

Образец ссылки на эту статью: Савинкин В.В. Глэмпинг как новый вид средового проектирования // Бизнес и дизайн ревю. 2022. № 4 (28). С. 101-109.

УДК 684.4

ГЛЭМПИНГ КАК НОВЫЙ ВИД СРЕДОВОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Савинкин Владислав Владимирович

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», Москва, Россия (129090, Москва, Протопоповский переулок, 9), доцент кафедры дизайна, член Союза архитекторов России, член Союза дизайнеров России, профессор МААМ, советник РАЕН, vvspart@mail.ru, +7-985-233-27- 93

Аннотация. Автор раскрывает понятие глэмпинг как явление, укоренившееся за рубежом и еще пока новое в России. Цель исследования – показать глэмпинг как новый вид средового проектирования в нашей стране. Раскрыта социально-экономическая значимость и универсальность глэмпинга как средового объекта. Выявлены такие черты глэмпинга как комфортабельность, балансирующая на грани между роскошью и умеренным удобством, экологичность, инновационность, автономность. Доказывается, что глэмпинги считаются наиболее экономически стабильным, перспективным и востребованным направлением развития экономики регионов и страны в целом. Сделан вывод о том, что благодаря возникновению и прогрессированию относительно новой ниши средового проектирования, сегодня всем известный мини-дом получает новый вектор роста и эволюции, корректируемый внедрением четких правил, уникальных функций и идеологии, характерных для глэмпинга.

Ключевые слова: глэмпинг; дизайн среды; средовое проектирование.

GLAMPING AS A NEW TYPE OF ENVIRONMENTAL DESIGN

Savinkin Vladislav Vladimirovich

Institute of Business and Design (B&D), Moscow, Russia (Russia, 129090, Moscow Protopopovskiy lane, 9), assistant professor of art, vvspart@mail.ru, +7-985-233-27-93

Abstract. The author reveals the concept of glamping as a phenomenon that has taken root abroad and is still new in Russia. The purpose of the study is to show glamping as a new type of environmental design in our country. The socio-economic significance and universality of glamping as an environmental object is revealed. Such features of glamping as comfort, balancing on the verge between luxury and moderate convenience, environmental friendliness, innovation, autonomy are revealed. It is proved that glampings are considered to be the most economically stable, promising and demanded direction for the development of the economy of the regions and the country as a whole. It is concluded that due to the emergence and progression of a relatively new niche of environmental design, today the well-known mini-house receives a new vector of growth and evolution, corrected by the introduction of clear rules, unique functions and ideology, characteristic of glamping.

Keywords: glamping; environment design; environmental design.

Введение

В современном мире в условиях отсутствующей стабильности, связанных с пандемией Covid-19, туризм как социально-экономическое явление претерпевает глобальные изменения [1, с. 76-86]. В связи с этим обстоятельством формируются актуальные тренды туристической индустрии. В России набирает популярность самодеятельный туризм, характеризующийся путешествием на личном автотранспорте и объясняющийся желанием избежать пребывания в многолюдных аэропортах и вокзалах. Кроме того, в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2019-2025 гг.) одним из важных направлений стало развитие безбарьерного туризма для всех категорий граждан, включая маломобильные группы населения.

Особой популярность приобрел сельский туризм, включающий такие направления, как аграрный [2, с. 112-120; 3, с. 17-24; 4, с. 12], гастрономический [5, с. 87-92; 6, с. 156-161; 7, с. 41-53] и экотуризм [8, с. 57-60; 9, с. 71-75; 10, с. 21-23]. Неслучайно, что именно сельскому туризму в научной периодике последних лет посвящен целый пласт литературы [11, с. 2; 12, с. 136-141; 13, с. 45-54; 14, с. 22-29; 15, с. 154-168]. И как результат такого серьезного внимания к этому виду туризма, с 1 января 2022 г. вступил в силу соответствующий закон, закрепляющий это понятие в правовом поле¹.

