

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ, КУЛЬТУРНЫЙ ЛАНДШАФТ И ФЕНОМЕН “ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ПУСТЫНЬ”

© 2016 М.В. Рагулина, М.А. Григорьева*

Ключевые слова: “продовольственная пустыня”, розничная торговля, глобализация, торговые сети, культурный ландшафт, пространственная сегрегация, продовольствие, здоровье населения.

Рассматривается свойственный развитым странам феномен “продовольственных пустынь”, отражающий затруднения в физической и экономической доступности продовольствия. Показано, что диспропорции в территориальной организации розничной торговли продуктами питания влияют на развитие городов и регионов, на культурные ландшафты, образ жизни населения, изменяя структуру потребительской среды.

Феномен “продовольственных пустынь” имеет недавнее происхождение, его история насчитывает не более двух десятилетий. Аналитика проблемы представлена во множестве зарубежных публикаций, малоизвестных отечественному читателю. Российские ученые этот вопрос специально пока не изучали, а затрагивали косвенно, в обзорах зарубежных исследований продовольственного рынка¹. Возможно, слабость интереса к данной теме связана с экономической и социокультурной спецификой, когда не только в сельской местности, но и в городской сохраняются традиции частичного самообеспечения домохозяйств (приусадебные участки, “дачи”), распространено мелкое предпринимательство в сфере розничной торговли, не настолько сильны социальные барьеры внутри города и сельской местности, слабы социальные гарантии поддержки малоимущих слоев населения, которое вынуждено полагаться на свои силы. В то же время российская экономика - часть мировой экономической системы, и процессы распространения торговых сетей, унифицированной культуры потребления усиливаются с каждым годом. Поэтому изучение зарубежного опыта пространственной и культурно-экологической трансформации культурного ландшафта и стратегий жизнеобеспечения населения является актуальной задачей.

При анализе феномена “продовольственной пустыни” нас интересовали проявления его

особенностей и роль в экономическом и географическом пространстве региона. Важно было выявить вклад структурной трансформации розничной торговли в появление “продовольственных пустынь” и специфику культурного ландшафта в пределах их ареалов.

Впервые яркий, запоминающийся термин “продовольственная пустыня” был применен в начале 1990-х г. в Шотландии для выражения опыта жителя бедного района, где доступ к пище был осложнен ее дороговизной, социальными и географическими барьерами. К 1995 г. понятие, так точно ухватившее суть явления, проникает в официальный доклад правительственной рабочей группы², исследующей розничную торговлю продовольственными товарами, и с тех пор все более укрепляется в научном дискурсе. “Продовольственные пустыни” в названном докладе - это преимущественно городские ареалы, в которых население не имеет достаточного доступа к качественному и приемлемому в финансовом плане продовольствию, что может создавать риски для здоровья.

Исправление ситуации предусматривало ряд правительственных инициатив протекционистского и регулятивного характера в отношении розничной торговли в местах проживания социально незащищенных, малоимущих граждан и введение программ их социального субсидирования³. В дальнейшем со-

* Рагулина Милана Владимировна, доктор географических наук, ведущий научный сотрудник. E-mail: milanara@yandex.ru; Григорьева Марина Александровна, кандидат географических наук, ст. научный сотрудник. E-mail: margri9@yandex.ru. - Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, г. Иркутск.

держательная сторона понятия расширялась: был выполнен ряд исследований в сельской местности, затронуты вопросы пространственной сегрегации, дополняющей экономическое и социальное неравенство, расовые, этнические характеристики населения. Департамент сельского хозяйства США (USDA) определяет “продовольственную пустыню” как район, где проживает большинство жителей с невысокими доходами и где низок уровень развития розничной торговли, что не позволяет людям приобретать здоровое и доступное по цене продовольствие⁴.

