

На современном этапе формируется место различных государств в глобализированном мире, в том числе и России. Среднестатистический россиянин организует свое жизненное благополучие в холодной стране, где затраты на компенсацию неблагоприятного климата в три раза выше чем на европейском или американском континентах. Условия для обеспечения продовольственной безопасности более сложные, а леса России несравненно менее продуктивны чем леса США. Одним из факторов обеспечения устойчивого развития нашей страны является создание финансово-промышленных групп, которые были бы конкурентоспособны с транснациональными корпорациями.

Учитывая, что современный мир характеризуется быстрым изменением вектора развития и сочетания стратегических интересов между государствами, наряду с созданием межгосударственных, региональных, межконтинентальных экономических объединений, наша страна может и должна развиваться по линии большей экономической независимости, которая, безусловно, позволит решить проблемы продовольственного, промышленного, технологического импортозамещения.

УДК 115.4
ГРНТИ 02.41.01

Н.К. Антропова
УГЛТУ, Екатеринбург

ГОРОД: КОНСТРУИРОВАНИЕ БУДУЩЕГО

В работе рассматриваются проблемы современной урбанизации. Именно в настоящем конструируется будущее, и именно мы, современные люди, создаем город будущего.

Ключевые слова: город, будущее, конструирование, урбанизация, утопия.

Ускорение темпов процесса урбанизации современного общества неожиданно поставило саму урбанизацию в разряд глобальных проблем. Цикличность региональных и мировых кризисов за последние двадцать лет привели к мощным иммиграционным волнам как из стран Ближнего Востока в страны Центральной Европы, так и из стран Ближнего Зарубежья в Российскую Федерацию. При этом сохраняется стабильный приток провинциального населения в большие города. Социальная адаптация и культурная ассимиляция мигрантов происходит в непростых условиях активного и пассивного сопротивления со

стороны коренного населения. Тем не менее, процесс концентрации населения в мегаполисах происходит быстрее роста общей численности населения планеты и в городах сейчас проживает 55 % народонаселения.

Цель нашего исследования – проблемы и перспективы развития современного города. Бесспорно, что наше будущее – это в какой-то мере и есть наше настоящее, ведь будущее зависит от того, что мы делаем в настоящем. Но что бы мы ни планировали, современный мир меняется быстрее наших представлений о нем. Ч. Франкел предложил феномен «телескопирования революций», который состоит в том, что основные изменения в жизни человечества происходят во все более короткие промежутки времени, что приучает людей полагать, что будто бы будущие изменения произойдут еще быстрее. Также и Дж. Бенфорт подчеркивал, что скорость изменения наших представлений о себе будет расти, и эти представления будут изменяться быстрее, чем мы сами. Возможных вариантов будущего города множество. Нам решать, в каком месте нам будет комфортнее и уютнее. Видение будущего оказывает влияние на настоящее. Как сказал Р. Злотников, «будущее будет таким, каким мы его напишем» [1].

Единой точки зрения на город на сегодняшний момент не существует. По мнению Е.В. Коневой, город – это «чувственно воспринимаемое явление (пространство), выраженное с помощью особых естественных и непосредственно создаваемых знаков; при этом оно, бесспорно, обладает целостностью и в то же время автономией (самостоятельностью)» [2, с. 421].

Город – это сложное образование, включающее в себя жилые объекты, научные, культурные, общественные учреждения, промышленные предприятия, предприятия транспорта и связи, сады и парки, коммуникационные сети и др.

Тем не менее, можно выделить виды городов по различным основаниям: градообразующие и градообслуживающие; моно- и полифункциональные; «миллионники», средние, малые; периферия и центр; городские агломерации и слившиеся города и др. К тому же город обладает такими свойствами, как:

- разнообразие (создание широких возможностей для человека: поиск работы и досуг);
- многокомпонентность (материальными и духовными составляющими);
- противоречивость, проблемность (одиночество, экология, транспорт);

– парадоксальность (рассогласование, нарушение соразмерности и соответствия);

– стихийность и т.д.