Новой тенденцией также стал осознанный туризм, предусматривающий выбор экологичного варианта размещения путешественников. По данным travel-платформы Booking.com из «Ежегодного отчета по ответственному туризму» с 2016 г. по 2019 г. интерес населения к данному тренду возрос на 11%.

Одной из успешных и активно развивающихся отраслей экотуризма сегодня считается глэмпинг, объединяющий в себе качества как зеленого, так и самодеятельного туризма [16, с. 22]. Некоторыми специалистами он также рассматривается как направление в кемпинг-туризме [16, с. 28]. Глэмпинг-центр – это площадка для роста показателей экономического благосостояния регионов России, взаимодействия и обмена опытом маркетологов, дизайнеров и архитекторов, а также перспективный вид более желанного загородного отдыха.

Цель исследования

Показать глэмпинг как новый вид средового проектирования.

¹ URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389013/ (дата обращения 04.09.2022).

Методы исследования

При работе над статьей авторы использовали следующие методы: сравнение, анализ и синтез, классификация, описание, проектирование.

Результаты исследования и их обсуждение

Для русскоговорящих стран глэмпинг, ставший укоренившимся трендом за рубежом, все еще остается новым явлением. Слово «глэмпинг» (англ. *glamping*) происходит от слияния терминов «*glamorous*» (гламурный) и «*camping*» (кемпинг). В доступных открытых источниках Рунета можно встретить единственную тиражируемую формулировку определения данного типа эко-отелей: «Глэмпинг – это разновидность кемпинга, объединяющего в себе комфорт гостиничного номера с возможностью отдыха на природе»².

В то же время за границей этот феномен получил развитие в начале 2010-х и обозначил своим появлением точку отсчета для формирования новоизобретенной ниши туристического бизнеса. За десяток лет были сформулированы не только строгие дефиниции для современных толковых словарей, но и вольные интерпретации в рамках научно-популярной и художественной литературы. Например, в Оксфордском словаре понятие глэмпинга раскрывается как «вид кемпинга, организованного тентовыми и иными разновидностями модулей и конструкций, характеризующимися большим комфортом и повышенной стоимостью в сравнении с тем оборудованием, которое обычно используется для кемпингов». Онлайн-словарь Lexico на платформе Оксфордского института дополняет основное толкование: «Глэмпинг создан для того, чтобы удовлетворять потребности городского пижона, ищущего укрытие в дикой природе, без воздержания от какой-либо привычной роскоши».

Международный официальный сайт глэмпинг-культуры *Glamping.com* идентифицирует объект своего изучения как «место, где потрясающая природа встречается с современной роскошью». Ёмко дает определение и американская онлайн-библиотека *Wikipedia*: для авторов одноименной страницы «глэмпинг – это стильный и комфортный кемпинг». Суммируя существующие концепции, можно выделить две главные особенности глэмпинга: комфортабельность, балансирующая на грани между роскошью и умеренным удобством, а также расположение в дикой природной среде. В рамках онлайн-конференции «Design Glamping Trends '21», организованной Союзом Дизайнеров России, приглашенные спикеры Светлана Круталевич – практикующий дизайнер интерьеров и среды – и Жанна Кира – архитектор, генеральный директор проекта «Дикий Дом», руководитель Ассоциации

² URL:

<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BB%D1%8D%D0%BC%D0%BF%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата обращения 04.09.2022)

глэмпингов России – рассмотрели другие свойства, типичные для рассматриваемых экопоселений.

Одним из важных качеств для глэмпингов специалисты назвали экологичность, что объясняется желанием проектировщиков соответствовать распространенным сегодня социокультурным нормам. Забота об окружающей среде в процессе разработки модулей может отражаться в выборе соответствующих материалов – подлежащих переработке, повторно используемых или не приносящих вред природе при утилизации. Более технически сложным, но таким же действенным приемом в пользу защиты планеты считается применение альтернативных видов энергии для обеспечения модулей необходимыми функциями: солнечной, геотермальной, энергии ветра и т.д.

