

Министерство образования и науки
Российской Федерации

Волгоградский государственный
архитектурно-строительный
университет

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

2010 № 4

Научно-теоретический журнал

Выходит 4 раза в год

Учрежден в 2007 г.
1-й номер вышел в 2008 г.

г. Волгоград

Учредитель:
государственное образовательное
учреждение высшего
профессионального образования
«Волгоградский государственный
архитектурно-строительный
университет»

Свидетельство о регистрации СМИ
ПИ № ФС77-27329 от 28 февраля 2007 г.
выдано Федеральной службой
по надзору за соблюдением
законодательства в сфере массовых
коммуникаций и охране
культурного наследия

Журнал входит в утвержденный ВАК
Минобрнауки России Перечень ведущих
рецензируемых научных журналов
и изданий, в которых должны быть
опубликованы основные научные
результаты диссертаций на соискание
ученой степени доктора
и кандидата наук (ред. 2010 г.)

Журнал включен в базы данных:

Российского индекса научного
цитирования (РИНЦ), www.elibrary.ru,
Ulrich's Periodicals Directory
издательства Bowker,

Directory of Open Access Journals (DOAJ),
Университет г. Лунд (Швеция), www.doaj.org

СОДЕРЖАНИЕ

АРХИТЕКТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ИНДУСТРИАЛЬНОГО ГОРОДА

Назарова М.П. Город как социокультурный феномен ... **3**

Щекин Г.Ю. Город как предмет туристского интереса (на примере
г. Волгограда) ... **7**

Храпова В.А., Власова Я.М. Неистовство цвета: визуальные обра-
зы современного города ... **12**

Макаров А.И. Деградация визуальной среды современного горо-
да (на примере Волгограда) ... **15**

Стеклова И.А. Городское пространство с точки зрения архитек-
тора и поэта (на примере трагедии А.С. Пушкина «Борис Году-
нов») ... **20**

ЧЕЛОВЕК В СОВРЕМЕННОМ ГОРОДЕ

Рыблова М.А., Назарова М.П. Социометрия городской культу-
ры ... **32**

Приз Е.В., Сильницкая Е.Н. Социологический анализ профилакти-
ки социально опасных болезней в малых городах и крупном
промышленном центре ... **37**

Махаренко В.А., Нецеляев Д.А. Государственные и негосударст-
венные лечебные организации: выбор горожан ... **42**

Лихманов А.Е. «Шаманские» психотехники в городской среде (на
основе исследования ситуации в г. Волгограде) ... **47**

ГОРОД И ВЛАСТЬ

Сукиасян А.Х. Политическая и системная интеграция власти и
бизнеса как ресурс развития социальной инфраструктуры круп-
ного города ... **53**

АВТОРАМ

*Условия приема статей в редакцию и требования к авторским
оригиналам ... 61*

Редакционный совет:

председатель — д-р техн. наук, проф.
С.Ю. Калашиков,
зам. председателя —
д-р экон. наук, проф. **М.К. Беляев**

Члены редсовета:

д-р техн. наук, проф. **В.Н. Азаров**,
канд. архит., проф. **А.В. Антюфеев**,
нач. РИО ВолгГАСУ **О.Е. Горячева**,
председатель комитета
по бюджету, налогам и сборам
Волгоградской городской думы
проф. **М.М. Девятков**,
д-р техн. наук, проф. **В.Г. Диденко**,
д-р экон. наук, проф. **С.Н. Соколов**,
д-р техн. наук, проф. **В.М. Шумячер**

**Главный редактор
журнала:**

д-р филос. наук, проф.
Б.А. Навроцкий

Редакционная коллегия:

д-р филос. наук, проф.
В.И. Добреньков,
д-р соц. наук, проф. **В.В. Деларю**,
д-р соц. наук **Г.Н. Ильина**,
д-р экон. наук, проф.
О.В. Максимчук,
д-р ист. наук, проф. **А.Н. Буров**,
д-р архит., проф. **Г.А. Птичникова**,
д-р пед. наук, проф. **В.В. Сериков**,
д-р филос. наук, д-р юрид. наук,
проф. **Н.Н. Седова**,
д-р филос. наук, проф.
Г.Г. Слышкин

Адрес редакции:

400074, Волгоград,
ул. Академическая, 1
Тел. (8442)96-99-25, (8442)96-98-28

© Государственное образовательное
учреждение высшего профессионального
образования «Волгоградский
государственный архитектурно-
строительный университет», 2010

© Потокина-Курилкина Т.М.,
дизайн обложки, 2008

Ссылка на журнал при цитировании
опубликованных в нем материалов
обязательна

CONTENS

ARCHITECTURAL SPACE OF AN INDUSTRIAL CITY

Nazarova M.P. City as the sociocultural phenomenon ... **3**

Schekin G.Yu. City as an object of tourist interest (as an example Volgograd) ... **7**

Hrapova V.A., Vlasova Y.M. Fury colors: visual images of the modern city ... **12**

Makarov A.I. Degradation of the visual environment of the modern city (as an example Volgograd) ... **15**

Steklova I.A. Urban space in terms of architect and the poet (as an example A.S. Pushkin's tragedy "Boris Godunov") ... **20**

