

## 📖 БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ватлин, А.Ю. Германия в 2000–2010 годах / А. Ю. Ватлин // Новая и новейшая история. – 2010. – № 6. – С. 18–38.
2. Блэр, Т. Европа: третий путь – Новая середина / Т. Блэр, Г. Шрёдер // Социал-демократия перед лицом глобальных проблем: Пробл.-темат. сб. – М.: ИНИОН РАН. – 2000. – С. 88–105.
3. Павлов, Н. В. История современной Германии 1945–2005 / Н. В. Павлов. – М.: АСТ, Астрель, 2006. – 511 с.
4. Работяжев, Н. В. Западноевропейская социал-демократия в начале XXI века / Н. В. Работяжев // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 3. – С. 39–55.
5. Тимошенко Е. П. «Большая коалиция» в Германии // Современная Европа.– Выпуск 39. – Москва: Институт Европы РАН. –2009 – С. 41–54.
6. Шрёдер, Г. Решения. Моя жизнь в политике / Г. Шрёдер – Москва: Европа, 2007. – 547 с.

## РОЛЬ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА В БЛАГОПОЛУЧИИ ГРАЖДАН

**Т. Н. Шушунова,**

*кандидат социологических наук, доцент  
доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин  
УО «Белорусский государственный  
педагогический университет имени Максима Танка»*

Современный город является самым популярным местом проживания населения Беларуси, что подтверждено статистическими показателями. На 2019 г. в Беларуси численность городского населения составило 7 429, 2 тысяч человек [5]. Он является привлекательным местом проживания для всех тех, кому важно разностороннее развитие личности, широкие возможности для осуществления деятельности и включенность в культурную жизнь. Городская среда повседневной жизни является конкретной предметно-пространственной и социальной обстановкой, которая окружает человека на городских улицах, в общественных местах, на работе, дома – это все то, что составляет общий фон, на котором, при участии всего множества составляющих его элементов, протекает повседневная жизнь людей в урбанизированном пространстве, а также совершаются все городские процессы [3]. Учитывая возможности города: удобную и доступную инфраструктуру, эстетическое разнообразие, огромное количество рабочих мест, парки и места развлечений и т. д., не вызывает сомнений, что именно город делает человека счастливее и здоровее. Это обусловлено заботой различных аспектов городской жизни в обеспечении сохранения здоровья населения и теми возможностями, которые город предоставляет для тех, кто выбирает ориентацию на здоровый образ жизни. Прогноз американского экономиста Э. Глейзера, что: «по мере того как человечество богатеет, все больше людей будет выбирать место жительства по критериям не только производительности, но и удовольствий», воспринимается в полной мере реалистично, благодаря действительным возможностям городской среды [1]. Опросы общественного мнения об удовлетворенности жизнью подтверждают рост последней вместе с учетом доли населения, проживающего в городах.

Но вместе с тем, существует альтернативная точка зрения о том, что город вреден для здоровья человека своей нездоровой экологией, высокой плотностью населения, быстрым ритмом жизни, порождающим тревожность, страх и агрессию, а также шумом, нехваткой солнечного света и многими другими негативными факторами. К негативным последствием преобладания городского образа жизни следует также отнести мнение Э. Фромма о том, что процесс постоянно углубляющегося разделения труда, наращивания темпов производства и его механизацией, детерминированной ростом городов приводит нивелирует ценность личности к товару или выгодному капиталовложению, которая вынуждена оценивать себя с позиции того, как продать себя на рынке выгоднее. «Тело, ум и душа составляют его капитал, а его жизненная задача – выгодно поместить этот капитал, извлечь выгоду из самого себя» [8, с. 158]. Что по мнению автора является диагнозом того, что душевное здоровье людей, проживающих в городе и вынужденных учувствовать в постоянной гонке к успеху, вызывает как минимум опасения.