Близким к данной теме качеством глэмпингов является инновационность, предполагающая внедрение новаторских систем, ставших результатом последних научных открытий. Это свойство может лежать в основу не только метода добычи энергоресурсов, но и способа сборки модуля, его транспортировки или функционирования. Немаловажным в проектировании глэмпинга считаются мобильность и трансформируемость, подчеркивающие возможность свободного перемещения жилых единиц и их приспособление под различные внешние условия такие как ландшафт, состав почв, температурный диапазон, количество и форма осадков. Кроме того, эти признаки позволяют путем варьирования элементов разрабатывать полные комплекты жилых и технических блоков, построенные на единой схеме сборки из стандартизованных деталей.

Автономность как черта микроархитектуры, расположенной вдали от глобальной цивилизации, свойственна и для глэмпинг-модулей. Так, для их независимого распределения по ограниченной территории туристической базы с целью создания комфорта и безопасности для отдыхающих сооружения должны быть приспособленными к «самостоятельному существованию». Глэмпинг как новый вид средового проектирования также должен внедряться в среду, соответствуя духу места, отражая особенности местной культуры и традиций.

Необычным замечанием стало предположение, что возводимые модули, отвечая популярным запросам, могут отождествляться с гибридностью, выраженной в синтезе материалов, видов конструкций, функций, художественных образов или лежащей в основе манифеста глэмпинг-центра. Гибридность сегодня можно назвать осложняющим и одновременно обогащающим фактором для архитектурно-дизайнерского творчества: это свойство становится новой задачей, решение которой повышает ценность финального продукта.

За исключением «словаря» свойств, существует и перечень проектных характеристик, определяющих уникальность глэмпинга. К таким можно отнести оснащение жилого модуля полноразмерным спальным местом (комфортабельной кроватью), санузлом и душем с подводом горячей воды,

реальной мебелью взамен лесных пней или поваленных деревьев. Кроме того, подобные базы отдыха гарантируют обслуживание в отельных традициях, одними из которых являются изысканная кухня, организация общественных мероприятий в специально отведенных для этого местах (в глэмпингах – в общих модулях), ежедневная уборка блоков. Все перечисленные аспекты образуют единую цепь взаимосвязанных элементов, которая отличает глэмпинг от привычных кемпингов или микродомов.

Первое упоминание о современных глэмпингах было зафиксировано в 2005 г. в Великобритании. Этот вид отдыха стремительно распространялся, а термин начал активно использоваться в европейских странах. Уже в 2010 г. на официальном уровне в Европе и Америке было введено понятие глэмпинговых каникул, представляющих из себя определенное количество фиксированных календарных дней, в течение которых люди могут спланировать отдых в специально организованных для этого местах. В 2016 г. слово «глэмпинг» было внесено в Оксфордский словарь английского языка как форма туристского отдыха, за десяток лет набравшая внезапную популярность. В 2018 г. по данным поисковой системы Google количество запросов, включающих слово «глэмпинг», достигло рекордного уровня. В этот же период департамент культуры США принял решение о создании Американской Ассоциации глэмпингов в то время, как в России подобный сервис появился лишь в начале 2020 г. при поддержке компании «Дикий Дом».

Несмотря на инновационность термина и характерность данного вида путешествий для нынешнего времени, корни глэмпинга уходят глубоко в историю. Еще в 1100-х годах во времена правления Чингисхана монгольские племена, ведя кочевой образ жизни, размещались в юртах и гурах – практических и защищающих от неблагоприятных погодных условий сооружениях. Мобильные и способные к экстренной трансформации, эти жилища послужили монголам наиболее надежным типом укрытия. В наши дни некоторые племена до сих пор пользуются гурами, находя в их конструкции и устройстве качества, полезные для существования вдали от цивилизации.