A MAN IS IN A CONTEMPORARY CITY

Ryblova M.A., Nazarova M.P. Sociometry of the urban culture ... **32**

Priz E.V., Silnitskaya E.N. Sociological analysis of prevention public health hazard in little towns and large industrial center ... **37**

Mazharensko V. A., Netsepjaev D.A. Public and private health organizations: choice of townspeople ... **42**

Lichomanov A.E. "Shaman" psychotechnology in the urban environment (based on the case study in Volgograd) ... **47**

A CITY AND POWER

Suklasyan A.Kh. Political and system integration between government and business as resource for the development of the social infrastructure of the big city ... **53**

INFORMATION FOR AUTHORS

Admission articles to the editors and the requirements for copyright originals ... 61

Вниманию авторов и читателей!

Подписку на журнал можно оформить в отделениях Почты России по каталогу «Пресса России», подписной индекс **29507**, и электронному каталогу агентства «Книга-Сервис» (www.akc.ru), подписной индекс **E 29507**.

По вопросам приобретения выпусков журнала 2008–2010 гг. обращаться в редакцию по тел. (8442) 96-99-25



Домашняя страничка журнала ISSN 2077-9402 (Online)
на сайте ВолгГАСУ www.vgasu.ru
(<http://www.vgasu.ru/publishing/journals/city-sociology>)

УДК 72.067

М.П. Назарова

**ГОРОД
КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ
ФЕНОМЕН**

Город рассмотрен как социокультурный феномен. На основе междисциплинарного подхода к его анализу выявлены взаимосвязь пространственной модели города и определенного исторического периода развития общества и изменения архитектурного пространства города под воздействием происходящих социальных процессов.

Ключевые слова:
городская среда, архитектурное пространство, социальные процессы.

M.P. Nazarova

**CITY
AS THE SOCIOCULTURAL
PHENOMENON**

The city is regarded as the sociocultural phenomenon and the interdisciplinary approach in his analysis is used. The relation of the city space model and the certain phase of history of social development, and changes in the architectural space of the city under the influence of ongoing social processes are identified.

Key words:
urban environment,
architectural space,
social processes.

Об авторе:

*Назарова Марина Петровна –
доцент кафедры философии,
социологии и психологии ВолГАСУ
(8442) 96-99-25, info@vgasu.ru*

*Nazarova Marina Petrovna –
Candidate of Philosophic Science, Assistant
professor of Philosophy, sociology
and psychology VSUACE*

Человек всегда организует мир согласно своим представлениям о порядке, гармонии, красоте, а пространственные формы отражают их в наглядной и удобной для человека форме. Наиболее убедительно это проявляется в жизненной среде человека, в организации городского пространства.

Жизненное пространство горожанина рассматривалось в социальных, политических, технических, экономических контекстах, что выходит за дисциплинарные рамки теории архитектуры. Город как феномен является предметом изучения всего спектра гуманитарного знания: теории архитектуры, истории, культурологии, социологии города, социальной философии, экономики и социологии управления. В настоящий момент исследователи, изучающие город, осознали необходимость междисциплинарного подхода в его анализе.

Город рассматривается как особая форма существования культуры, способствующая установлению отношений гармонии между личностью и внешним миром. Наиболее интересными в контексте данного исследования являются работы В.Л. Глазычева и А.Э. Гутнова о соотношении пространственной модели мира определенной культуры и типом пространственной организации поселения, «формулой градостроительства». В то же время в современной теории архитектуры имеет место рассмотрение города как комплекса зданий и инженерных сооружений, тогда как город — это, прежде всего, жизненная среда сообщества людей, имеющих потребности, ценности, желания и устремления.

Воспринимаем ли мы город как целостное пространство и что этому способствует? Насколько необходимо целенаправленное формирование жизненной среды современного горожанина? Ответив на поставленные вопросы, мы придем к решению социальных задач современного города.

Ответы на поставленные вопросы частично даны в контексте социологии города, специальной социологической теории, объектом познания которой является город как социально-пространственная общность. Архитектура во все времена воспринималась как деятельность по идеальному формированию пространства, а город

как социальная структура в определенных границах рассматривался как возможность для социальных экспериментов, где одним из факторов влияния на социальные процессы является определенным образом организованное архитектурное пространство.

В западной социологии работы по проблемам социологии города появились в начале XX в. Одним из первых предложил социологический анализ города Макс Вебер. Он определяет город как селение, состоящее из тесно соприкасающихся домов, которое настолько велико, что в нем отсутствует специфическое для общества соседей личное знакомство друг с другом [1].

В архитектурном пространстве города, по мнению Вебера, происходят постоянные изменения под воздействием привнесения новых социальных процессов. В период Средневековья таковыми были торговые отношения, формировавшиеся в условиях города. Город, по Веберу, является одним из элементов, приведших к выходу из традиционного общества. Он указал несколько принципиальных функций, которые отличали город от других населенных мест: защита, управление, обмен (торговля), ремесленное производство, промышленность (в противовес сельскохозяйственному производству) и разделение труда, приводящее к повышению эффективности общественного производства [2]. Таким образом, М. Вебер рассматривает город в большей степени как социально-экономическое образование, не касаясь организации архитектурного пространства и его влияния на социальные процессы.