Проблема “продовольственных пустынь” – одна из наиболее притягательных в силу своей междисциплинарности: уже в 2007 г. насчитывалось более 2,8 тыс. публикаций экономического, социологического, экономико-географического, политико-экологического профиля, рассматривавших критерии и методологию их выделения⁵. Согласно данному исследованию, “продовольственные пустыни” формируются прежде всего в ареалах, неблагоприятных в социально-экономическом отношении. Это относится к бедным кварталам, гетто, районам проживания этнических и расовых меньшинств, внутригородским (“innercity”) кварталам. “Продовольственные пустыни” обнаруживают параллели с хорошо разработанными в западной науке концептами пространственной сегрегации на основе экономических и социокультурных критериев. В этом случае действуют видимые и невидимые барьеры, способствующие социальному исключению.

Попытки комплексного охвата проблемы доступности продовольствия привели в начале 2000-х гг. к формулировке понятия “продовольственный ландшафт” (foodscape), теперь встречающегося во множестве работ⁶. Данное понятие подходит для анализа продовольственной безопасности, в то же время “опустыненные”, геттоизированные районы – не совокупность отдельных объектов, а взаимосвязанная функциональная знаково-символическая среда – кризисный культурный ландшафт.

Концепт интегрального культурного ландшафта – более широкий уровень охвата, синтезирующий социальные и политические системы, личностные и культурные смыслы с объективной пространственной средой. В данной работе мы рассматриваем “продовольственные пу-

стыни” с точки зрения формирования ландшафтной среды.

“Продовольственные пустыни” в культурном ландшафте: подходы, вклад розничной торговли. Большинство исследователей, признавая комплексность явления, все же видят причину формирования “продовольственных пустынь” в изменении структуры розничной торговли. Повышение мобильности населения, распространение автомобилей, субурбанизация, формирование относительно благополучных пригородных районов вызвали децентрализацию розничной торговли, принципиальное изменение ее структуры. Крупные торговые сети предпочитали открывать супермаркеты в районах с платежеспособным населением, удовлетворяя (и формируя с помощью ассортимента) его потребительские предпочтения. Немаловажно, что супермаркет предоставлял возможность приобрести свежие продукты, фрукты и овощи, в отличие от мелких магазинов, торгующих товарами с длительным сроком хранения, с повышенным содержанием соли, жиров, сахаров и вредных для здоровья добавок.

Городские районы, исключая деловой центр, населенные социально незащищенными гражданами, в том числе этническими меньшинствами, имеют неблагоприятную социально-экономическую, криминогенную ситуацию и снабжаются продовольствием через множество мелких торговых объектов, реализующих консервированные продукты⁷. В то же время цены на продукты питания в крупных сетевых супермаркетах значительно ниже, чем у мелких предпринимателей. На материалах городских бедных районов США статистически подтверждена гипотеза о позитивной роли супермаркетов в преодолении “продовольственных пустынь”, сделан вывод о необходимости поощрения экспансии торговых сетей, которые могут оздоравливать население в буквальном смысле⁸.

С позиции культурно-ландшафтного подхода, для начала позитивных перемен одной перестройкой системы розничной торговли не обойтись: необходим анализ среды, способствующий воспроизводству кризисных паттернов. Типичный геттоизированный район имеет ветшающие объекты социального жилья и инфраструктуры, которые требуют ремонта и финансовых вложений, отличается силой и значимостью неформальных, в том числе экономических, отношений, а также нетипичными для более благопо-

лучного населения ритмами активности (ночная жизнь). В последнее время с повышением миграционного притока в Европу возросла роль этнических анклавов, слабо интегрированных в принимающее общество и имеющих высокую степень консолидации. Криминогенная обстановка, низкая покупательная способность населения останавливают крупных ритейлеров, но привлекают мелких предпринимателей - уроженцев квартала. Формируется замкнутый цикл воспроизводства "продовольственной пустыни", где "точечная" конфигурация мелких торговых предприятий, их доступность в совокупности с "бедным и вредным" ассортиментом, сконцентрированные в них отношения неофициального кредитования составляют вклад розничной торговли в поддержание кризисного ландшафта.