Американский социолог Рей Ольденбург, осмысливающий роль «третьего места» в рамках городского пространства утверждает, что город не осознает того факта, что «средства для снятия стресса могут быть так же легко встроены в городскую среду, как и стрессогенные факторы» [6]. Выступая с критикой распространения в городе культуры потребления, ратует за возрождение иных удовольствий, не материальных, например, приятной беседы, общения, а также создание больше возможностей для отдыха в публичном пространстве в шаговой доступности от местожительства человека. Как и Ф. Тенниса его волнует снижения числа теплых, дружественных «общинных» отношений в большом городе, которые заменяются формальными и

функциональными. «Третьи места», как нейтральные места, предназначенные для социального взаимодействия, но не являющиеся при этом домом или работой – это и показатель дружелюбности городской среды, и средство возрождения первичных социальных групп в рамках городского пространства.

Оливия Лэнг, в своей экспериментальной работе «Одиноким город. Упражнения в искусстве одиночества» приводит доводы в пользу тезиса, что город – это само одиночество, несмотря на его пространство и огромное количество людей их вмещающее. Одиночество, пишет она, совсем не обязательно физическое уединение: это отсутствие или скудость связи, сплоченности, родства, невозможность по тем или иным причинам обрести всю необходимую близость [4]. Что вполне согласуется с главным выводом классика социологии Э. Дюркгейма, описанным им в монографии «Самоубийство», а именно, что «процент самоубийств в обществе обратно пропорционален степени плотности социальной жизни и мере включенности индивида в социальные объединения» [2].

Такие образом, городское пространство само по себе, как структурированная жизненная среда, восполняющая потребность человечества в красоте, порядке и потенциальным возможностям, без человеческого фактора, который воспроизводит социальные взаимодействия, координирует действия, обеспечивает контакты и сплоченность людей в рамках социальных групп, формирует локальные городские сообщества не может в полной мере претендовать на самодостаточность. Для того, чтобы найти возможность извлекать преимущества из городского образа жизни не теряя при этом своего физического и душевного здоровья необходимо путем рационального и сбалансированного управления городским пространством создавать особую дружелюбную среду к различным категориям населения, способствующую взаимному общению и взаимообмену, посредством которого как сам город, так и живущие в нем люди могли бы расти и развиваться по направлению к укреплению своего здоровья и повышению качества жизни.

Социологическое изучение вопросов, связанных с дружелюбностью городской среды было актуализировано с одной стороны запросом государства, направленного на регулирование демографического процесса Беларуси, который в настоящий момент имеет все проблемы развитого, урбанизированного, стареющего, сокращающегося общества. Естественная убыль населения не полностью уравновешивается рождаемостью, поэтому остро стоит вопрос сохранения и воспроизводства демографического потенциала. На решение этих проблем государством разрабатывается проект «Стратегии молодежной политики на 2020–2030 гг.», первоочередной целью которой является улучшение качества жизни молодежи и усиление ее роли в социально-экономическом развитии Республики Беларусь. В рамках стратегии признается особый статус молодежи как социально-демографической группы, ее роли в экономическом, политическом, социальном, культурном развитии государства и общества; расширении спектра социальной активности молодежи и повышении ее роли в жизни общества за счет активного жизненного самоопределения, раскрытия потенциала, саморазвития и т.д. Стратегия предусматривает работу по различным направлениям, среди которых есть пункт здоровья молодежи. Здоровье молодежи для нашей страны всегда являлось ключевым в иерархии социальных ценностей, в формировании здорового образа жизни – фундаментом проводимой в стране политики в области охраны здоровья. Тем не менее, показатели снижения физической активности молодежи, распространение форм рискованного поведения, рост заболеваний на фоне психоэмоциональной перегрузки актуализировал четкие задачи, направленные на устранение негативных тенденций в рассматриваемой социальной группе. Для усиления значимости здоровья в ценностных ориентациях молодых людей, а также переноса их в модели поведения, государством планируется: создание всех необходимых условий для занятий физкультурой и спортом, сделать это в рамках шаговой доступности; создание системы клубной и секционной работы по месту жительства молодых людей; модернизация существующей и создание новой инфраструктуры отдыха и оздоровления молодых людей, использование современных медиа-технологий и возможностей средств массовой коммуникации для популяризации здорового образа жизни. Из этого проекта следует, что город, степень его дружелюбности к молодежи, даже на примере оснащения его доступными спортивными площадками, местами для реализации молодежной активности, выступает неотъемлемым участником будущих преобразований, на его платформе будет происходить внедрение всего вышеперечисленного.