В 1520-х годах на территории современной Северной Франции Поле Золотой Парчи стало площадкой для проведения мирных переговоров между королями Генрихом VIII Английским и Франциском I Французским. В целях укрепления союза королевств было организовано роскошное празднество, в честь экстравагантности которого и было названо это место. Правители устраивали пиры, рыцарские турниры, на территории лагеря Золотой Парчи были установлены винные фонтаны, а для удобства проживания приглашенных гостей – палатки, оснащенные экстраординарным декором и антикварной мебелью. В истинно ренессансной моде саммит был не просто дипломатической встречей, а скорее грандиозным зрелищем. Проводя параллель между переговорами королей XVI в. и общераспространенными глэмпингами XXI в., можно обнаружить, что их

объединяет не только торжественность и изысканность, но и главная миссия – воссоединение с другими путешественниками и природой.

В 1903 г. президент США Теодор Рузельт совместно с защитником природы Джоном Мьюром отправился в широко разрекламированный поход в Йосемити. Путешествие произвело на политика сильное впечатление: по возвращении он призвал к возрождению движения за сохранение природы и популяризации кемпингов, тождественных восстановлению, отдыху, бегству от реальности. Результатом заявлений Т. Рузельта стало повышение внимания богатых американских и британских путешественников к африканским сафари. Туристы, не желающие жертвовать удобством домов, но стремящиеся к единению с природой, формировали кемпинг-лагеря, состоящие из крупногабаритных палаток. Каждая включала в себя, кроме необходимого для жизни оборудования, коллекционную мебель, драгоценные предметы декора.

Выводы

Благодаря географическому разнообразию исторических фактов, можно предположить о социально-экономической значимости для всего мира и универсальности такого типа средового объекта как глэмпинг. В связи с распространением эко-трендов, а также отсутствием стабильности и уверенности в будущем вследствие возникновения коронавирусной инфекции с начала 2020 г. глэмпинги считаются наиболее экономически стабильным, перспективным и востребованным направлением развития экономики регионов и страны в целом.

Дополнительным преимуществом, актуализирующими данную нишу туристической индустрии, является такой фактор, как быстрая окупаемость реализованного объекта. По различным подсчетам затраты на функционирующий исключительно в летний сезон глэмпинг-центр, в состав которого входят десять жилых блоков, компенсируются в течение двух лет. Подобных результатов невозможно ожидать при строительстве привычного типа отеля или даже при формировании туристической базы из малогабаритных жилых домов. Также за счет своих технических особенностей глэмпинги причисляются к некапитальным строениям, что позволяет проектировщикам размещать места отдыха на любой территории, даже в пределах природных заповедников и национальных парков. Сумма перечисленных факторов образует понятие о значимости подобного рода центров отдыха для экономики любого государства.

С распространением глэмпинг-культуры не менее ценной сфера путешествий становится и для мирового дизайн-сообщества. Как известно, мини-хаус - один из самых популярных для проектирования объектов, предмет разработки в рамках ежегодных международных конкурсов, неотъемлемая часть портфолио и профессионального опыта любого архитектора или дизайнера. Благодаря возникновению и

прогрессированию относительно новой ниши средового проектирования, сегодня всем известный мини-дом получает новый вектор роста и эволюции, корректируемый внедрением четких правил, уникальных функций и идеологии, характерных для глэмпинга. Так как данная категория эко-отелей считается в настоящее время малоизученной, каждый специалист архитектурно-дизайнерского сообщества получает шанс на получение звания одного из первопроходцев на этой проектной территории. Решение непростой задачи может стать не только игрой и дополнительным звеном в копилке профессионала, но и счастливым билетом для начинающего представителя профессии.

