

УДК: 008:308/[316.35:061:1-6].+316.4

**«УМНЫЙ ГОРОД»: ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПТА. ИНИЦИАТИВЫ
ГОРОДСКИХ СООБЩЕСТВ В РАЗВИТИИ ГОРОДА**

Мизрахи М.В.

***Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: insieme@rambler.ru***

В статье рассматриваются два основных этапа становления концепта «умного города». Первый пришелся на 90-е гг. и совпал с периодом широкого распространения информационно-коммуникативных технологий. На этом этапе в содержании концепта акцентировалась именно роль ИКТ. Вторым этапом обозначилось усложнение структуры концепта «умного города», включением в нее инициатив сообществ горожан, направленных на адекватное развитие городского пространства. Утверждается, что становление и развитие концепта «умного города» отражает деактуализацию марксистской и неовеверианской исследовательских традиций и формирование нового типа социологии города.

Ключевые слова: концепт «умный город», культурное пространство, городская среда, публичное пространство, информационно-коммуникативные технологии.

Современная ступень развития информационных и коммуникационных технологий, креативная фаза развития экономики предопределили ситуацию, при которой в функционировании современного города первичной и определяющей становится не экономическая («физический капитал»), но социальная инфраструктура («интеллектуальный/социальный капитал»). В рамках осмысления этих перемен и их влияния на культуру в западных исследованиях оформился концепт «умного города» («smart city»), который постепенно входит в научный оборот культурологии и на постсоветском пространстве. Целью настоящей работы является исследование динамики содержания концепта и его современного состояния, а также определение степени актуальности его использования.

Итак, концепт «умный город» фиксирует изменение факторов оформления и развития культурного пространства города, а именно: возросшую роль социального и экологического капитала; усиление значимости информационных и коммуникационных технологий в городской среде. Кроме исследовательского концепт приобрел и явный маркетинговый смысл (словосочетания «smart city» и «smarter city» используются в кампаниях, как отдельных организаций, так и городов для формирования брендов и при определении маркетинговых стратегий).

Безусловно, концепт «умного города» формируется как актуальная трансформация различных неоклассических теорий регионального роста и развития, в которых, в качестве факторов, влияющих на потенциал региона, рассматривались только непосредственно определяющие производство и экономику, а именно: количество и качество природных ресурсов, запасы капитала и уровень технологий, численность и квалификация трудовых ресурсов. Большое количество исследователей, давая определение понятию «умный город», акцентировали внимание на коммуникационной инфраструктуре, что вполне

очевидно объясняется периодом становления концепта (90-е гг.), который совпал со временем, когда информационно-коммуникативные технологии стали широкодоступными в Европе и США.

Есть примеры проектов (в т.ч. реализованных) городов, которые построены (или строятся в настоящее время) по такому принципу «умного города» на пустом месте. Например, Сонгдо (Южная Корея), Масдар (ОАЭ), ПланИТ Вэллей (Португалия). Приведенные примеры – это проекты глобальных корпораций, в основе которых именно эта узкая трактовка концепта, акцентирование технологической его составляющей. Однако это города без исторического опыта и без какого-либо наличного культурного пространства. Подобные проекты демонстрируют подход к формированию города «сверху», когда крупные мультинациональные корпорации оцифровывают городское пространство, иницируют сети контроля безопасности города, формируют местные виртуальные сети.

В течение первого десятилетия XXI в. ядро концепта «умного города» изменилось, а его структура несколько усложнилась. В статье «Smart Cities in Europe» авторы выделяют следующие черты «умного города»:

1. использование сетевой инфраструктуры для повышения эффективности экономической и политической сфер жизни города, а также для стимулирования социальных и культурных преобразований;
2. акцентированная ориентация на привлечение нового бизнеса;
3. внедрение инноваций, направленных на достижение социальной интеграции жителей города (например, использование городских smart-карт);
4. ключевая роль высоких технологий и творческих сфер деятельности в долгосрочных стратегиях развития города;
5. целенаправленное улучшение и наращивание «социального капитала»;
6. социальная и экологическая стабильность.

Итак, сегодня «умный город» – это город, в котором стабильное экономическое развитие обусловлено: рациональными инвестициями в человеческий и социальный капитал, а также в традиционные и инновационные коммуникации; рациональным совместным управлением природными ресурсами; значительной вовлеченностью населения в формирование и положительное преобразование культурного пространства; вовлечением местного сообщества и государства в кампании и проекты, связанные с социокультурной сферой. Альтернативой контролю больших компаний стал спонтанный порядок «снизу». Умный город теперь – город в реальном социальном и культурном пространстве.

Именно такой подход к пониманию «умного города» представляется сегодня актуальным, в том числе и для Украины. Задача создания стабильных и комфортных городских пространств, основанных на принципах экологичности, максимально полно использующих особенности территории, – может сегодня решаться и посредством инициатив сообществ горожан.

Две стадии развития концепта «умного города» (первая – «умный город» формируется «сверху», т.е. главным образом, по инициативе правительства или глобальных корпораций; вторая – «умный город» формируется «снизу», т.е. городское пространство существует, в первую очередь, для жителей города, и

инициатива исходит от них) в некоторой степени сменяют сформировавшиеся традиции социологии города – марксистскую и неовеберианскую. Для первой характерно исследование городской среды как результата и источника конфликтов интересов различных групп влияния (например, властей и крупного бизнеса). Вторая фокусируется на политическом аспекте жизни города и борьбе за власть. В 1960-е гг. исследователи-социологи Д. Рекс и Р. Мур ввели понятие «жилищных классов» как альтернативу стратификации по экономическому признаку для обозначения места проживания как одного из ведущих факторов различий в городской среде. Теоретик Э. Берджесс еще раньше предложил пространственную дифференциацию города (теория концентрических кругов): в центре – деловой район, следующий круг – смешанная зона трущоб и этнических кварталов, далее – рабочие районы и промышленная зона, далее следует жилая зона среднего класса, последний круг в схеме Берджесса – жилая зона с загородными особняками элиты.