Городская идентичность предполагает идентификацию себя с конкретным городским сообществом, а также с некими уникальными свойствами и характеристиками, отличающими этот город от всех других городов мира. Каждый город является «обособленной индивидуальностью», и его качества проявляются в неповторимости его образа:

– город-легенда (Афины, Крит, Атлантида, Бухара);

– город-история (Рим, Пекин, Киев, Москва);

– город-сказка (Багдад, Дели, древние японские города);

– русские «города-пряники» (Городец, Ярославль, Кижы, Кострома);

– город-поэма (Верона, Венеция, Ростов Великий и другие русские города на Волге);

– город-роман (Париж, Санкт-Петербург);

– город-детектив (Лондон, Чикаго, Нью-Йорк, Палермо);

– город-фантастика («идеальные» города, существующие только в проектах; современные города Японии) и [2, с. 422].

Городское культурное пространство характеризуется количественными (величина городского населения, размеры и возраст города, число учреждений города) и качественными (статус города, развитость социальной инфраструктуры, разнообразие социального состава городского населения) показателями. Характеристиками городского культурного пространства являются:

– однообразие/разнообразие;

– интегрированность/дезинтегрированность;

– динамичность/статичность и др. [2, с. 263].

Современный город больше не представляет собой структурированное архитектурное пространство с четкой геометрией (как в древних городах – архетипы круга, квадрата, креста). Пространство современного города переполнено информацией о преходящем и сиюминутном. По мнению М.В. Пучкова, каждый крупный город существует одновременно как город воображаемый (более сложен чем его двойник). Город-текст постоянно в процессе своей жизнедеятельности творит собственную мифологию [2, с. 138].

Маркетинг территории возник в конце XX в. и получил свое развитие в работе Ф. Котлера «Маркетинг мест». *Маркетинг территории* – это инструмент социально-ориентированной экономики,

направленный на удовлетворение потребностей населения, повышение качества жизни граждан, планирование развития местности с учетом его особенностей, создавая привлекательный образ территории в глазах всех целевых аудиторий. Одним из проектов маркетинга территории является маркетинг имиджа – привлекательность городов. Исследование привлекательности российских городов показало, что на высшем уровне (максимальный потенциал, минимальный риск) находятся: Московская область, Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край, республика Татарстан. Свердловская область оценивается специалистами как территория с высоким потенциалом и умеренным риском [2, с. 218].

В экзистенциальном плане большой город представляет собой феномен «одиночество в толпе». Люди пытаются отгородиться от мира, уходя в виртуальный мир. Они не хотят и не могут сделать что-то, что может потребовать от них усилий или ненужных эмоций, происходит минимизация личного общения. Реальные связи заменяются слабыми социальными связями или участием в социальных контактах. В коммуникационной среде больших городов начинают возникать сообщества нового типа. Многие компании уплотняются, начинают активно пользоваться услугами фрилансеров или переводят работников на домашнюю работу.

Сложившуюся офисную субкультуру ждут серьезные изменения. Активно развиваются новые формы офисной жизни типа коворкинга, когда объединенные общей идеей люди снимают один большой офис ради общения и обмена идеями.

Вопрос о городе будущего – это вопрос не только о научно-техническом развитии, но и о социальной утопии или антиутопии. Разговор об утопии – это разговор о том, как остаться человеком в роботизированном обществе.

Идеи города будущего, идеального города, города Солнца занимала умы людей со времен Платона и Томмазо Кампанеллы. Будущее городов пытаются предугадать, спрогнозировать и спроектировать. Будет ли оно светлым, мрачным или парадоксальным? Изменится ли город до неузнаваемости, и если да, то как?

Предсказание будущего в конце XX – начале XXI вв. превратилось в массовую индустрию, имеющую научную и культурную составляющие. Вспомним произведения А. Азимова, Р. Брэдбери, М.А. Ефремова, А. и Б. Стругацких, А. Кларка, К. Саган, Хаксли «О дивный новый мир», Замятина «Мы», Оруэлла «1984» и др. В фильме «Солярис» Андрея Тарковского есть два образа города

будущего: токийская технологичная футуристическая дорожная развязка (транспортный коллапс) и деревянный домик в ретростиле (идиллия сельской жизни).