Георг Зиммель заложил основы изучения городского образа жизни. В работах Г. Зиммеля город предстает как паутина сетей, связей, взаимопересекающихся сфер разделения труда, коммуникаций, денежной экономики, интеллектуальных и культурных кругов. По его мнению, крупные города дают возможность расширить разделение общественного труда, что повышает эффективность экономики и позволяет человеку удовлетворять разнообразные потребности, способствуя тем самым развитию его личности. Вместе с тем Зиммель отмечал и «повышенную нервность жизни, происходящую от быстрой и непрерывной смены впечатлений в городской среде» [3].

В российских социологических исследованиях анализируются образ жизни городского населения, черты пространственного поведения горожан, зависимость бытия горожанина от городского пространства, особенности городского сознания, общения, социально-психологической мобильности (см. работы Л.Б. Когана, В.В. Колбановского, Е.Н. Заборовой, Т.М. Дридзе, С.В. Матяша). Город, таким образом, является пространственной организацией жизнедеятельности людей, и среди социологических теорий среднего уровня проблемы изучения города занимают ведущее место.

Город во все времена являлся отражением той пространственной модели, которая существовала в конкретный исторический период развития общества, а пространственная модель, в свою очередь, связана с социально-экономическими процессами, происходящими в обществе. Зарождение новой социокультурной тенденции всегда сопровождалось созданием новых городов или реконструкцией созданных ранее. Так было в Риме, который подвергался реконструкциям на протяжении всего своего существования, Москве, которая меняла свой облик в зависимости от политических тенденций и утопий, в этом же ряду переименование Санкт-Петербурга в Петроград и обращение к национальному русскому стилю, перенос столицы из Петрограда в

Москву и создание новых пространственных форм начиная с 1917 г., реконструкция послевоенного Сталинграда как города Славы, города, символизирующего торжество социалистических идеалов.

Можно сказать, что становление государственности, признание легитимности новой власти находило отражение в градостроительных формах.

Город представляет собой целостное архитектурное пространство, где зарождаются, развиваются, проживаются все процессы государственного строительства, поэтому во все времена он является своеобразной декорацией к ним, что позволяет нам говорить о нем как о пространственном отображении социокультурных процессов.

Город, как ключевой элемент культуры, обладает социально значимой информацией, способной быть интерпретированной социальными субъектами в зависимости от их социальных потребностей. Пространство города представляет собой социокультурный феномен, являющийся структурным элементом мировосприятия различных социальных субъектов и зависящий от их оценки, а формирование городского пространства можно рассматривать как форму социальной деятельности.

Современная ситуация вводит нового активного субъекта формирования архитектурного пространства — потребителя. Вплоть до конца XX в. мы называли потребителем только субъекта восприятия архитектурных форм, пассивно воспринимающего предложенные ему архитектурные решения. Современный город предполагает социального субъекта, воспринимающего, оценивающего, интерпретирующего и соучаствующего в его формировании. Индивид, горожане, территориальное сообщество, являясь активными участниками социально-экономических процессов, должны влиять и на принятие решений по организации городского пространства.

Вплоть до XX в. процесс организации городского пространства протекал стихийно, в настоящий момент мы себе этого позволить не можем. Стремление к мифическому идеальному прошлому и сохранению без каких-либо изменений архитектурных объектов города не решит проблемы формирования его пространственной среды. Следует признать, что город есть сообщество горожан, живущих в настоящем, и должен постоянно находиться в развитии: как только активные социально-экономические процессы прекращаются, начинается период стагнации и постепенного угасания города как социального образования. Город «обязан (если это не городище или музей) продолжать функционировать и развиваться в соответствии с постоянно меняющимися потребностями современной жизни, т.е. быть принципиально изменяемым. Эта изменяемость становится одним из проявлений его подлинности» [4]. Город как социальный организм находится в развитии, и идея новизны имеет устойчивую ценность, сохранить в статичном состоянии архитектурное пространство города не удастся.

Но осуществлять очередной радикальный эксперимент по изменению архитектурного пространства в ситуации уже исторически сложившихся городов также недопустимо, объектами сохранения становятся не только отдельные здания, но и старые кварталы, исторические центры, вплоть до города в целом.

Сохранять уже созданные архитектурные объекты, формируя архитектурное пространство города, выстраиваемое с учетом новых социально-

экономических тенденций, возможно, если рассматривать архитектурное пространство как социокультурный феномен.

Город можно рассматривать как «живой организм», и наше обыденное понимание его во многом не соответствует реальности. С другой стороны, город состоит из проживающих в нем людей. Идея о том, что архитектурные и градостроительные формы оказывают воздействие на характер поведения как конкретной личности, так и различных социальных групп, например горожан, и определяют их деятельность, высказывалась начиная с XIII в. [5].