Большую работу в направлении изучения дружелюбности города осуществляет организация ЮНИСЕФ, которая выступила с глобальной инициативой «город, дружелюбный детям», в основу которой положено понимание того, что городская жизнь подвергает детей определенным угрозам и опасностям. Дети сталкиваются с такими проблемами, как загрязнение окружающей среды, интенсивное дорожное движение, отсутствие безопасных мест для игр, неустойчивость и неблагополучие семей, социальная изоляция, повышенная опасность быть вовлеченными в различного рода криминальную активность, а также в употребление психоактивных веществ. В то же время, города предоставляют детям более широкие возможности для образования, досуговой и творческой деятельности, физического и интеллектуального развития. Главная цель рассматриваемой инициативы – создать благоприятные условия и сформировать безопасную среду для жизни

детей в городе. Город, дружелюбный детям, – это такая концепция местного государственного управления, в которой городские власти, учреждения, общественные организации реализуют основные положения Конвенции о правах ребенка на уровне города и его районов, привлекают внимание общественности к вопросам детства, слушают и слышат то, что говорят дети, и гарантируют права молодых граждан

С другой стороны, существование проблем микроуровня, также обусловило стремление исследователей уделять внимание вопросу дружелюбности городской среды по отношению к различным возрастным группам горожан. Это возможности организации комфортной досуговой сферы жизни в рамках города, организации городских пространств приятных для пребывания в них, проблемы безопасности как важной части индивидуального развития человека и составляющей его самочувствия. Особенно, что касается экологической безопасности, связанной с минимизацией последствий деградации окружающей среды. Безопасностью здоровья, основной целью которой является обеспечение минимальной защиты от болезней и ограничения нездорового образа жизни. Остро стоит вопрос личной (физической) безопасности, которая направлена на защиту от различных форм и проявления насилия. А также, общественной (социальной) – направленной на защиту от потери собственной идентичности и на защиту от различных форм девиации в общественной жизни.

К социологическому изучению вопроса дружелюбности городской среды вплотную продвинулся американский социолог, экономист – Ричард Флорида в своей «теории креативного класса». Он больше 10 лет назад заявил о существовании определенной группы людей, которые меняют экономику, географию, стиль работы и жизнь общества. Сегодня, социальная группа, описанная Ричардом Флоридой, больше не вызывает вопросов. Это реальная социальная группа населения, включенная в постиндустриальный сектор экономики, в глобальный мир, как часть среднего класса, ставшая самой влиятельной и массовой социальной группой в развитых странах. Это те люди, которые в развитых странах устанавливают повестку дня, служат образцом для подражания и формируют общественное мнение. Сам Ричард Флорида определяет креативный класс как совокупность людей, обладающих общими интересами и склонными думать, чувствовать вести себя сходно, однако эти черты сходства в корне определяются экономической функцией – тем видом работы, который обеспечивает им средство к существованию (доход и соответствующий образ жизни). Ядро креативного класса – это люди занятые в научной и технической сфере, архитектуре, дизайне, образовании, искусстве, музыке и индустрии развлечений. Чья экономическая функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания, способных решать сложные и нестандартные задачи [7]. Отличительная черта креативного класса заключается в том, что для него все аспекты проявления креативности (техника, культура, экономика) – взаимосвязаны и неразделимы. Для таких людей место жительства имеет значения. Они выбирают для постоянной локации место, где бы гармонично сочетались такие качества как талант, толерантность и разнообразие. Сам город, как среда обитания, будет рассматриваться на предмет привлекательности исходя из наличия в нем особой среды, атмосферы, где можно будет общаться с интересными людьми и заниматься замечательными проектами, поскольку это, в свою очередь влияет на установление социальных связей, (не обязательно прочных), и формирование сети новых оригинальных комбинаций. Таким образом, по мнению специалиста, если город действительно заинтересован в привлечении людей из категории креативного класса, которые способны обеспечить экономический подъем этого пространства, то он должен серьезно пересмотреть свои ценности на предмет того, что развивать в первую очередь.

