

## ANALYSIS OF IMPACT OF THE STATE MEASURES OF SUPPORT OF MONOTOWNS ON TRENDS OF THEIR SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT

### Abstract

Overcoming recession of the monoprofile municipal units of Russia has a strategic importance for maintenance of social and economic stability of the state. The existing priority programs of support of monotowns are directed first of all to increase in level of diversification and strengthening of their competitiveness.

In article the main problems of development of the monoprofile municipal units of Russia are considered. Trends of functioning of monotowns during active development phase and introduction of the state measures of their support are reflected. On the basis of the received results suggestions for improvement of the monotowns existing to programs of support of development are formulated.

As a basis of forming of the perspective directions of development of monotowns and increase in level of their competitiveness, the author allocates an intensification cumulative the capacity of the territory. Capacity of the territory can have various character, but availability of these or those its types, assessment and positioning to his prospective consumers have to act as an indispensable basis for forming of strategies of development for monotowns.

As object of research changes of trends of functioning of the monoprofile municipal units of Russia during action of state programs of their support act. The purpose of work is the analysis of impact of the existing measures for development of monotowns on dynamics of their socio-economic indexes, determination of the perspective directions of development of monoprofile municipal units.

The author made the correlation and regression analysis on a number of the basic indicators characterizing social and economic development of monoprofile municipal units during the period from 2014 to 2018 besides sociological survey among local population is conducted by method of questioning in which more than 2000 residents of monotowns took part.

The received results demonstrate forming of some positive trends of functioning of monoprofile municipal units. At the same time, the remained, general negative scenario of development of monotowns confirms insufficient efficiency of the existing programs of support.

The practical importance of work consists in a possibility of use of the received results of a research at correction of the existing strategy of improving competitiveness and growth of socio-economic indexes of monotowns.

**Keywords:** problems of monotowns development, monoprofile municipal units, programs of support, social and economic development, capacity of territories, development strategies.

УДК 316.7

Т. С. Киенко

## АУДИОВИЗУАЛЬНАЯ ГОРОДСКАЯ СРЕДА И ПРОБЛЕМЫ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО «ЗАГРЯЗНЕНИЯ»: ОЦЕНКИ И МНЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ ЮЖНО-РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ<sup>1</sup>

### Аннотация

Процессы урбанизации на фоне стремительного развития информационных технологий и медиакультуры сопряжены с неконтролируемым массовым продуцированием, тиражированием и эксплуатацией образов, перенасыщением городской среды визуальными объектами и звуками, их эклектичностью и неконгруэнтностью, хаотичным нагромождением. Звуковое и визуальное оформление городской среды происходит без учета или вразрез с интересами рационального градостроительства, сохранения историко-культурной памяти, социокультурного и этно-национального своеобразия городов, психологии и социологии человека, что ведет к аудиовизуальному «загрязнению» и превращению городской среды в агрессивную и деструктивную. В работе обсуждаются результаты исследования «Развитие аудиовизуальной среды современного российского

© Киенко Т. С., 2019

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта РФФИ (проект № 18-011-00841 по теме: «Развитие аудиовизуальной среды современного российского города в контексте сохранения и трансляции этических ценностей российской культуры»)

города в контексте сохранения и трансляции этических ценностей российской культуры», проведенного в 2018 году в 29 городах восьми субъектов Российской Федерации. Наиболее раздражающими аудиовизуальными «загрязнителями» горожане считают уличный мусор, грязь и пыль на улицах, искусственные городские шумы. Отмечается существенная дифференциация оценок и удовлетворенности жителей городов различных типов, социально-демографических групп, однако всеми категориями респондентов отмечены проявления социального неравенства в территориально-пространственной среде городов, распространенность ненормативной лексики, недостаток «людей, умеющих вести себя культурно» и конструктивных социокультурных пространств (парков и скверов, детских спортивных и игровых площадок, мест общения и отдыха, театров, музеев, выставок, современных архитектурных пространств). Аудиовизуальные «загрязнители» социокультурно и антропологически обусловлены, что ставит задачу постановки новых научных проблем, дискурсов и новой методологии проектирования и эргономичной организации городского пространства как *разумной, конструктивной, созидательной социокультурной среды*, а аудиовизуальное городское пространство следует рассматривать не просто как комфортную, доступную или даже рекреационную среду жизнедеятельности, но как *пространство конструирования социокультурных смыслов*. Аудиовизуальная среда способна определять и продуцировать смыслы и значения, ценности и нормы, общественное сознание, мнение и поведение, культурно-историческую память, модные и потребительские тренды, становясь пространством социальных рисков. В зависимости от подходов к организации, аудиовизуальная среда города может выступать как пространством агрессии, социального неравенства, манипуляций, аудиовизуального и информационного «мусора», так и воспитательной средой формирования гуманистических ценностей, культуры отношений и потребления, этнокультурной и политической толерантности, инструментом формирования благоприятного морально-психологического климата, психологической и социальной безопасности.

