

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА КАК ТЕРРИТОРИИ РАЗВИТИЯ

Акимова Юлия Алексеевна*

к. э. н, доцент

yuaakimova@mail.ru

* ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва»,
Саранск, Россия

Аннотация:

Общественные пространства играют значимую роль как для развития городских, так и для сельских территорий. Проблема развития общественных пространств приобрела особую актуальность совсем недавно. Ранее такие пространства рассматривать только в рамках градостроительной политики. В настоящее время они изучаются через социальные процессы. В статье автором систематизированы подходы к трактовке понятия «общественное пространство». Автором обоснованы критерии, с учетом которых может быть сформировано общественное пространство, выступающее точкой развития территории, в том числе и сельской местности.

Ключевые слова:

общественные пространства, развитие, сельские территории, культура, комфорт.

УДК 316.7

DOI: 10.24411/2658-6932-2022-10000

Для цитирования: Акимова Ю. А. Общественные пространства как территории развития / Ю. А. Акимова // Контентус. – 2022. – № 1. – С. 34 – 41.

Общественные пространства всегда были важным элементом городской инфраструктуры [14]. С давних времен общественные городские пространства использовались в политических, военных, экономических, религиозных и спортивных целях [3]. Возможно, поэтому различные авторы считают, что общественное пространство является основным фактором, подтверждающим городской характер места, и что город не может существовать без общих, общедоступных пространств [4, 5, 7]. При этом необходимо различать города и общественные пространства с позиции удовлетворения потребностей человека. «Города – это места, где люди встречаются, чтобы

поделиться идеями, обменяться или просто отдохнуть» [13]. Общественные пространства – это области социальных взаимодействий [7, 11]. Именно это различие привело к возникновению социального подхода к формированию общественных мест, а градостроители стали принимать во внимание «человеческое измерение» общественных пространств. В результате акцент стал делаться на повышении привлекательности и, как следствие, на улучшение качества жизни местных жителей. Естественно, что формы, устройство и функции общественных пространств со временем менялись [2, 10]. В настоящее время они используются в основном для досуга.

Из-за разнообразия общественных пространств и разных точек зрения исследователей [20] сложилось ряд определений данному понятию. Так, по мнению Уолцер [16] общественное пространство – это пространство, которое мы разделяем с людьми, которых мы не знаем и которые не являются нашими родственниками, друзьями или коллегами. Тиббальдс [15] полагал, что общественное пространство состоит из всех частей города, к которой сообщество имеет неограниченный доступ. Лоренс [9] понимал эту концепцию как «фрагмент пространства, который, благодаря своей организации и расположению в городской структуре, используется для того, чтобы участники социальной жизни могли напрямую общаться и удовлетворять другие социальные потребности населения. сообщество, оставаясь при этом физически доступным для всех желающих».

Термин «общественные пространства» исследуется с разных точек зрения. Первым масштабным исследованием общественных пространств была работа Уильяма Холлингворта Уайта “Street Life Project” [18], посвященная малым городским пространствам США. В этом направлении интерес представляют также исследования Яна Гейла, который в качестве одного из ключевых факторов востребованности общественных пространств выделял длительность пребывания в нем максимального количества людей. Это позволило разрушить стереотип о том, что жизнь в открытых пространствах заканчивается с наступлением холодов. Так его родной город Копенгаген стал одним из комфортных городов в мире – «городом для людей». Ряд его книг переведены на русский язык и в 2012-2013 гг., а методические разработки этого автора были апробированы в Санкт-Петербурге.

Значимая роль в формировании и поддержании развития общественных пространств отводится некоммерческой организации Project for Public Spaces (PPS), которая помогает людям создавать и поддерживать общественные пространства, формирующие сильные сообщества. PPS разработал идеологию и прикладной подход к улучшению соседства, города, региона, в центре которого стоит коллективное совместное переосмысление и переизобретение общественных пространств как места концентрации

городских сообществ – «плейсмейкинг» (placemaking). Основной его лозунг – превращение «пространств» в «места», а основной инструмент – запуск локальных социальных сценариев и формирование востребованного образа места.