Ярким фильмом о будущем является фильм «Матрица», который дает витиеватое, примитивное построение будущего. Матрица – это ментальная модель виртуального «Я», а общество существует в виде нейроинтерактивной модели, которой и является Матрица. Матрица использует людей по одно единственной причине – как источник энергии. Поэтому она заинтересована в том, чтобы человек жил. Люди – это «батарейки» матрицы. Последний человеческий город матрицы – это Зион. Зион – мир людей, прорвавших путь иллюзии. Машины Зиона помогают выжить людям, в то время как машины матрицы уничтожают их. Такое будущее вполне реально. Человек, облегчая свою жизнь, теряет свою духовность, обретая смятение и неудовлетворенность. Мир матрицы насквозь враждебен человеку, единственное средство общения с ним – это война, поэтому герои и авторы фильма упиваются сценами «мордобоя». Если положительным героем является Нео, то отрицательный – компьютерный вирус Агент Смит. Смит искренне верит, что он является единственным спасителем планеты от людей, и поэтому направляет все свои усилия на полное уничтожение мира. Смит является противоположностью Нео, но дело в том, что эти противоположности связаны: это две стороны одного человека – Нео.

Возможен и другой сценарий, где человек будет работать над собой, а не над вещами. Этот вариант отображен на картине Николая Рериха «Град причистый», которая показывает нам Шамбалу – мир будущего. Технические достижения в Шамбале совершенны, но человек умнее техники. Жизнь без мечты невозможна и даже опасна. Каждый человек не может обойтись без цели в жизни. Утопия – это не сама цель, а движение к этой цели. «Утопии придают ценность, смысл и назначение нашему миру, который никогда не станет идеальным» [3, с. 39].

Можно выделить следующие варианты идеального общества:

1) психологическая утопия (психологи принимают участие практически во всех значимых решениях; отношения между людьми подразумевают открытость, откровенность, взаимную поддержку, непосредственное выражение любых эмоций);

2) неолиберализм (свободное предпринимательство и индивидуализм; рынок, регулируемый коммерческим интересом и жестким законодательством об авторских правах);

3) педагогическая утопия (образование и воспитание – ключевые направления для инвестиций; детей помещают в специальные интернаты);

4) информационная утопия (переустройство общества на основе информационных технологий; переход законодательной власти в руки всего населения);

5) национально-религиозная утопия (развитие за счет «консервативной модернизации»; решения остаются за «праведниками-харизматиками»);

6) трансгуманизм (главные инвестиции идут в науку, технологии и медицину, технологии улучшения человеческого тела);

7) экологические утопии (жизнь в гармонии с природой; создание новых экологически чистых средств транспорта);

8) нью-эйдж (свободный и честный обмен без денег; ключевые позиции занимают «духовные учителя»);

9) космическая утопия (главные инвестиции – в науку и космические технологии; миром управляет группа ученых – руководителей космического проекта);

10) альтерглобалистская утопия (мир разбит на множество относительно небольших общин и коммун; триумф прав человека и культурного разнообразия) и др. [3, с. 40–47].

В соответствии с вариантами идеального общества и жизни в современных городах можно вычлениить следующие концепции городов будущего:

1. *Голливудский штамп* – «гигантские, в сотни и тысячи этажей высоты из стекла и металла, огромная голографическая реклама, описывающие зигзаги многоярусные дороги, развязки в 20–30 уровней. Технологический рай и ад одновременно» [4, с. 12].

Такой стандарт был задан в 1982 году в фильме «Бегущий по лезвию» Ридли Скотта. Эту тему можно было увидеть уже в 1927 году в немом фильме «Метрополис» Фрица Ланга. В российском кинематографе эта тема прослеживается в фильме «Обитаемый остров» Федора Бондарчука-младшего. В литературе эта тема появляется в романах Уильяма Гибсона и других авторов.

Теперь это антиутопия – мегаполис супернебоскребов; мир, разъедаемый экономико-социальными язвами и путами; мир транспортного коллапса и экологических катастроф; мир, перенасыщенный информацией и др.

2. *Экогорода, города-сады*. Они «будут развиваться, разнообразные природоохранные практики, связанные с потреблением

солнечной энергии или с использованием воды в системах замкнутого цикла... Еще Маяковский писал о городе-саде» [4, с. 12].

