



## Влияние глобализации и урбанизации на профессиональную деятельность лесоводов



"A tree on your doorstep is a forest in your mind!"

## Содержание

- **Урбанизация и глобализация**
  - Основные перемены в обществе
- **Влияние на лес и лесное хозяйство**
- **Новые навыки, необходимые лесоводам**
  - Охват городских и глобальных масштабов
  - Коммуникационные навыки
  - Маркетинг и создание бренда
  - Партнерство
  - Подход к ландшафту



## Важные направления

- **Глобализация рынков и ценностей**
- **Демографические перемены**
  - Стареющее население ('Седое Золото'), миграция, неравномерность распределения
- **Перемены в образе жизни**
  - Более состоятельное общество, творческие классы (Р. Флорида)
- **Информированное и жаждущее развлечений общество**
  - Эпоха информации, конкуренция за свободное время, развлечение
- **Урбанизация**
  - 80% европейцев в городах, акцент на близлежащие озелененные территории
- **Изменения в окружающей среде**
  - Изменение ландшафтов, облесение, изменение климата



## История двух городов

- **С одной стороны: Хороший город**
  - Центры инновации, экономики, культуры, демократии, уникальных возможностей
- **С другой стороны: Плохой город**
  - Социальные конфликты, социальное отторжение, скопление толпы
  - Городской след, загрязнение, удаленность от природы
  - *Gesellschaft* (общественная группа, члены которой находятся вместе из практических соображений и пр.) а не *Gemeinschaft* (общественная группа, объединенная общими убеждениями, семейными узами и пр.), 'миллионы людей, живущих вместе, но чувствующие себя одинокими' (Торо)



## Проблемы города

- Разрастание пригородов угрожающих индивидуальности города
- Местное своеобразие является ключевым моментом
  - Привлечение и удержание жителей
  - Усиление общественных связей
  - Конкуренция, например, за финансы
- Города должны быть неприкосновенными, безопасными и оживленными (Коткин, 2005)
  - Неприкосновенность: индивидуальность, община
  - Безопасность: качество жизни, чувство комфорта, безопасность
  - Оживленность: экономическая, общественная и культурная деятельность
- Новая иерархия городов
  - 'Вторые города', 'пригород' в фокусе

## Вторые города

- **Отвечать потребностям** изменяющегося населения
  - Старение
  - Творческие классы
  - Мультирасовые
- **Информационное общество**
- **Транспортные средства**
- **Развитие 'городской жизни',** своеобразия, общины
  - Местное своеобразие и преданность городу необходимо стимулировать



## Городам нужны их оливковые деревья

См. Томас Фридман (2000г.) по вопросам глобализации:

- Процессы глобализации могут быть устойчивы лишь в том случае, когда они находятся в соответствии с местными корнями, своеобразием, общиной.
- Недостаток своеобразия и общины в городах выливается в конфликт Lexus и Оливкового дерева.
- Оливковые деревья:
  - *“Они олицетворяют все, что укореняет нас, прикрепляет нас, определяет нас и размещает нас в этом мире” - “... месте, которое называется домом”*



## Некоторое влияние на лесное хозяйство

- Требования, ценности и воздействие города является доминирующим
- Больше прямого контакта с городскими территориями и городскими жителями
- ‘Борьба’ за внимание (политики, СМИ, люди)
- Необходимы партнерства и новые подходы
- Необходимы иные умения, понятия



# Время перемен для управления природными ресурсами

(см Фаузио и Гильберт, 2000г.)

- **Эпоха изобилия**
- **Эпоха эксплуатации**
- **Эпоха охраны и производства**
- **Эпоха жилой среды и сбора урожая**
- **Эпоха людей и окружающей среды**
  - Устойчивое развитие, включая сильный социо-культурный аспект
  - Управление природными ресурсами как контактный вид спорта
  - Ориентация на клиента
  - Общая ответственность перед обществом
  - Коммуникация в более широком смысле слова



## Общественное участие и среда обитания

- **Раньше: оказание давления при вовлечении людей в принятие решений в отношении их среды обитания**
  - Например: Местная программа 21, Конвенция Орхуса
- **Аналогичная тенденция в лесном хозяйстве в целом**
  - Устойчивое управление лесами(SFM): экологические, экономический и **СОЦИАЛЬНЫЕ** аспекты
- **Участие, как один из способов сбора правильной информации для принятия решений.**
  - Общие границы (Общественность)-Политика-Наука



MINISTERIAL CONFERENCE ON THE  
PROTECTION OF FORESTS IN EUROPE

LIAISON UNIT VIENNA



## Конференция на уровне министров по защите лесов в Европе" (MCPFE) Хельсинская резолюция

*“Устойчивое управление это управление и использование лесов и лесных угодий таким образом и в таком объеме, который бы поддерживал их биологическое разнообразие, способность к восстановлению, жизнеспособность и потенциал для выполнения сейчас и в будущем соответствующих экологических, экономических и социальных функций на местном, национальном и глобальном уровнях и не наносило ущерб другим экосистемам.”*