Изучая сущность понятия «общественное пространство», мы пришли к выводу, что само его определение ориентировано преимущественно на городскую местность и чаще всего рассматривается с позиции именно градостроительной деятельности. «Общественное пространство – это городская территория, которая может использоваться всеми горожанами без исключения для рекреации, досуга и общения. Общественные пространства – это места концентрации жизненной энергии города и его лицо. Общественные пространства – это контекст социальной коммуникации и открытого публичного действия, условие формирования гражданского демократического общества» [1]. Многие авторы подчеркивают, что общественные пространства характеризуют самобытность и функции поселения, отражают уровень жизни жителей, создают имидж города и делают его более привлекательным для туризма, поселения и инвестиций [8, 9, 19]. В отечественной науке большинство исследований общественных пространств связано и именно с городом, а сельской местности уделяется чуть больше внимания в работах зарубежных авторов. При этом именно сельские территории нуждаются в сохранении своей идентичности, привлечении населения, как для проживания, так и в целях туризма.

Развитию общественных пространств следует придавать большее значение, особенно в сельской местности. Встречи, мероприятия, взаимодействия, которые происходят в рамках таких пространств, во многом способствуют возникновению чувства принадлежности / непринадлежности к этому обществу, этой местности. Общественные пространства – это не только построенная среда, которая способствует перемещению людей и материальных объектов, но также и пространства, отражающие местную или национальную принадлежность и самобытность.

Для того, чтобы общественные пространства максимально эффективно выполняли свою роль, при их формировании и поддержании развития следует учитывать ряд ключевых характеристик, которые были подробно исследованы и описаны в рамках Project for Public Spaces [17]. Разработанная ими диаграмма критериев позволяет измерять уровень востребованности и значимости общественных мест.

1) Общественные пространства должны быть доступны и хорошо связаны с другими важными частями территории. Успешно сформированное общественное пространство просто найти и к нему легко пройти или проехать. Также общественные места должны быть оборудованы тротуарами, в

городах – они должны располагаться рядом с транспортными остановками. Границы этого пространства также важны. Это может быть, например, ряд магазинов, но это не должен быть пустой участок или глухая стена. В литературе можно найти понятия физической и визуальной доступности [5]. Физическая доступность позволяет людям без труда входить в общественные места и пользоваться их функциями, тогда как визуальная доступность упрощает наблюдение за всем, что происходит в данном пространстве [7].

2) Общественные пространства должны быть комфортны и иметь хороший имидж. Комфортность, проявляющаяся, прежде всего, в чистоте, наличии мест для сидения, их удобстве с учетом месторасположения (например, в тени или на солнце), безопасность – все это важные факторы привлекательности общественного пространства для людей и для развития социальных контактов. Так, например, правильно спроектированная городская площадь, как общественное пространство, должна обеспечивать регулярные повседневные действия (поход на работу, в магазин и до автобусной остановки и др.), дополнительные мероприятия (прогулка и использование небольших архитектурных элементов) и общественные мероприятия (встречи, занятие различными видами деятельности). В данном ключе важным является понятие красоты, которое рассматривается как то, что привлекает людей, что следует духу современности и идеалу красоты, выработанному в данную эпоху. В зависимости от принадлежности к той или иной культуре набор «красоты» может быть различным, но должен являться общим для данного сообщества.

В данном аспекте также немаловажным является и, так называемый, зеленый порядок, который относится к оценке природной среды. Это могут быть различные типы зеленых насаждений (деревья, кусты и клумбы) и наличие небольших архитектурных элементов, таких как фонтаны и небольшие пруды.