В то же время в Великобритании, в отличие от США, сходные причины породили иное следствие: преобладающей тенденцией становится закрытие мелких магазинов, не выдерживающих конкуренции с супермаркетами. Процесс усугубляется изменением связей оптовой и розничной торговли: если ранее первая поддерживала вторую с помощью гибких распределительных механизмов и оптовые рынки были локализованы во всех крупных городских районах, то теперь, согласно К. Стил, они значительно сокращены, а оставшиеся вынесены на периферию, снабжая продуктами лишь государственные социальные учреждения и немногочисленные предприятия розничной торговли. Оптовые рынки отвечают всего лишь за пятую часть продовольствия, остальной поток товаров направляется крупными сетевыми структурами⁹. Данный автор отмечает появление термина "лондонизация", который означает вытеснение мелких торговых розничных предприятий сетевыми корпорациями. Для предотвращения "лондонизации" в Париже была разработана система ограничительных и протекционистских мер: розничным магазинам, торгующим продовольствием, рекомендовано сохранять свою специализацию в обмен на льготы, чтобы, как отмечает К. Стил, "лавки мясников и булочников не перекупили салоны сотовой связи"¹⁰. Интересно, что большинство ограничительных мер в отношении крупных корпораций сталкивается с критикой. Попытки противодействовать "продовольственному опустыниванию" сопровождаются обвинениями в покушении на свободу торговли, в препятствовании естественному развитию глобализации и прогрессу.

Структура "продовольственных пустынь" и стратегии их преодоления. В пределах "продовольственных пустынь" выделяются дополнительные структурно-функциональные ареалы. Сложившаяся традиция определять такие "пустыни" по критериям уровня доходов населения и удаленности предприятий розничной торговли способствовала тому, что термин был признан довольно ограничивающим. Недоучет нездоровой среды, целостно воздействующей на человека и распространяющей свое влияние в окрестностях "пустыни" привел к формулировке понятия "продовольственного хинтерлэнда" (в приблизительном переводе - внутреннего, примыкающего к "пустыне" района). На первый план выходит социально-культурный аспект "стигматизации пространства", наделения его негативными смыслами со стороны более благополучного населения близлежащих районов¹¹. При этом избыточный вес, социальное неблагополучие и расовые/этнические особенности, воспринимаясь совместно, способствуют социальному исключению как людей, так и их пространств. Интересно, что используется термин "патологизированное пространство". В то же время, определяя хинтерлэнд, авторы исследований имеют ограниченный набор подходов к его изучению. Культурно-ландшафтная парадигма, напротив, предоставляет значительный спектр таких возможностей.

Продовольственный оазис - ареал, где благодаря местным инициативам, поддержке администрации, социальной активности и консолидации сообщества удастся сохранить и развивать сеть небольших магазинов, реализующих свежие продукты. Пример британского города Саксмундхэм, выигравшего противостояние с сетью супермаркетов Tesco, очень показателен, поскольку успех в борьбе с "пустыней" связан с недопущением сети супермаркетов на территорию сообщества¹². Наоборот, в США именно от расширения сети супермаркетов и привлечения их в малообеспеченные районы, по мнению большинства исследователей, зависит решение проблемы "продовольственных пустынь"¹³. Так, "продовольственный оазис" в США - ареал, где расстояние от жилого сектора до супермаркета не превышает 500 м¹⁴.

Субъективная сторона "жизни в пустыне" связана с особым психологическим климатом, который отражает кризисность куль-

турного ландшафта и изучается преимущественно качественными методами. В работе австралийских ученых на основе выборки из 1580 респондентов как низкого, так и высокого профессионально-образовательного, а также экономического статуса установлено, что социально-экономические различия в структуре потребления почти полностью объясняются не объективными причинами, а особенностями самовосприятия, представлениями о доступности / недоступности другого типа питания и образа жизни¹⁵.