В данном контексте город следует понимать как целостное место особого «собрания» человека в единое целое, организации специфического пространства обитания, включающего как собственно человеческую телесность, так и его духовную составляющую. Такое специфическое пространство формируется под влиянием множества факторов: исторических, природных, экономических и, безусловно, социокультурных.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вебер М. История хозяйства : город. М. : Канон-пресс-Ц. Кучково поле, 2001. С. 8.
 2. Вебер М. Город. Избранное. Образ общества. М. : Юрист, 1994.
 3. Зиммель Г. Избранное. Т. 1. Философия культуры. М. : Юрист, 1996.
 4. Крогиус В.Р. Исторические города России как феномен ее культурного наследия. М. : Прогресс-Традиция, 2009. С. 7.
 5. Виннер Р. Искусство XXII века и проблема стиля барокко // Ренессанс, барокко, классицизм. М., 1966. С. 254.
1. Veber M. Istoriya khozyaystva : gorod. M. : Kanon-press-Ts. Kuchkovo pole, 2001. S. 8.
 2. Veber M. Gorod. Izbrannoye. Obraz obshchestva. M. : Yurist, 1994.
 3. Zimmel G. Izbrannoye. T. 1. Filosofiya kul'tury. M. : Yurist, 1996.
 4. Krogius V.R. Istoricheskiye goroda Rossii kak fenomen eye kul'turnogo naslediya. M. : Progress-Traditsiya, 2009. S. 7.
 5. Vipper R. Iskusstvo XIII veka i problema barokko // Renessans, barokko, klassitsizm. M., 1966. S. 254.

© Назарова М.П., 2010

*Поступила в редакцию
в ноябре 2010 г.*

УДК 796.5 (470.45)

Г.Ю. Щекин

**ГОРОД КАК ПРЕДМЕТ
ТУРИСТСКОГО ИНТЕРЕСА
(на примере г. Волгограда)**

Акцентируется внимание на научной и правовой трактовках понятия «туризм». Внутренний и въездной туризм рассматриваются как приоритетные направления государственной политики. Волгоград как субъект туристской привлекательности. Перспективы развития туризма в Волгограде как репрезентация туристского региона.

Ключевые слова:

внутренний туризм, дестинация, Волгоград.

G.Yu. Shchekin

**CITY AS AN OBJECT
OF TOURIST INTEREST
(as an example Volgograd)**

The attention is paid to the scientific and legal interpretations of the tourism concept. Domestic and inbound tourism is seen as priority of the state policy. Volgograd is as subject of the tourist attraction. Future developments of the tourism in Volgograd are as representation tourist region.

Key words:

domestic tourism, destination, Volgograd.

Об авторе:

Щекин Геннадий Юрьевич – кандидат социологических наук, доцент кафедры философии, биоэтики и права Волгоградского государственного медицинского университета, 400131, Волгоград, пл. Павших борцов, 1, к. 412, 8(8442)532349, Alfa-001@yandex.ru

Shchekin Gennadii Yurevich – Candidate of Sociological Science, Assistant professor of philosophy, bioethics and law, Volgograd State Medical University 412 r., 1 Fallen Fighters Square, Volgograd, Russia, 400131

24 ноября 1996 года Президентом РФ был подписан Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», разработанный в рамках Федеральной целевой программы «Развитие туризма в Российской Федерации» и призванный регулировать отношения между туристом и туристской организацией, определять права, обязанности и ответственность сторон. В соответствии со ст. 1 рассматриваемого закона туризм — это временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан или лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных или религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой должности в стране (месте) временного пребывания [1]. Данный термин будет являться ключевым для определения туризма, так как он является основополагающим для всей туристской деятельности в стране.

Принятый закон акцентирует внимание на основных видах туризма, к которым относится внутренний туризм. В современной России поддержка и развитие внутреннего туризма стали приоритетным направлением государственного регулирования туристской деятельности. Наибольшее развитие внутренний туризм в России получил в Краснодарском крае, где основной контингент образуют туристы из Европейской территории России, Урала и Западной Сибири. Вторым крупным районом туристской специализации, представляющим собой всероссийскую здравницу, следует признать Ставропольский край с Кавказскими Минеральными Водами. Основными видами туризма здесь являются лечебный, оздоровительный, экскурсионный. Загрузка здравниц в течение года здесь составляет более 90 %. Третьим по значимости в России районом, обладающим большим рекреационным потенциалом, является Московская область. Экскурсионная деятельность здесь активно развивается по причине близкого расположения к Москве, средств размещения туристов и наличия объектов, включенных в Список всемирного наследия ЮНЕСКО, а также имеющих статус федерального значения [2].

Для классификации и структурирования туристских регионов был введен термин «дестинация» (от лат. — местонахождение). Для отнесе-

ния к дестинации территория должна отвечать следующим основным требованиям:

1) наличие определенного набора услуг, необходимых для принятия туристов. Причем это должен быть именно тот набор услуг и такого качества, которые турист ожидает, приобретая предлагаемый ему туристский продукт. К нему, в первую очередь, относятся:

доставка (транспорт) до дестинации и обратно. В настоящее время требования потребителя к качеству обслуживания и комфортности перевозки увеличиваются, и выполнение их должно быть обязательным;

возможность переночевать (наличие отелей, кемпингов, дачных домиков и т.д.) и поесть (рестораны, кафе, бары и т.д.) с соответствующим уровнем обслуживания;

2) наличие достопримечательностей, которые могли бы заинтересовать туристов. Именно здесь возникает конкуренция между дестинациями. Чем интересней место с точки зрения возможностей увидеть и узнать больше нового, отдохнуть и развлечься, тем выше его рейтинг среди конкурентов и, соответственно, тем больше оно посещается туристами;

3) наличие информационных систем, которые являются необходимым инструментом продвижения продукта на туристском рынке. Прежде всего это возможность доступа к информации систем компьютерного резервирования и бронирования.