Безопасное, как одна из ключевых характеристик общественного пространства подразумевает, что общественное пространство защищает своих пользователей от физического вреда (стихийные бедствия, автомобильные аварии и преступления), обеспечивает им психологическую безопасность (конфиденциальность и отсутствие чувства социальной или физической потери) [6, 7]. Правильно спроектированное общественное пространство должно позволять пользователю ходить (место для прогулок, отсутствие физических препятствий, наличие тротуаров и аллей для прогулок), сидеть (зоны для сидения и скамейки для отдыха), говорить и слушать (низкий уровень шума), а также играть и заниматься спортом (объекты для физической активности, тренировок и игр). Население должны получать эмоциональное удовольствие от положительных чувственных впечатлений (хороший

дизайн и детали, красивые виды, деревья, растения и др.). В этом ключе стоит отметить, что качество общественных пространств зависит от уровня экономического развития территории и местоположения. Именно потому территории, расположенные на периферии и имеющие небольшое количество населения имеют неразвитые общественные пространства с низкой функциональностью.

3) Общественные пространства должны привлекать людей к участию в различных видах деятельности. Под привлекательностью городских площадей понимается совокупность градостроительных, архитектурных, функциональных, социальных, эстетических и экологических характеристик, позволяющих максимально большой группе пользователей использовать общественное пространство. Основными причинами посещения общественных мест являются, в том числе, и проводимые мероприятия. Именно различного рода активности делают такие места уникальными и особенными. Если в данном месте посетителям будет скучно, то оно останется пустым. Чем разнообразнее и интереснее будут проводимые мероприятия, тем лучше для развития общественного пространства. Также здесь следует учитывать тот факт, что пространство может быть использовано разными категориями людей (пенсионеры, лица с ограниченными возможностями и др.). Использование пространства должно быть доступно не только в вечернее время, но и днем, например, для прогулок с маленькими детьми. Успешное общественное пространство должно быть доступно для использования как одинокими людьми, так и для общения и времяпровождения групп людей. Для обеспечения безопасности и комфорта людей необходимо, чтобы кто-то отвечал за это пространство и управлял его развитием.

4) Общественные пространства должны мотивировать людей встречаться и общаться снова и снова. Данное качество общественного пространства является наиболее сложно достижимым. В созданных общественных местах люди должны чувствовать себя комфортно, хотеть встречаться на их территории с друзьями, спокойно общаться с незнакомцами и испытывать чувство привязанности к своему сообществу и к тому месту, которое способствует проявлениям социальной деятельности. Например, китайские сельские районы включают в себя различные типы общественных пространств: фермерские рынки, улицы или дороги, площади, церкви и т. д. Любое общественное пространство имеет свою особую функцию, которая обычно включает в себя: место для отдыха, место для встреч, место для сельскохозяйственной деятельности, общественных праздников и праздников, а иногда даже религиозных обрядов.

Таким образом, если говорить в целом о привлекательности общественных пространств именно с социальной точки зрения, то они должны

быть доступными, справедливыми и безопасными, а также обеспечивать комфорт, но при этом они должны быть функционально диверсифицированы для различных категорий населения. В сельской местности общественное пространство не должно выполнять только функции, связанные с сельскими праздниками, такими как праздники урожая или другие сельскохозяйственные мероприятия, а должно использоваться для развлечения и отдыха местных жителей. В этом случае оно может стать центром привлечения населения и будет способствовать повышению комфортности проживания на данной территории.