Будет ли это пространство с активным рынком труда, разнообразным образом жизни, в том числе и брачным рынком, отличающийся аутентичностью и музыкальным разнообразием, позволяющим формировать свою идентичность по желанию или же это будет череда торговых центров, формирующих одномерных людей и реализующие сходные потребности, с спортивными объектами, музеями, университетами и благоприятной средой для семейной жизни.

Очевидно, что город – это сложно сконструированный объект исследования, имеющий все шансы быть одинаково привлекательным для различных категорий людей, обеспечивающий им одновременно стабильную жизнедеятельность в составе члена семейной группы и возможность постоянно испытывать новые эмоциональные потрясения за счет культурно-насыщенной жизни. В дополнении к вышесказанному хочется добавить еще и представления о благополучном городе известного урбаниста Ч. Монтгомери, который он предложил в своей одноименной работе «Счастливый город». Отвечая самостоятельно на свой вопрос: «Что нужно человеку для счастья?» – пишет, что *«Ему нужно движение, как птице в небе. Ему необходимо общение с другими людьми. Ему нужна красота и возможность побыть на природе. Но в первую очередь человек не должен ощущать себя исключением из общества. Ему нужно чувство равенства».*

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Глейзер Э. Триумф города. Как наше величайшее изобретение делает нас богаче, умнее, экологичнее, здоровее и счастливее. М., 2014., 432 с.

2. Э.Дюркгейм Самоубийство [Электронный ресурс]. URL: [\(https://ru.wikisource.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%83%D0%B1%D0%B8%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE\\_\(%D0%94%D1%8E%D1%80%D0%BA%D0%B3%D0%B5%D0%B9%D0%BC\)/%D0%98%D0%BB%D1%8C%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9\\_1912\\_\(%D0%92%D0%A2:%D0%81\)\)](https://ru.wikisource.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%83%D0%B1%D0%B8%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE_(%D0%94%D1%8E%D1%80%D0%BA%D0%B3%D0%B5%D0%B9%D0%BC)/%D0%98%D0%BB%D1%8C%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_1912_(%D0%92%D0%A2:%D0%81)) (дата обращения 1.03.2020 г.).
3. Ильмухин В. Н. Городская среда как фактор детерминации поведенческих практик [Электронный ресурс]. URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/gorodskaya-sreda-kak-faktor-determinatsii-povedencheskih-praktik-variant-sotsiologicheskoy-kontseptualizatsii%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/gorodskaya-sreda-kak-faktor-determinatsii-povedencheskih-praktik-variant-sotsiologicheskoy-kontseptualizatsii%20(1).pdf) (дата обращения 1.03.2020 г.).
4. Лэнг О. Одинокий город. Упражнения в искусстве одиночества / Лэнг Оливия; пер. с англ. Саши Мартыновой. – М. : Маргинем Пресс, 2018. – 352 с.
5. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf\\_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/naselenie\\_6/dinamika-chislennosti-naseleniya/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/naselenie_6/dinamika-chislennosti-naseleniya/) (дата обращения 1.03.2020 г.).
6. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Рэй Ольденбург; пер. с англ. А. Широкановой. – М. : Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с.
7. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее, Монография. – Москва : Классика-XXI, 2007. – 421 с.
8. Фромм Э. Здоровое общество / Эрих Фромм. М., 2016 – 448 с.