На современном этапе развития социологии города перечисленные подходы все более деактуализируются. Тенденции, оказавшие наибольшее влияние на переосмысление как непосредственно роли города (особенно мегаполиса), так и методологии его изучения, рассматриваются в книге «Исчезновение расстояний» (The Death of Distance, 1997) Ф.Э. Кернкросс. Осевой тенденцией, как следует из названия книги, является «исчезновение расстояний». Автор фиксирует состояние современной культуры, в котором нивелировано определяющее значение местоположений для реализации какой-либо деятельности. В качестве следствий этого состояния выделяются: повышение ценности бренда; объединение на основе общности интересов и деятельности, а не территориальной близости; развитие «свободных корпораций»; сдвиг от политики правительств к политике личности; повышение конкурентности между странами в привлечении владельцев капиталов. Перечисленные явления современности размывают сложившиеся представления об организации и самоорганизации городской среды. В этом контексте концепт «умного города» как общественного пространства, предназначенного для взаимодействия, пришедшего на смену обезличенной и/или некомфортной городской среде, привлекается для ответа ряд вопросов. Как технологии, дизайн и искусство могут быть включены в развитие города; что такое коммуникативно-ориентированное пространство, каким должен быть новый опыт взаимодействия с городской средой, и как можно повлиять на его формирование?

Изучение перспективных моделей развития городов, опыта трансформации городских пространств в разных странах мира является предметом дальнейшего исследования. Однако в настоящей статье необходимо отметить основные направления актуальных городских инициатив в формате концепта «умный город»:

1. художественные тактики изменения визуального облика города (стрит-арт, благоустройство дворов, улиц и отдельных площадок города);
2. самоорганизация горожан для решения проблем разного уровня (социальные медиа, офлайн мероприятия и организации);
3. улучшение городской инфраструктуры (транспортной, экологической);
4. формирование новых и реорганизация старых публичных пространств (фримаркеты, фестивали, уличные университеты, т.н. «третьи места»).

Таким образом, пройдя значительный период становления, концепт «умного города», сегодня остается актуальным и перспективным в рамках исследований в области практической культурологии и социологии. Структура и содержание концепта отражают актуальные процессы в развитии городского пространства, изучение которых может быть положено в основу формирования новых теорий социологии города, моделей среды и механизмов планирования города.

Список литературы

1. Американская социологическая мысль: Тексты : [научн. изд. под ред. В.И. Добренкова]. / Мэртон Р., Мид Дж. Парсонс Т. Шюц А. – М. : Международный Ун-т Бизнеса и Управления, 1996. – 560 с.
2. Берджесс Э. Рост города: введение в исследовательский проект / Эрнст Берджесс // Личность. Культура. Общество. – М., 2002. – С. 168-181. – (Т. 4, №1-2)
3. Вебер М. Город. Избранные произведения / Макс Вебер ; [пер. с нем. и общ. ред. Ю.Н. Давыдов]. – М. : Прогресс, 1990. – С. 309 – 446.
4. Cairncross F. The Death of Distance: How the Communication Revolution is changing our lives / Frances Cairncross – Boston: Harvard Business School Press, 1997. – 230 с.
5. Caragliu A. Smart cities in Europe [Электронный ресурс]. / Caragliu A., Bo C., Nijkamp P. [Serie Research Memoranda]. – Amsterdam: VU University of Amsterdam, .2009. – 15 с. – Режим доступа: <http://zappa.uvu.vu.nl/20090048.pdf>
6. Rex J. Race, Colonialism and the City / John Rex. – Routledge: Routledge Library editions, 2007. – 310 с. – (Routledge Library Editions: The City. Cities in the Developing World ; т.4)

Мізрахі М.В. «Розумне місто»: Еволюція концепту. Ініціативи міських сообществ розвитку міста / М.В. Мізрахі // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія. – 2013. – Т. 24 (65), – № 3. – С. 216-219.

В статті розглянуто два основні етапи становлення концепту «розумного міста». Перший етап (90-ті рр.) співпав з періодом широкого розповсюдження інформаційно-комунікативних технологій. На цьому етапі у змісті концепту акцентувалася саме роль ІКТ. Другий етап позначився ускладненням структури концепту «розумного міста», включенням в неї ініціатив громад городян, спрямованих на адекватний розвиток міського простору. Стверджується, що становлення і розвиток концепту «розумного міста» відображає деактуалізацію марксистської і неовеберіанської дослідницьких традицій і формування нового типу соціології міста.

Ключові слова: концепт «розумного міста», культурний простір, міське середовище, публічний простір, інформаційно-комунікативні технології.

Mizrakhi M.V. Smart city: concept development. The initiative of communities in city progress. / M. V. Mizrakhi // Scientific Notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. – Series : Philosophy. Culturology. Political Science. Sociology. – 2013. – Vol. 24 (65), – No 3. – P. 216-219.

The article is devoted to the study of “smart city” concept, its emergence and evolution during the 90s and the first decade of 21st century. The concept of smart city is considered to reflect the deactualization of marxists’ and neoveberian’s research traditions. The concept plays a significant role in forming a new form of urban sociology.

Keywords: smart city, urbanism, cultural space, city space, public space, ICT.