**Ключевые слова:** город, горожане, аудиовизуальная городская среда, социокультурное пространство, аудиовизуальное «загрязнение», социологический опрос.

**Введение.** В условиях современных городов рост визуального и аудиального воздействия на общественное сознание и поведение актуализирует задачи исследования аудиовизуального «измерения» среды обитания человека, анализа проблемы влияния агрессивной аудиовизуальной среды на человека и общество, проектирования механизмов и инструментов сознательного регулирования визуальной и аудиальной информации, распространяемой в публичных пространствах. Целью настоящей статьи является представление и обсуждение результатов социологического исследования восприятия аудиовизуальной среды современного города жителями южно-российских городов.

**Проблема аудиовизуального «загрязнения» городской среды.** Процессы урбанизации на фоне стремительного развития информационных технологий и медиакультуры сопряжены с неконтролируемым массовым продуцированием, тиражированием и эксплуатацией образов, перенасыщением городской среды визуальными объектами и звуками, их эклектичностью и неконгруэнтностью, хаотичным нагромождением в городских пространствах. Звуковое и визуальное оформление городской среды происходит без учета или вразрез с интересами рационального градостроительства, сохранения историко-культурной памяти, социокультурного и этно-национального своеобразия городов, психологии и социологии человека, что ведет к аудиовизуальному «загрязнению» и превращению городской среды в агрессивную и деструктивную. Эта проблема активно изучается современной урбанистикой, в частности, пути решения предлагаются в концепциях городского разнообразия («urban space diversity»), теорий «зеленых городов», концепций ландшафтного анализа, семантического измерения пространств и архитектурной среды, в методологии пространственного синтаксиса (Hillier [1]), теориях звукового ландшафта и акустической экологии (Schafer [6]; Jeon, Hong [3]). В последние десятилетия появляются эксперименты с пространством и звуком, активно исследуются и проектируются экологичные аудиовизуальные среды (автомагистралей и парковые зоны, городские деловые и культурные районы и жилые комплексы, саундскейпы и аудиовизуальные шоу [2; 4; 7]),

ведутся поиски социальных факторов кросс-культурных особенностей восприятия и оценки аудиовизуального (Jeon, Lee, Hong, Lavandier, Lafon, Axelsson, Hurtig [5]). Намечился новый вектор исследований, изучающий корреляции звуковых и визуальных характеристик среды, объединяющий в качестве объекта аудиальное и визуальное, обозначаются социологические рамки его изучения.

**Материалы и методы.** В 2018 году авторским коллективом под руководством д. ф. н., проф. Л. А. Штомпель при участии автора в рамках исследования «Развитие аудиовизуальной среды современного российского города в контексте сохранения и трансляции этических ценностей российской культуры» (проект РФФИ № 18-011-00841) проведен опрос жителей 29 городов в восьми субъектах Южного федерального округа (Адыгея, Калмыкия, Краснодарский край, Астраханская, Волгоградская, Ростовская области, Республика Крым и город федерального значения Севастополь); стратифицированная по типам городов и социально-демографическим характеристикам респондентов выборка составила 1371 чел. Полученные данные позволяют дать ответы на вопросы: как горожане оценивают аудиовизуальные пространства современных городов, какие их элементы воспринимаются как аудиовизуальные «загрязнения», раздражают; как дифференцируются оценки аудиовизуальных объектов и пространств, как они связаны с социально-демографическими характеристиками горожан, типами городов (мегаполис, крупный, большой, средний и малый город).