Прототипом такого экогорода будущего считают район Фрайбурга, Фаубан. «Фаубан – экологическая столица Европы. Фаубан – это на самом деле деревня. Дома невысокие, в основном в три–пять этажей. Архитектура неброская, минималистичная, местами даже скучная. Здесь полностью запрещены автомобили, горожане передвигаются на велосипедах. Вместо паркингов разбиты детские и спортивные площадки. Район на 100 % обеспечивается возобновляемыми источниками энергии. Крыши домов представляют собой солнечные батареи. В районе много экспериментируют с созданием безотходных домашних хозяйств. Фаубан с центром Фрайбурга связывает прямая трамвайная линия» [4, с. 12].

3. *Города 3D.* В отдаленной перспективе основным материалом при возведении города будут нанокompозиты, и он будет чуть ли не целиком напечатан на 3D-принтерах. Дом будет «представлять собой что-то вроде паучьей норы со стенками, которые меняют свои свойства. С виду это будет похоже на пену из пузырей с разными размерами и объемами. Возможны и многоквартирные дома такого типа. Дом – умный, практически живой, расширяющийся и сужающийся по погоде» [4, с. 13].

4. *Проект С. Непомнящего:* «город будущего – это объемный город, где все находится в пределах пешеходной доступности, все элементы среды сконцентрированы» [4, с. 14].

5. *Город-Интернет.* В Южной Корее возводится город Сонгдо, «где вся инфраструктура будет управляться через спутники и Интернет. Это концепция «умного города» – умное балансирование жизни в городе. Через устройства человек может включиться в систему «умного дома»: будет находиться на связи с городскими службами, собственным домом, отдавать распоряжения холодильнику и системам отопления, совершать платежи, пользоваться разнообразными услугами и др.» [4, с. 16].

Города будущего – это города летающих людей и товаров (летающие дроны и квадрокоптеры). Использование роботов будет массовым явлением. К 2040 году может возникнуть телепорт, людям не придется ходить по городу и соприкасаться с посторонними людьми.

Конструктивная экология (градостроительство), автономные дома. «Будут формироваться природно-экологические комплексы, находящиеся в непосредственной близости от жилья... Одним из основных принципов градостроительства будет масштабное озеленение и

появление терраформирований... Появятся новые центры кристаллизации урбанистических процессов вместо старых, которые не будут сдерживаться транспортным арканом» [4, с. 17–18].

Важнейшим фактором при проектировании городов будущего станет разнообразие. Человек сам будет выбирать подходящую ему модель взаимодействия с городом.

Библиографический список

1. Юревич А.В. Асимметричное будущее / А.В. Юревич. // Вопросы философии. – 2008. – № 7.
2. Коллизии культуры в информационном обществе (Культурологические чтения – 2014): мат-лы Международной науч.-практич. конф. – Екатеринбург: УрФУ, 2014.
3. Лейбин В. Где взять мечту? Живые утопии; 10 вариантов идеального будущего / В. Лейбин, Ф. Лобанов, Г. Тарасевич. – Русский репортер. – 2015. – № 1–3.
4. Город-сказка, город-мечта. Каким станет мегаполис будущего? / В. Бажанов, И. Кравцова, Д. Данилова, М. Трубина, Д. Майоров. – Русский репортер. – 2014. – № 45.

ГРНТИ 71.37.01
УДК 379.851

Н.Г. Фонова
УрФУ, Екатеринбург

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В 2017 ГОДУ: АНАЛИЗ РЫНКА

Дан анализ развития и предпочтений туриндустрии России в 2016 г. Отмечен позитивный спрос на турпродукт внутри страны, специфичность запросов культурно-познавательного и пляжного отдыха выездного туризма.

Ключевые слова: турпродукт, внутренний и выездной туризм, Ростуризм, турпоток.

Непростым и неоднозначным стал для туризма уходящий 2016 год. Начало года не сулило больших перспектив, особенно относительно международного туризма. Но уже очевидно, что он оказался более удачным для российского туристического бизнеса, чем предыдущий: об этом свидетельствует заметный рост бронирований в летний высокий сезон. Причем продажи активно шли как на внутренних, так и зарубежных направлениях.