Самыми привлекательными для туристов городами Европы признаны Париж, Лондон и Барселона. Согласно докладу консультативного агентства по корпоративному имиджу Saffron, за лидерами следуют Берлин, Амстердам, Мюнхен, Стокгольм, Прага, Рим и Афины. Одним из критериев определения привлекательности городов была легкая узнаваемость известных объектов (например, Эйфелева башня в Париже или Колизей в Риме). К признакам привлекательности городов Европы были отнесены туристские достопримечательности, качество кухни и ресторанов, гостеприимство местных жителей, коммерческие предложения, погодные условия, возможность пройти по городу пешком или на общественном транспорте, а также уровень цен. В конце списка привлекательных для туристов городов оказались Кишинев, Познань (Польша), Белград (Сербия), а также Дуйсбург (Германия) и Бредфорд (Великобритания) [3].

Что касается Российской Федерации, то, как заявил на заседании президиума Госсовета, посвященного туризму, Владимир Путин, «Россия обладает колоссальными туристскими ресурсами. Они есть везде, на всей территории — от дальневосточной Камчатки до Санкт-Петербурга, от Пскова и Новгорода на северо-западе до Краснодарского края на юге». В то же время В. Путин подчеркивал, что «этот богатейший исторический, культурный и природный потенциал используется в целях туризма, по мнению экспертов, только на 20 %». Причины этого, по мнению премьер-министра, заключаются в том, что приезжающие в Россию туристы следуют по привычным, накатанным маршрутам.

По популярности у иностранных туристов лидируют культурно-познавательные туры, пролегающие через исторические центры России: 37 % гостей интересуется Москва, 39 % — Санкт-Петербург, на третьем месте — Золотое кольцо — маршрут от Москвы на северо-восток через Сергиев Посад, Ростов, Ярославль, Владимир, Суздаль.

Волгоград в этом ряду занимает далеко не последнее место. Современный Волгоград — самый протяженный город в России, длина которого составляет почти 100 километров. Но это не только один из крупнейших городов Южного федерального округа, но и культурно-исторический и промышленный центр. Туристские ресурсы города связаны с материальными памятниками культуры, архитектуры и искусства. Сотни тысяч туристов едут полюбоваться красотами казачьего края, прикоснуться к великой истории, почтить память героев.

В Волгограде свыше 200 исторических мест, связанных с его героическим военным прошлым. Среди них — величайший памятник, имеющий мировое значение, — мемориальный ансамбль «Героям Сталинградской битвы» на Мамаевом кургане (высота 102,0) — месте самых ожесточенных боев в 1942—1943 гг., главный монумент — скульптура «Родина-мать зовет!» — является самым крупным в мире подобным сооружением (открыт 15 октября 1967 г.); братские могилы с Вечным огнем на площади Павших Борцов; братская могила воинов 62-й Армии; могила героев Советского Союза Рубена Ибаррури, Владимира Каменщикова; Дом солдатской славы (Дом Павлова); руины мельницы; Стена генерала Родимцева. Передний край обороны советских войск на 19 ноября 1942 г. обозначен по городу 17 танковыми башнями на постаментах.

В 1982 г. состоялось приуроченное к 40-летию разгрома неприятеля на Волге открытие панорамы «Разгром немецко-фашистских войск под Сталинградом», являющейся самой большой панорамой в России и одной из крупнейших в мире. Ее длина составляет 120, а высота — 16 м. На полотне изображены подлинные события, произошедшие в период обороны города. Многие площади и улицы города носят названия, связанные с военными событиями: площадь Павших Борцов, площадь Победы, аллея Героев и др.

В то же время необходимо отметить, что наблюдается упадок интереса российских и иностранных граждан к Сталинградской битве, а следовательно, нецелесообразно при перспективном планировании развития туризма в Волгограде ориентироваться только на военно-историческую тематику. В связи с этим на передний план выходят вопросы создания новых туристских продуктов с гибкой ценовой политикой, рассчитанных на различные социальные группы, внедрения новых технологий, улучшения инфраструктуры в соответствии с современными тенденциями.

В качестве примера можно привести интерес иностранных туристов, особенно из Федеративной Республики Германии, к государственному историко-этнографическому и архитектурному музею-заповеднику «Старая Сарепта», который является уникальным уголком в нашем городе и в России [4]. На балансе музея, занимающего площадь 10,4 га, находятся 28 строений, 23 из которых являются памятниками истории и архитектуры XVIII—XX вв. История поселения связана с возникновением и развитием колонии религиозного братства гернгутеров в 1765 г. Целью поселенцев (в их число входили представители Германии, Чехии, Дании, Голландии, Швейцарии) было миссионерство — обращение в христианскую веру иноверцев: калмыков, киргизов, татар. В настоящее время это модель действующего поселения, являющаяся единственным подобным комплексом в России. Учитывая его уникальность, музей-заповедник «Старая Сарепта» Указом Президента РФ был отнесен к

особо ценным объектам исторического и культурного наследия федерального значения.