**Оценки аудиовизуальной городской среды жителями южно-российских городов.** Свыше 80 % респондентов отметили, что им нравится город, в котором живут, две трети считают свой город уютным и привлекательным, треть – непривлекательным и неудобным. Менее всего удовлетворены своим городом и состоянием его публичных пространств жители мегаполисов и крупных городов (но жить в селе или малом городе они не хотели бы). Архитектуру и планировку своего города назвали удачной 50 % жителей мегаполисов, средних и малых городов и 70 % жителей крупных и больших городов. Около 70 % жителей мегаполисов считают свои города шумными и грязными; среди жителей крупных городов грязным свой город сочли 70 %, а среди жителей больших, средних и малых городов – 50 % респондентов; шумными свои города считают лишь 41,6 % жителей крупных городов и 20 % жителей больших, средних и малых городов. Во всех типах городов горожане удовлетворены в большей степени состоянием собственного двора, и в меньшей степени – состоянием публичных пространств; самый низкий уровень удовлетворенности состоянием дорог.

К числу наиболее привлекательных визуальных объектов городской среды жители относят, как правило, центральные улицы и площади, парки и набережные, реже – музеи и памятники, торговые центры и новостройки. В городах всех типов есть свои «достопримечательности», аудиовизуальные предметы гордости, но их число сильно варьирует и находится в прямой связи с размерами города. Так, если жители мегаполисов и крупных городов называют десятки и сотни эстетически привлекательных мест, куда бы они повели приезжего, то жители малых городов называют, к примеру, городской дом культуры или самое высокое здание в городе («здание, где делают ставки на спорт»). Одним из наиболее привлекательных элементов визуальной среды городов для жителей выступает вечернее и ночное освещение, что особенно отмечается жителями мегаполисов и крупных городов. В городах всех типов имеется территориально-пространственная стратификация, деление городских пространств на районы трущоб и элитные районы (общим правилом можно назвать выделение в качестве элитных самых новых, крупных, заметных, высоких зданий, а в качестве маргинальных – разрушающихся, заброшенных).

Самыми раздражающими факторами являются мусор (40 % в мегаполисах и до 60 % в городах других типов) и пыль на улицах (чем меньше город – тем значимее раздражающий фактор), появление на улицах попрошайек, бомжей (особенно актуальна проблема для мегаполисов и крупных городов (более 30 %), а также малых городов (27 %)). Чем крупнее город, тем чаще горожане сообщают об избытке рекламной информации и своем неудовольствии, в связи с этим: жители мегаполисов и крупных городов чаще сообщают об

эстетической непривлекательности, грамматических ошибках, иноязычной лексике в рекламной информации. В публичных городских пространствах от 72,9 % горожан (в малых городах) до 90,4 % (в мегаполисах) сталкиваются с употреблением ненормативной лексики, но раздражает она далеко не всех, жители мегаполисов к ней равнодушнее (раздражение отметили 49 %), чем жители средних и малых городов (раздражение испытывают более 60 %).

Жители мегаполисов и крупных городов чаще отмечают, что им мешают городские звуки, чем жители малых и средних городов. В то же время, для горожан всех типов городов наиболее раздражающими являются звуки скандалов (до 60 % респондентов), ремонтных и уборочных работ (от 35 % жителей малых городов до 50 % жителей мегаполисов), громкая музыка (от 30 % среди молодежи – до 65 % среди пожилых людей), звуки сирен специализированных автомобилей (20 %), городских медиа (15-20 %).

В рамках акустических исследований известно, что искусственные звуки раздражают, а естественные оцениваются позитивно. Данные корейских ученых Jeon, Hong [3] показывают, что среди естественных звуков звуки пения птиц значительно выше оцениваются респондентами, чем, к примеру, шум падающей воды; что увеличение громкости искусственных звуков (шум дороги) вызывает раздражение, а увеличение громкости естественных звуков воспринимается положительно. Настоящее исследование жителей южно-российских городов показало, что среди естественных звуков респондентам хотелось бы слышать чаще пение птиц, шум деревьев, шелест листьев, звуки дождя (от 50 %). Среди искусственных звуков горожане хотели бы слышать музыку (треть респондентов предпочитают слышать современную музыку, четверть – классическую, около 10 % – народную), но звуки уличной музыки не должны перекрывать разговорную речь и повседневные звуки. К числу приятных и желанных около 20 % респондентов отнесли звуки детских голосов, но в мегаполисах этот вариант выбирают 16,5 % респондентов, что почти вдвое меньше, чем в средних и малых городах (свыше 30 %); людям приятен звон церковных колоколов (15-20 %).