## Смена приоритетов в функциях лесов– рядом с городами

### 1. Социо-культурные услуги:

- рекреация, здоровая окружающая среда, создание общины, образование

### 2. Экологические услуги:

- Вода, уменьшение загрязнения, изменение климата

### 3. Экономические товары и услуги:

- Привлечение бизнеса, местной продукции





## Лесникам необходимы новые умения

- Признание городских и глобальных аспектов лесного хозяйства
- Усиление коммуникативных и социальных навыков
- Брендинг и маркетинг
- Партнерство и междисциплинарный подход (например :городское лесное хозяйство )
- Озеленение в фокусе – участие в (городском) проектировании





## Коммуникационные навыки

- **Коммуникация – это ключевой момент!**
- **Общение с различной аудиторией**
  - Посетители, клиенты, политики, группы, объединенные общими интересами, СМИ, и т.д.
  - Другие профессионалы (см. вопрос о партнерстве)
- **Понимание потребностей и системы ценностей для различных аудиторий**
- **Управление конфликтами (послушайте мое 2-е выступление)**





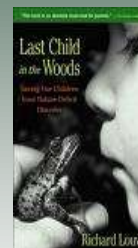
## Возможности брендирования в городском лесном хозяйстве

- Положительное отношение к лесу и деревьям
- Создание бренда, с учетом чувств людей
- Создание бренда, на основании оказываемых услуг: долгосрочные отношения с клиентами
- Внутреннее создание бренда: должно вызывать чувство гордости за организацию/профессию
- “Отметка качества” за отличную деятельность
- Связь со стратегическими вопросами (конкурентоспособность, здравоохранение)



## Маркетинг товаров и услуг

- Продукты леса, такие как древесина, но существует целый ряд продуктов
- Социо-культурные услуги
  - Рекреация на свежем воздухе, туризм, здоровье
  - Образование (Природой)
  - Высококачественная среда для жилищного строительства и бизнеса
- Экологические услуги
  - Защита питьевой воды, водосборных бассейнов
  - Поглощение CO<sub>2</sub>, загрязнение, регулирование климата
  - Контроль за эрозией, лесозащитные полосы



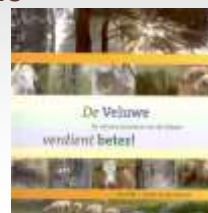


## Исследование (на примере конкретного случая): Велуве, Нидерланды (1)

Источник: Баде и В.Д Шроефф (2006г.)



- Самая большая лесная зона в Нидерландах (75,000 Га леса)
- Оценка приносимой пользы включая рекреацию и туризм, проведенную компанией КПМГ



## Исследование (на примере конкретного случая): Велуве, Нидерланды (2)

Источник: Баде и В.Д Шроефф (2006г.)

- **Весь Велуве:**
  - около 23 миллионов посетителей в год
  - >10 миллионов гостей из Нидерландов (стоимость 25 Евро в день)
  - > 600,000 Иностранных гостей (стоимость 87 Евро в день)
  - 4.7 миллиона Евро дохода от налога на туризм
- **Национальный парк 'Хогс Велуве':**
  - 600,000 платных посетителей в год (16 Евро с человека)



## “Игровое поле” городского лесного хозяйства

 	Город и пригород			Сельская местность	
	Отдельные деревья и небольшие группы деревьев	Лесистая местность (леса и другие лесистые территории, например, естественные леса и лесопосадки, фруктовые сады)	Отдельные деревья	Естественный лес и лесопосадки	
	Придорожные деревья	Деревья в парках, частных дворах, кладбищах, фруктовые деревья и т.д.		Лесозащитная полоса, деревья между участками земли, 'парковые насаждения и пр.	
Польза и применение					
Политика планирование и дизайн					
Управление					
Техническая и эксплуатационная деятельность					



## Необходимо партнерство

- **Задействованы множество различных дисциплин**
  - Городское лесное хозяйство: лесное хозяйство, садово-парковая архитектура, проектирование, общественные науки, экология, психология, и др.
  - Глобализированное лесное хозяйство: экономика, энвироника (глобальное потепление!), культурология, информационные технологии, и др.
- **Партнерство так же между:**
  - Общественным и частным сектором
  - Лесоводами и СМИ
  - Лесоводами и политиками
  - Лесоводами и группами, объединенными одним интересом
  - И т. д. ...







## Выводы

- 'Времена являются 'переменной'
- Глобализация и урбанизация: необходимо рассматривать не как угрозу, но как возможности
- Новая роль лесного хозяйства и лесоводов
  - Городское лесное хозяйство со своими многочисленными товарами и услугами
  - Леса, предназначенные для уменьшения климатических изменений
  - Новые продукты, такие как биоэнергия, (но так же возросшая конкуренция за землю!)
  - Лесовод, как лицо, участвующее в переговорах, партнер, участник команды



**Спасибо за внимание!**