К другим привлекательным чертам города можно отнести выгодные природные достопримечательности региона. Туристы приезжают на Волгу с рекреационными целями: пляжный туризм и рыбалка в водоемах северной части Волго-Ахтубинской поймы. Размещаются они на турбазах, базах отдыха, созданных в большинстве своем еще в советские времена и не отличающихся высоким комфортом. Главными поставщиками туристов внутреннего въездного потока, имеющего численность 40...45 тыс. человек в год (деловые туристы не учитываются), являются Москва, Санкт-Петербург и ряд северных областей России.

К рекомендательным моментам, позволяющим создать позитивный имидж города для туристского посещения в стране и за рубежом и поддержание этого имиджа на российском и международном туристском рынке, можно отнести следующие:

- разработку программы финансирования строительства новых и модернизацию старых гостиниц со средним и высоким уровнем обслуживания и европейским уровнем благоустроенных мест. При этом существенным прорывом для туристической индустрии города может стать развитие интернет-бронирования гостиниц и турпакетов. Согласно статистике, сейчас 28 % всех гостиничных размещений в мире бронируется через Интернет в режиме онлайн;

- формирование системы рекламно-инвестиционного обеспечения развития туризма через участие в международных туристских выставках, издание рекламных материалов для различных категорий потребителей и на различных видах информационных носителей;

- налаживание партнерских отношений государственных и муниципальных органов с частным бизнесом, что даст возможность использовать все имеющиеся средства наиболее эффективно;

- организацию нового строительства и реконструкции действующих туристских объектов: музеев, мемориальных мест, объектов показа, архитектурных памятников, садово-парковых ансамблей и др.; приведение в порядок исторических мест в городе, часто посещаемых иностранцами;

- развитие функций города как места проведения постоянных международных конгрессов, симпозиумов, семинаров, выставок, ярмарок, фестивалей, а также создание базы для развития в городе делового и конгрессного туризма (разработка ключевых, «знаковых» событий города);

- налаживание прямого воздушного сообщения с городами ближнего и дальнего зарубежья;

- повышение уровня обслуживания, роста числа ресторанов и развлекательных центров, соответствующих мировым стандартам;

- продумывание оснований для увеличения срока пребывания туристов в городе, что позволит получить максимальные прибыли в местный бюджет (в среднем иностранный турист тратит от 70 до 200 долларов в день); увеличение этого срока за счет новых продуктов и программ повторного посещения;

- разработка льготных и социальных программ посещения города;

- повышение чувства национального достоинства горожан как следствие гостеприимства и обращения к культурно-историческому наследию.

Все эти и другие мероприятия возможны только на основе данных социологического мониторинга отношения потенциальных туристов к Волгограду. Но как раз такой мониторинг не проводился. Отдельные маркетинговые исследования туристических фирм носят разрозненный характер, а их результаты не становятся достоянием муниципальной администрации. Целесообразно объединить усилия всех заинтересованных субъектов для создания под эгидой администрации г. Волгограда социологической группы, занимающейся проблемами города как туристского центра.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (от ред. 27.12.2009 г., № 365-ФЗ) // Общество защиты прав потребителей. OZPP/RU. Режим доступа: <http://ozpp.ru/zknd/turi>. Дата обращения 20.10.2010.
 2. Долженко Г.П., Белорусова С.А. Туризм в равнинной части Юга России. Ростовская, Волгоградская, Астраханская области (ресурсы, история, тенденции) М. : МарТ; Ростов н-Д : МарТ, 2008. 208 с.
 3. Самые привлекательные европейские города // Каталог путешествий Turizm.ru. Режим доступа: <http://news.turizm.ru/france/11127.html>. Дата обращения: 21.10.2010.
 4. Введение // История Волгограда 1589—2005. Режим доступа: http://region34.nm.ru/history/stalingrad/article_008.html. Дата обращения 21.10.2010.
 5. Памятники истории и культуры в Волгограде // Концептуальные аспекты организации хозяйственной деятельности предприятий туризма / под ред. С.В. Уфимцева. Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2006. 392 с.
 6. Попов П.П. Слово о «Старой Сарепте». Волгоград : Ком. по печ., 1994. 160 с.
-
1. FZ "Ob osnovakh turistskoy deyatel'nosti v RF" ot 24.11.1996 g. № 132-FZ (ot red. 27.12.2009 g., № 365-FZ) // Obshchestvo zashchity prav potrebitel'ey. OZPP/RU. Rezhim dostupa: <http://ozpp.ru/zknd/turi>. Data obrashcheniya: 20.10.2010.
 2. Dolzhenko G.P., Belorusova S.A. Turizm v ravninnoy chasti Yuga Rossii. Rostovskaya, Volgogradskaya, Astrakhan'skaya oblasti (resursy, istoriya, tendentsii). M. : MarT, Rostov n-D : MarT, 2008. 208 s.
 3. Samyye privlekatel'nyye evropeyskiye goroda // Katalog puteshestviy Turizm.ru. Rezhim dostupa:<http://news.turizm.ru/france/11127.html>. Data obrashcheniya: 21.10.2010.
 4. Vvedeniye // Istoriya Volgograda 1589—2005. Rezhim dostupa: http://region34.nm.ru/history/stalingrad/article_008.html. Data obrashcheniya: 20.10.2010
 5. Pamyatniki istorii i kul'tury v Volgograde // Kontseptual'nyye aspekty organizatsii khozyastvennoy deyatel'nosti predpriyatiy turizma / pod. Red. S.V. Ufimtseva. Volgograd : lzd-vo VolGU, 2006. 392 s.
 6. Popov P.P. Slovo o "Staroy Sarepte". Volgograd : Kom po pech., 1994. 160 s.