Метод фокус-групп был использован в британском исследовании, где также выявлена высокая роль восприятия кризисного ландшафта как ограничивающего фактора. Но помимо психологических факторов, низкая обеспеченность бедных слоев населения автотранспортом при удаленности супермаркетов на несколько миль, массовое закрытие бакалейных магазинов вследствие нерентабельности из-за снижения обеспеченности и старения населения создают объективные предпосылки для такого типа поведения¹⁶.

Существует критическая точка зрения относительно подходов к четкой делимитации ареалов и их картографированию (при том, что геоинформационный метод - один из наиболее популярных). Сторонники этой позиции приводят аргументы о том, что население территорий, отнесенных к "продовольственным пустыням", может чувствовать себя беспомощным и ущемленным, а признание исключительно "внешнего" характера проблемы способно усугубить социальное иждивенчество, и более того, способствовать углублению пространственной сегрегации бедных и национальных меньшинств¹⁷. В большинстве исследовательских и управленческих подходов рассматриваются лишь некоторые аспекты - непропорциональное размещение объектов розничной торговли и низкий уровень доходов, в то время как целесообразно в контексте "продовольственных пустынь" иметь в виду более широкий контекст дисфункциональности сообщества и его жизненной среды - культурного ландшафта. Работоспособные стратегии преодоления "пустынь" должны включать в себя системные, экономико-социальные меры, аспекты личностного выбора в пробуждении инициатив местного сообщества, создание здоровой объектной среды и культуры потребления. При этом комплексность - залог успеха, где мелочей не бывает: так, М. Диао отмечает, что существу-

ет зависимость городского продовольственного снабжения от уровня преступности, и поэтому социальная политика в отношении безопасности может способствовать привлечению продовольственных ритейлеров. Подход, ориентированный на изменение негативных представлений о городских районах и на получение открытой информации, был апробирован на примере агломерации Бостона и дал первые результаты¹⁸. Не случайно, рост сегрегации и социального исключения способствует снижению инициатив местного сообщества, а "социальное включение" - неизбежный путь оздоровления ситуации¹⁹.

Следует отметить, что сообщество, населяющее "продовольственные пустыни", в объективной парадигме воспринимает себя беспомощным и ущемленным, а в субъективной находит в себе силы предпринять шаги в сторону желаемого будущего.

В итоге анализа представленной проблемы можно отметить ряд моментов, существенных для применения зарубежного опыта в российском контексте.

Российское общество и отечественная экономика пережили немало кризисных моментов, когда население испытывало затруднения с доступом к продовольственным ресурсам, находилось в ситуации нормирования и рационирования, подчинялось бюрократическим схемам распределения продуктов. Наступивший этап рыночных преобразований также болезненно отразился на потребителях, территориальные диспропорции доступа к продовольствию в нашей стране, несомненно, существуют и нуждаются в дальнейшем исследовании. При этом методическая база, разработанная при изучении "продовольственных пустынь", имеет большую ценность и может быть адаптирована к условиям конкретных регионов.

В то же время здесь имеются ключевые отличия, и прежде всего в социально-экономической сфере. Незначительность (либо отсутствие) пространственных проявлений этнической, расовой и имущественной сегрегации, следы социальных отношений, унаследованных от социалистического общества, способствуют формированию более сбалансированной социальной среды российских городов.

Российские регионы в неодинаковой степени характеризуются массивным распространением торговых сетей разного террито-

риального уровня, и эта экспансия не вызывает, как в Великобритании, массовой ликвидации мелких объектов розничной торговли. И в то же время происходит изменение структуры потребительской среды, культуры потребления и жизнеобеспечивающих практик населения. Нельзя дистанцироваться от глобализации, поэтому проблема диспропорционального распределения розничной торговли, влияющая на облик и содержание культурного ландшафта, потенциально значима и для наших условий.