Список использованных источников

1. **Ненько А. Е.** Социологические методы изучения общественных пространств. – СПб: Университет ИТМО, 2020. – 55 с.
2. **Carr S., Francis M., Rivlin L. G., Stone A. M.** Public Space. – Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1992. – 345 p.
3. **Childs M. C.** Squares: A Public Place Design Guide for Urbanists. – USA: University of New Mexico, 2004. – 350 p.
4. **Czepczyński M.** Przestrzeń publiczna jako forma reprezentacji społeczności lokalnych. Między hibernacją a animacją centrów małych miast woj. pomorskiego. [Public Space as a Representation of Local Societies. Between Hibernation and Animation of Small Towns Centres of Pomorskie Voivodeship] // Przestrzeń Publiczna Małych Miast. – 2012. – Vol. 144. – P. 7–19.
5. **Gehl J.** Life between Buildings: Using Public Space. – Denmark: The Danish Architectural Press, 1987. – 257 p.
6. **Gehl J.** Miasta Dla Ludzi [Cities are for the People]. – Poland: RAM, 2014. – 187 p.
7. **Jalaladdini S., Oktay D.** Urban Public Spaces and Vitality: A Socio-Spatial Analysis in the Streets of Cypriot Towns // Procedia Soc. Behav. Sci. – 2012. – № 35. P. 664–674.
8. **Kamińska W., Mularczyk M.** Attractiveness of Central Public Spaces in Small Polish Towns Based on a Spatial Order Analysis // Land . – 2021. – № 10(12). – URL: <https://doi.org/10.3390/land10121327>.
9. **Lorens P.** Tematyizacja przestrzeni publicznej jako wyraz dywersyfikacji struktury urbanistycznej miasta doby globalizacji. [Thematisation of Public Space as an Expression of the Diversification of the Urban Structure of the City in the Era of Globalization] // Percepcja Współczesnej Przestrzeni Miejskiej. – Poland: Uniwersytet Warszawski, 2007. – P. 83–92.
10. **Maga-Jagielnicka R.** Standardy publicznych przestrzeni miejskich [Standards of Urban Public Space] // Przestrzeń Publiczna Małych Miast. – Poland: KPZK PAN, 2012. – P. 33–46.
11. **Mandeli K.** Public space and the challenge of urban transformation in cities of emerging economies: Jeddah case study // Cities. – 2019. – № 95. – P. 1–11.
12. **Montgomery J.** Making a city: Urbanity, vitality and urban design // J. Urban Des. – 1998. – № 3. – P. 93–116.
13. **Rogers R.** Przedmowa. Preface. In Miasta są dla Ludzi [Cities are for the People]. – Kraków, Poland, 2014. – 480 p.
14. **Stanley B. W., Stark, B. L., Johnston, K. L., Smith, M. E.** Urban open spaces in historical perspective: A transdisciplinary typology and analysis // Urban Geogr. – 2012. – № 33. – P. 1089–1117.
15. **Tibbalds F.** Making People-Friendly Towns: Improving the Public Environment in Towns and Cities. – UK: Longman, 1992. – 182 p.
16. **Walzer M.** Pleasures and Costs of Urbanity // Dissent. – 1986. – № 33. – P. 470–475.
17. What Makes a Successful Place? – URL: <https://www.pps.org/article/grplacefeat>
18. **Whyte W. H.** The Social Life of Small Public Spaces. – New York: Project for Public Spaces Inc., 1980. – 318 p.
19. **Zagroba M., Szczepańska A., Senetra A.** Analysis and Evaluation of Historical Public Spaces in Small Towns in the Polish Region of Warmia // Sustainability. – 2020. – № 12. – P. 8356.
20. **Zhuang J.** Creating an Attractive Public Space for the Citizens-Strøget Street in Copenhagen, Demark, Shanxi Road Square in Nanjing, China. – URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:829360/FULLTEXT01.pdf>

PUBLIC SPACES AS DEVELOPMENT TERRITORIES

Akimova Yulia Alekseevna**

Candidate of Economics, Associate Professor

yuaakimova@mail.ru

** National Research Ogarev Mordovia State University,
Saransk, Russia

Abstract:

Public spaces play a significant role both for the development of urban and rural areas. The problem of the development of public spaces has become particularly relevant recently. Previously, such spaces were considered only within the framework of urban planning policy. Currently, they are being studied through social processes. In the article, the author systematized approaches to the interpretation of the concept of "public space". The author substantiates the criteria, taking into account which a public space can be formed, acting as a point of development of the territory, including rural areas.

Keywords:

public spaces, development, rural areas, culture, comfort.