© Щекин Г.Ю., 2010

Поступила в редакцию
в ноябре 2010 г.

УДК 72.017.4(1-21)

В.А. Храпова, Я.М. Власова

**НЕИСТОВСТВО ЦВЕТА:
ВИЗУАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ
СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА**

Рассмотрен визуальный образ современного городского пространства, неотъемлемым компонентом которого является цвет, обладающий мощнейшим суггестивным потенциалом, реализующимся в определенной стратегии построения образа современного города.

Ключевые слова:

город, визуальный образ, цвет.

V.A. Hrapova, Y.M. Vlasova

**FURY COLORS: VISUAL IMAGES
OF THE MODERN CITY**

The visual image of the modern urban space is covered, the integral component of which is the color with strong suggestive potential realized in the determine strategy to create the image of a modern city.

Key words:

city, visual image, color.

Об авторах:

Храпова Виктория Анатольевна – доктор философских наук, профессор кафедры философии, hrapova-v@mail.ru

Храпова Viktoriya Anatolyevna – Ph.D., professor, chair of Philosophy,

Власова Ярославна Михайловна – аспирант кафедры философии, yara-87@list.ru

Vlasova Yaroslavna Mihailovna – Post-graduate student of Philosophy,

*Волгоградский государственный университет
Volgograd state university*

В настоящее время анализ урбанистической культуры так или иначе связан с проблемой визуального, точнее визуального образа.

Под визуальным образом понимается сложноорганизованный знак, включающий в себя совокупность интеллектуальных, ценностных, этических, эстетических моментов, самоорганизующихся в сознании посредством ассоциативной связи.

Неотъемлемым компонентом визуального образа является цвет, поскольку весь видимый мир мы воспринимаем в цвете, считая его неотъемлемой частью реальности. Цвет является активной силой в построении визуального образа. Еще Аристотель говорил, что все «видимое есть цвет» [1, с. 408].

Цвет везде и всюду, и «формирование индивидуального и социального опыта происходит параллельно с развитием «цветового опыта», «чувства цвета», фиксируемого в виде цветовых матриц и на их основе» [2, с. 4].

Цвет превращается в самостоятельную коммуникативную единицу. Сама способность восприятия цветовых характеристик современного городского пространства становится актуальной, так как цветовое воздействие обладает мощнейшим суггестивным потенциалом.

Современное визуальное пространство города пестрит различными цветовыми оттенками. На наш взгляд, это связано с тем, что произошла некоторая проекция, или перенос, цветового пространства виртуальной реальности, во всем ее многообразии, в реальность исходную. Современный город можно сравнить с компьютерным феноменом гипертекста, одной из главных характеристик которого является подвижность, быстрая смена визуального образа и, соответственно, информации, которую он несет. Путешествуя в пространстве виртуального мира, пере листывая одну страницу за другой, мы ежедневно поглощаем огромное количество цветных визуальных образов.

Цветное изображение играет важнейшую роль в процессе работы с информационными потоками. Любой визуальный образ: линия, фигура и т.д. — с помощью цвета втягивается в сеть пространственных отношений и тем самым становится компонентом целого. Целостная органи-

зация чего-либо способствует быстрому схватыванию информации, лучшему ее запоминанию. Целостность восприятия открывает путь к восприятию творческому, стимулирует человека к творческой деятельности.

В городском пространстве, как и на маленьком мониторе компьютера, сосредоточено огромное количество визуальной информации, которую часто мы различаем только по цвету, не успевая схватить суть текстовой информации. Городское пространство насыщено огромным количеством рекламы, вывесок, плакатов самых разнообразных цветов и оттенков, которые быстро переключают внимание с одного объекта на другой, тем самым давая разнообразие глазу. Здесь можно провести аналогию со сменой слайдов на дисплее компьютера.

В окне компьютерного дисплея цветное изображение, «картинка» занимает больше места, если воспользоваться метафорой, «больше весит», нежели текстовый документ. Цветное изображение — это насыщенная, более полная информация, помогающая человеку закладывать основы познавательных стратегий, быть причастным действительности.

При восприятии определенного цвета человек настраивается на определенную волну в прямом и переносном смысле слова: с одной стороны, цвет — это свет определенной частоты (свет состоит из единиц энергии — квантов, которые соединяют в себе свойства и волн, и частиц) [3, с. 23], с другой — цвет всегда создает определенное эмоциональное состояние, настроение. Эмоциональное воздействие цвета может быть настолько сильным, что человек становится соучастником именно образного познания жизни и не сомневается в правдивости этого познания.