На вопрос: «Чего не хватает в Вашем городе?» типичные ответы – не хватает «людей, умеющих вести себя культурно», «интересных публичных мероприятий», парков и скверов (около 30 %); жителям мегаполисов не хватает тишины и безопасности, а жителям средних и малых городов – качественных досуговых форм (от парков и скверов, современных архитектурных пространств, театров, музеев и концертных залов для горожан среднего возраста – до кафе и ресторанов для молодежи). Ответы на этот вопрос крайне дифференцированы в зависимости от возраста и статуса респондентов, что позволяет планировать актуальные и востребованные направления городского благоустройства с учетом запросов жителей городов разных типов и их социально-демографических особенностей. Так, ожидаемыми стали данные о том, что интерес к истории города, музеям, выставкам имеет прямую возрастную зависимость (растет с возрастом), или что молодежи не хватает кафе и клубов (как ночных, так и спортивных), мест для общения с друзьями (данная проблема отмечается почти 16 % респондентов в возрасте до 17 лет и почти 10 % молодежи 18-30 лет). Людям в возрасте от 31 до 44 лет не хватает интересных публичных мероприятий, детских игровых и спортплощадок в парках и дворах, а респондентам 45-59 лет – музеев, театров, современной архитектуры (а также больше, чем другим возрастным группам – фонтанов и набережных). Крайне любопытны данные о том, что тишины и безопасности на улицах городов больше всего не достает молодежи и пожилым людям, именно в этих подгруппах чаще выбирается вариант «другое» (т. е. их потребности менее всего удовлетворены), что может выступать основой для проектирования интегрированных межпоколенческих пространств (идея межпоколенческих жилых проектов для пожилых и молодежи «Future Solund», Копенгаген).

**Выводы.** Итак, наиболее раздражающими аудиовизуальными «загрязнителями» горожане считают уличный мусор, грязь и пыль на улицах, искусственные городские шумы. Отмечается существенная дифференциация оценок и удовлетворенности жителей городов

различных типов, социально-демографических групп, но имеется и ряд общих проблем: проявления социального неравенства в территориально-пространственной среде городов, распространение ненормативной лексики, агрессивной рекламной информации, недостаток «людей, умеющих вести себя культурно» и конструктивных социокультурных пространств. Обращает на себя внимание содержание аудиовизуальных «загрязнителей»: все они являются социокультурно обусловленными. А это означает, что вопросы планирования, проектирования и эргономичной организации городского пространства должны решаться в контексте научно обоснованных управляемых подходов к созданию *разумной, конструктивной, созидательной социокультурной среды современного города*, а аудиовизуальное городское пространство следует рассматривать не просто как комфортную, доступную или даже рекреационную среду жизнедеятельности, но как *пространство конструирования социокультурных смыслов*. Аудиовизуальная среда современного города как социокультурное пространство включает в себе и способна производить множественные смыслы, ценности, нормы, выступает формой и пространством коммуникации. Однако восприятие горожанином постоянно движущегося, неупорядоченного аудиовизуального пространства современного города фрагментарно, схематично, нерелексивно, прагматично. Визуальные объекты и звуки города становятся слитными и однообразными, превращаются в городские «шумы», на передний план выходят агрессивные визуальные и аудиальные объекты и среды, которые привлекают внимание, становясь новой социальной реальностью. Агрессивная аудиовизуальная среда начинает определять и продуцировать смыслы и значения, ценности и нормы, общественное сознание, мнение и поведение, культурно-историческую память, модные и потребительские тренды, становясь пространством социальных рисков, в частности, рисков социальных болезней и конфликтов, деформации исторической памяти и маргинализации эксклюзии социальных групп, ценностей, городских районов. В зависимости от подходов к организации и проектированию, аудиовизуальная среда города может выступать как пространством агрессии, социального неравенства, дискриминаций и манипуляций общественным сознанием, источником аудиовизуального и информационного «мусора», так и воспитательной средой формирования гуманистических ценностей и ориентаций, культуры отношений и культуры потребления, этнокультурной и политической толерантности, этической, эстетической, социальной рефлексии, гармонизации свободы и ответственности, социального контроля и самоконтроля, выступать фактором предупреждения дискриминации и манипулирования, инструментом формирования благоприятного морально-психологического климата, психологической и социальной безопасности городского пространства.