Список литературы

1. Козырева Н.Е. Меры поддержки отрасли туризма в следствии covid-19 в России и ряде европейских стран // Современные проблемы и пути повышения конкурентоспособности бизнеса. материалы международной научно-практической конференции. Автономная некоммерческая организация высшего образования «Институт бизнеса и дизайна». М.: Институт бизнеса и дизайна, 2020. С. 76-86.
2. Оришев А.Б. История повседневности: аграрный туризм в России и за рубежом (с античности до наших дней) // История: факты и символы. 2017. № 4 (13). С. 112-120.
3. Добросельский В.В. Аграрный туризм: виды и структура // Агропродовольственная экономика. 2015. № 4. С. 17-24.
4. Киселева И.А., Трамова А.М. Аграрный туризм как один из видов инновационных туристических услуг // Аэкономика: экономика и сельское хозяйство. 2016. № 4 (12). С. 12.
5. Морозов А.А. Гастрономический туризм: к истории понятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 2. С. 87-92.
6. Байкадамова А.Т., Шайсултанова С.А., Зиязиева Л.Р. Гастрономический туризм - новый тренд для современного туризма // Scientific Evolution. 2020. № 1 (1). С. 156-161.
7. Гриненко С.В., Логинова А.Д. Гастрономический туризм как форма детского и семейного туризма // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2021. № 2 (10). С. 41-53.
8. Namazova A.M. Ecotourism and Prospects for its Development in Azerbaijan // Vestnik of National Tourism Academy. 2020. № 3 (55). С. 57-60.
9. Акишева А.С. Экотуризм как инструмент устойчивого развития // Актуальные научные исследования в современном мире. 2020. № 8-2 (64). С. 71-75.
10. Погодина И.В., Баранова А.Ф. Экотуризм: необходимость определения и регулирования // Туризм: право и экономика. 2019. № 4. С. 21-23.
11. Оришев А.Б., Тарасенко В.Н., Дианова Н.Х. Сельский туризм и национальная кухня: экономика и культура европейцев// Бизнес и дизайн ревю. 2021.№ 1 (21). С. 2.
12. Ivanov V.D. Rural Tourism as a New Direction // Physical Culture. Sport. Tourism. Motor Recreation. 2021. Т. 6. № 1. С. 136-141.
13. Иваницева Н.А. Сельский туризм в формировании имиджа территории // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2021. Т. 7. № 3. С. 45-54.
14. Полухина А.Н., Рукомойникова В.П. Сельский туризм как инновационный способ развития АПК России // Туризм и гостеприимство. 2019. № 1. С. 22-29.
15. Яковенко И.М., Страчкова Н.В. Сельский туризм: систематизация понятия и осмысление тенденций // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2021. Т. 7. № 3. С. 154-168.

16. Кузьмина Н.М. Глэмпинг как современный вид экотуризма // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации. Сборник статей по материалам VII Международной научно-практической конференции. Мининский университет. Нижний Новгород: ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», 2020. С. 22-24.

17. Безрукова Н.Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т. 14. № 2. С. 28-37.

