного проектирования, в которых ведущее место отводилось самодеятельному средовому творчеству населения и активному сотрудничеству его с архитекторами.

В отечественной практике категория «потребитель» вошла в лексикон архитекторов в 1980-е годы после публикаций ряда статей и материалов по этой проблематике. А. Зинченко, например, проводя идею постоянной ответственности архитектора за учет «человеческого фактора» и вводя категорию «потребитель», выделяет три направления исследований в русле движения к потребителю: 1) поиск форм контакта с потребителем, минуя заказчика; 2) обращение к гуманитарным наукам, в том числе к архитектурной психологии и архитектурной социологии; 3) разработка и использование профессиональных приемов и языка архитектурных форм, доступных пониманию потребителем [2, с. 39].

По отношению к архитектуре всех людей условно можно разделить на профессионалов и непрофессионалов, которые в свою очередь состоят из достаточно разнородной массы.

Наибольшей является группа непрофессионалов, которая может быть представлена в своем отношении к архитектуре такими категориями, как потребители, заказчики, зрители, обитатели, публика, население и др. Они по-разному проявляют свою активность по отношению к архитектурной среде. Прежде всего это участие в эксплуатации, использовании, «потреблении» продукта деятельности архитекторов. Кроме того, потребители прямо влияют на изменение пространства, занимаясь самодеятельным строительством, а также опосредованно, высказывая свои мнения, оценки, требования по изменению среды и ее экологических качеств через средства массовой информации.

Отношение разных групп населения к архитектурной среде проявляется в различных потребностях, ценностных ориентирах, степени активности, которые отражают социально-культурные условия жизнедеятельности, образ жизни людей. В целом движение «к потребителю» явилось важным этапом, актуализирующим антропоцентрический, феноменологический подход к изучению и формированию архитектурной среды и создало основу для дальнейших социально-экологических исследований.

### Заключение

Итак, социально-экологические проблемы архитектурной среды оказывают непосредственное влияние на характер пространственного развития современного города. Дальнейшее совершенствование социально-экологических качеств современного города связано с укреплением социального статуса архитекторов и градостроителей путем участия их в повышении экологической культуры и уровня экологического сознания населения, внедрения современных технологий исследования и проектного моделирования социально-экологических факторов организации архитектурного пространства, а также реализации комплексных программ повышения качества современной жизненной среды.

Для более полного учета данных проблем в архитектурно-градостроительной деятельности необходимо расширение сферы применения социологических и экологических исследований в ходе проектирования. Важным фактором повышения уровня подготовки современного архитектора является изучение методик прикладных социально-экологических исследований и внедрение соответствующих практических работ в курсовое проектирование.

## Литература

1. Байрон Д. Г. Избранные произведения : в 2 т. : [пер. с англ.]. – М. : Худож. лит., 1987. – Т.1. – 765 с.
2. Зинченко А. Представления о потребителе архитектуры // Архитектура СССР. – 1985. – № 1. – С. 75–77.
3. Падерин В. К., Нигматулина Л. К. Социальные проблемы организации городского пространства // Материалы Междунар. науч.-метод. и практ. конф. по архит. и дизайну. – Казань : КГАСА, 1999. – С. 174–180.
4. Самошкина И. С. Исследование территориальной идентичности в социальной психологии // Психология XXI века : матер. Междунар. конф. – СПб. : Изд-во СПб ун-та, 2004. – С. 236–238.
5. Черноушек М. Психология жизненной среды. – М. : Мысль, 1989. – 174 с.
6. Hadid Z. Another Beginning // The End of Architecture? – Prestel Verlag, Munich, Vienna, 1993. – P. 25–30.

## References

1. Byron D. G. Selected works in 2 volumes: [translated from English]. - M.: Art. lit., 1987. - Vol. 1. - 765 S.
2. Zinchenko A. perceptions of consumer architecture // the Architecture of the USSR. - 1985. - No. 1. - P. 75-77.
3. Paderin V. K., Nigmatulin L. K. Social problems of the organization of urban space // abstracts of the Intern. nauch.-method. and practice. Conf. by archit. and design. - Kazan: CHASE, 1999. Pp. 174-180.
4. Samoshkin I. S. Study of territorial identity in social psychology, Psychology of the XXI century: mater. The Intern. Conf. - SPb.: The Petersburg University, 2004. Pp. 236-238.
5. Cernosek M. Psychology of the life environment. Moscow: Mysl, 1989. 174 PP.
6. Hadid Z. Another Beginning // The End of Architecture?. - Prestel Verlag, Munich, Vienna, 1993. - P. 25-30.

### **Иовлев В. И.,**

кандидат архитектуры, профессор, Уральская государственная архитектурно-художественная академия, г. Екатеринбург. E-mail: [viovlev@mail.ru](mailto:viovlev@mail.ru).

### **Iovlev V. I.,**

of science (architecture), professor, Ural State Architectural Art Academy, s. Ekaterinburg. E-mail: [viovlev@mail.ru](mailto:viovlev@mail.ru).

*Поступило в редакцию 12.03.2015*