#### **Библиографический список**

1. Hillier B. Space and Spatiality: What the Built Environment needs from Social Theory / B. Hillier // Building Research and Information. 2008. № 36(3). P. 216-230.
2. Jeon J. Y. A Cross-National Comparison in Assessment of Urban Park Soundscapes in France, Korea, and Sweden Through Laboratory Experiments / J. Y. Jeon, P. J. Lee, J. Y. Hong, C. Lavandier, J. Lafon, Ö. Axelsson, M. Hurtig // Applied Acoustics. 2017. № 130. P. 107-117.
3. Jeon J. Y. Designing sound and visual components for enhancement of urban soundscapes / J. Y. Jeon, J. Y. Hong, // J. Acoust. Soc. Am. 2013. № 134 (3). P. 2026-2036.
4. McLean L. Planning for a Prosumer Future: The Case of Central Park, Sydney / L. McLean, R. Roggema // Urban Planning. 2019. № 4 (1). P. 172–186. DOI:10.17645 / up.v4i1.1746.
5. Mirincheva V. The Spatial Development Potentials of Business Districts in Doha: The Case of the West Bay. / V. Mirincheva, F. Wiedmann M. A. Salama // Open House International. 2013. № 38 (4). P. 16-26.
6. Schafer R. M. The Tuning of the World / Schafer R. M. Knopf, New York. 1977. P. 1-301.

7. Yang W. Soundscape and Sound Preferences in Urban Squares: A Case Study in Sheffield. / W. Yang, J. Kang // Journal of Urban Design. 2005. № 10:1. P. 61-80. DOI: 10.1080/13574800500062395.

T. Kienko

## **AUDIOVISUAL URBAN ENVIRONMENT AND PROBLEMS OF AUDIOVISUAL «POLLUTION»: ESTIMATES AND OPINIONS OF THE RESIDENTS OF SOUTH RUSSIAN CITIES**

### **Abstract**

The processes of urbanization against the backdrop of the rapid development of information technologies and media culture are associated with uncontrolled mass production, replication and exploitation of images, oversaturation of the urban environment with visual objects and sounds, their eclecticism and incongruence, chaotic accumulation in urban spaces. The sound and visual design of the urban environment takes place without or against the interests of rational urban planning, preservation of historical and cultural memory, socio-cultural and ethno-national identity of cities, human psychology and sociology, which leads to audiovisual «pollution» and the transformation of the urban environment into an aggressive and destructive. The paper discusses the results of the study «The development of the audiovisual environment of the modern Russian city in the context of the preservation and transmission of ethical values of Russian culture», conducted with the participation of the author in 2018 in 29 cities in eight constituent entities of the Russian Federation. So, the most annoying audiovisual «pollutants» citizens consider street garbage, dirt and dust on the streets, artificial city noises. A particular problem of megacities is the noise and excess of intrusive advertising information. There is a significant differentiation of assessments and satisfaction with the urban environment of residents of cities of different types, socio-demographic groups, but all categories of respondents noted manifestations of social inequality in the spatial and spatial environment of cities, the prevalence of profanity, lack of «people who know how to behave culturally» and constructive sociocultural spaces (not only parks and squares, children's sports and playgrounds, but also places of social and leisure, theaters, museums, you rates). Audiovisual «pollutants» are socio-culturally and anthropologically determined, which poses the task of posing new scientific problems, discourses and new methodology. Planning, design and ergonomic organization of urban space should be addressed in the context of scientifically based managed approaches to creating a rational, constructive, constructive sociocultural environment, and the audiovisual urban space should be viewed not only as a comfortable, accessible or even recreational living environment, but as a design space for sociocultural meanings. An aggressive audiovisual environment is capable of determining and producing meanings and values, values and norms, social consciousness, opinion and behavior, cultural and historical memory, fashionable and consumer trends, becoming a space of social risks. However, depending on the organization's approaches, the city's audiovisual environment can act as a space of aggression, social inequality, manipulation, a source of audiovisual and informational «garbage», and an educational environment for the formation of humanistic values and orientations, a culture of tolerance and culture, ethnocultural and political tolerance, a tool for creating a favorable moral and psychological climate, psychological and social security.

**Keywords:** city, citizens, audiovisual urban environment, socio-cultural space, audiovisual «pollution», sociological survey

УДК 659

Д. С. Сергеева

## **САЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА**

### **Аннотация**

В статье рассматривается потенциал использования официального сайта в качестве основного инструмента продвижения компании на рынке медицинского туризма. Анализ портрета целевой аудитории медицинского туроператора позволил определить основной