References

1. Kozyreva N.E. Mery podderzhki otrazli turizma v sledstvii sovid-19 v Rossii i riade evropeiskikh stran (Measures to support the tourism industry as a result of covid-19 in Russia and a number of European countries), Sovremennye problemy i puti povysheniiia konkurentosposobnosti biznesa. materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Avtonomnaia nekommercheskaia organizatsiia vysshego obrazovaniia «Institut biznesa i dizaina». M.: Institut biznesa i dizaina, 2020, pp. 76-86.
2. Orishev A.B. Istoryia povsednevnosti: agrarnyi turizm v Rossii i za rubezhom (s antichnosti do nashikh dnei) (History of everyday life: agricultural tourism in Russia and abroad (from antiquity to the present day), *Istoryia: fakty i simvoli*, 2017, no 4 (13), pp. 112-120.
3. Dobroselskii V.V. Agrarnyi turizm: vidy i struktura (Agricultural tourism: types and structure), *Agroprodovolstvennaia ekonomika*, 2015, no 4, pp. 17-24.
4. Kiseleva I.A., Tramova A.M. Agrarnyi turizm kak odin iz vidov innovatsionnykh turisticheskikh uslug (Agricultural tourism as one of the types of innovative tourist services), *Aekonomika: ekonomika i selskoe khoziaistvo*, 2016, no 4 (12), p. 12.
5. Morozov A.A. Gastronomiceskii turizm: k istorii poniatiiia (Gastronomic tourism: to the history of the concept), *Ekonomika i biznes: teoriia i praktika*, 2019, no 2, pp. 87-92.
6. Baikadamova A.T., Shaisultanova S.A., Ziazieva L.R. Gastronomiceskii turizm - novyi trend dlia sovremennoego turizma (Gastronomic tourism - a new trend for modern tourism), *Scientific Evolution*, 2020, no 1 (1), pp. 156-161.
7. Grinenko S.V., Loginova A.D. Gastronomiceskii turizm kak forma detskogo i semeinogo turizma (Gastronomic tourism as a form of children's and family tourism), *Professorskii zhurnal. Seriia: Rekreatsiia i turizm*, 2021, no 2 (10), pp. 41-53.
8. Namazova A.M. Ecotourism and Prospects for its Development in Azerbaijan, *Vestnik of National Tourism Academy*, 2020, no 3 (55), pp. 57-60.
9. Akisheva A.S. Ekoturizm kak instrument ustochivogo razvitiia (Ecotourism as a tool for sustainable development), *Akтуalnye nauchnye issledovaniia v sovremennom mire*, 2020, no 8-2 (64), pp. 71-75.
10. Pogodina I.V., Baranova A.F. Ekoturizm: neobkhodimost opredelenii i regulirovaniia (Ecotourism: the need for definition and regulation), *Turizm: pravo i ekonomika*, 2019, no 4, pp. 21-23.
11. Orishev A.B., Tarasenko V.N., Dianova N.Kh. Selskii turizm i natsionalnaia kuhnia: ekonomika i kultura evropeitsev (Rural tourism and national cuisine: economics and culture of Europeans), *Biznes i dizain reviу*, 2021, no 1 (21), p. 2.
12. Ivanov V.D. Rural Tourism as a New Direction (Rural Tourism as a New Direction), *Physical Culture. Sport. Tourism. Motor Recreation*, 2021, Vol. 6, no 1, pp. 136-141.
13. Ivanishcheva N.A. Selskii turizm v formirovaniii imidzha territorii (Rural tourism in the formation of the image of the territory), *Geopolitika i ekogeodinamika regionov*, 2021, Vol. 7, no 3, pp. 45-54.
14. Polukhina A.N., Rukomoinikova V.P. Selskii turizm kak innovatsionnyi sposob razvitiia APK Rossii (Rural tourism as an innovative way to develop the agro-industrial complex of Russia), *Turizm i gostepriimstvo*, 2019, no 1, pp. 22-29.

15. Iakovenko I.M., Strachkova N.V. Selskii turizm: sistematizatsiia poniatiiia i osmyslenie tendentsii (Rural tourism: systematization of the concept and understanding of trends), *Geopolitika i ekogeodinamika regionov*, 2021, Vol. 7, no 3, pp. 154-168.
16. Kuzmina N.M. Glemping kak sovremennyi vid ekoturizma (Glamping as a modern type of ecotourism), *Industriia turizma i servisa: sostoianie, problemy, effektivnost, innovatsii. Sbornik statei po materialam VII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Mininskii universitet. Nizhnii Novgorod: FGBOU VO «Nizhegorodskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet imeni Kozmy Minina»*, 2020, pp. 22-24.
17. Bezrukova N.L. Glemping: poniatie, vidy i perspektivy razvitiia v Rossii (Glamping: concept, types and development prospects in Russia), *Sovremennye problemy servisa i turizma*, 2020, Vol. 14, no 2, pp. 28-37.

Работа поступила в редакцию: 05.09.2022 г.