Не все аспекты “продовольственных пустынь” и связанных с ними экономических, социальных и культурно-географических последствий ввиду постановочного характера данной работы удалось рассмотреть. В то же время анализ значительного количества иностранных источников позволяет констатировать, что последствия упразднения малых торговых предприятий и наличие территориальных диспропорций розничной торговли продуктами питания на примере стран Европы и США имеют глубокие и далеко идущие последствия. Поэтому, по нашему мнению, стратегии территориальной организации розничной торговли и ее взаимодействия с культурным ландшафтом городов и сельской местности нашей страны не должны копировать аналогичные зарубежные подходы. Необходим учет опыта других стран, а также пространственной и социокультурной российской специфики, образа жизни населения, его экономических (в том числе неформальных) практик, следует сохранять преемственность локальных и этнокультурных традиций россиян.

¹ Шарипов И.Н. Прогнозирование возможных последствий либерализации международной торговли для развития мировой экономики, включая АПК, и доходов населения стран и регионов мира (США) // Экономика сельского хозяйства. 2009. № 3. С. 573.

² Cummins S. Food deserts // The Wiley Blackwell Encyclopedia of Health, Illness, Behavior, and Society. 2014.

³ Wrigley N. “Food deserts” in British cities: policy context and research priorities // Urban studies. 2002. Vol. 39. № 11. P. 2029-2040.

⁴ Verploeg M., Nulf D., Williams R. Mapping food deserts in the United States. URL: <http://ers.usda.gov/amber-waves/> (дата обращения: 09.09.2016).

⁵ Beaulac J., Kristjansson E., Cummins S. A systematic review of food deserts, 1966- 2007. Prev. Chronic Dis. 2009. № 6 (3). URL: http://www.cdc.gov/pcd/issues/2009/jul/08_0163.htm. (дата обращения: 12.09.2016).

⁶ Cummins S., Macintyre S. A systematic study of an urban foodscape: the price and availability of food in greater Glasgow // Urban Studies. 2002. Vol. 39. № 11. P. 2115-2130.

⁷ Macintyre S. Deprivation amplification revisited; or, is it always true that poorer places have poorer access to resources for healthy diets and physical activity? // International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity. 2007. Vol. 4. № 1.

⁸ Morland K., Roux A.V.D., Wing S. Supermarkets, other food stores, and obesity: the atherosclerosis risk in communities study // American journal of preventive medicine. 2006. Vol. 30. № 4. P. 333-339.

⁹ Стул К. Голодный город: пер. с англ. Москва: Стрелка пресс, 2015.

¹⁰ Там же.

¹¹ Leete L., Bania N., Sparks-Ibanga A. Congruence and Coverage Alternative Approaches to Identifying Urban Food Deserts and Food Hinterlands // Journal of Planning Education and Research. 2012. Vol. 32. № 2. P. 204-218.

¹² Стул К. Указ. соч.

¹³ Walker R.E., Keane C.R., Burke J. G. Disparities and access to healthy food in the United States: A review of food deserts literature // Health & place. 2010. Vol. 16. № 5. P. 876-884.

¹⁴ Diao M. Are Inner-City Neighborhoods Underserved? An Empirical Analysis of Food Markets in a US Metropolitan Area // Journal of Planning Education and Research. 2015. Vol. 35. № 1. P. 19-34.

¹⁵ Inglis V., Ball K., Crawford D. Socioeconomic variations in women’s diets: what is the role of perceptions of the local food environment? // Journal of Epidemiology and Community Health. 2008. Vol. 62. № 3. P. 191-197.

¹⁶ Life in a “food desert” A. Whelan // Urban Studies. 2002. Vol. 39. № 11. P. 2083-2100.

¹⁷ Shannon J. Food deserts Governing obesity in the neoliberal city // Progress in Human Geography. 2014. Vol. 38. № 2. P. 248-266.

¹⁸ Diao M. Idem.

¹⁹ Wrigley N., Guy C., Lowe M. Urban regeneration, social inclusion and large store development: the Seacroft development in context // Urban Studies. 2002. Vol. 39. № 11. P. 2101-2114.

Поступила в редакцию 12.10.2016 г.