Поэтому неистовая игра цвета рационализируется в специфических отраслях человеческой деятельности, являясь не только качественной характеристикой дизайна, но и самостоятельной коммуникативной единицей, создающей суггестивный эффект.

Цвет является фундаментальной характеристикой мира, отражающей глубинные взаимосвязи, но зачастую цвет воспринимается современным человеком автоматически, без учета семантики, а значит и информации, которую он собой несет.

Цвет структурирует социальное пространство, а также визуальное пространство города. Игра красок, тонов и полутонов настраивает современного человека на творческое восприятие действительности. Обостряется чувствительность глаза. Любой визуальный образ (фигура) города с помощью цвета втягивается в сеть пространственных отношений и тем самым становится компонентом целостной визуальной среды, которая способствует комфортному пребыванию человека в городе.

Цвет является метафорой определенных культурных отношений и всегда наполняется морально-психологическими смыслами. Человеческое восприятие очень чутко реагирует на цвет: синий успокаивает, создает атмосферу доверия и психологического комфорта; оранжевый дарует бодрость, энергию, жизненную силу; фиолетовый способствует концентрации, усилению интеллектуальной деятельности; красный активизирует внимание. Цвет задает жизненный ритм, он помогает перерабатывать информационные потоки, атакующие человека с различных сторон.

Цвет является видимым аспектом коммуникации, поэтому при планировке городской визуальной среды необходимо учитывать влияние того или иного цвета на сознание и подсознание человека.

Цвет — невербальный сигнал, активизирующий работу правого полушария мозга, а следовательно, и работу образного мышления, которое способствует активизации фантазии и воображения. Человеческие чувства отражают объективный мир, а объективный мир мы воспринимаем, прежде всего, в цвете. Правильное использование цвета структурирует пространство вокруг человека, помогает легче освоить структуру мира и гармонично вписать себя и других в пространство жизни. Понимание цветовой гармонии ведет к пониманию взаимозависимости духа и тела человека, к правильному использованию возможностей цвета.

Цвет должен стать «языком», понятным зрителю, для того, чтобы в современном обществе коммуникация строилась по принципу созидания, а не деструкции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аристотель. О душе // Сочинения : в 4-х т. / Аристотель ; под ред. В.Ф. Асмуса. Т. 1. М. : Мысль, 1976. 550 с.
2. Сурова М.О. Эзотерические свойства цвета. М. : Март, 2006. 144 с.
3. Грегори Л.С. Глаз и мозг: психология зрительного восприятия / предисл. и общ. ред. А.Р. Лурия и В.П. Зинченко. М. : Прогресс, 1970. 272 с.

1. Aristotel. O dushe // Sochineniya v 4-h T. / Aristotel ; pod red. V.F. Asmysa. T. 1. M. : Mysl, 1976. 550 s.
2. Surova M.O. Ezotericheskie svoystva ctveta. M. : Mart, 2006. 144 s.
3. Gregori L.C. Glaz i mozg: psichologia zritel'nogo vospriyatiya. / predisl. i obshch. red. A.R. Luria i V.P. Zinchenko. M. : Progress, 1970. 272 s.

© Храпова В.А., Власова Я.М., 2010

Поступила в редакцию
в ноябре 2010 г.

УДК 72.017.4-044.342(470.45)

А.И. Макаров

**ДЕГРАДАЦИЯ
ВИЗУАЛЬНОЙ СРЕДЫ
СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА
(на примере Волгограда)**

Приведен анализ характеристик визуальной городской среды с точки зрения когнитивной психологии и социологии культуры. Рассмотрены специфические феномены современной визуальной среды: «голод на образы» и «визуальное обжорство». Освещены причины системного кризиса городской (буржуазной) культуры, описанного Д. Харви и Р. Сеннетом. В случае Волгограда описанные Д. Харви и Р. Сеннетом процессы наслаиваются на процесс деурбанизации, навязанный распадом национальной промышленности. Основные проблемы — это стихийность и хаотичность застройки и действий многочисленных агентов градостроительной деятельности.

Ключевые слова:

визуальная среда, городская среда, эффективная экономика, постмодерн.

A.I. Makarov

**DEGRADATION OF THE VISUAL
ENVIRONMENT OF THE MODERN CITY
(as an example Volgograd)**

The response analysis of the visual urban environment in terms of cognitive psychology and sociology of culture is shown. Specific phenomena of modern visual environment are considered: "the hunger for images" and "the visual glutony". Reasons covered, which are associated with a systemic crisis of the urban (bourgeois) culture described D. Harvey and R. Sennett. In case of Volgograd described D. Harvey and R. Sennett processes superimposed on the process deurbanization imposed by the collapse of national industry. The key problem is spontaneous and chaotic development of numerous agents and urban planning.

Key words:

visual environment, urban environment, efficient economy, postmodern.

Объектом исследования является визуальная среда города, которая будет рассмотрена с точки зрения когнитивной психологии и социологии культуры. В этом аспекте визуальная среда города интересна тем, что она присутствует в сознании человека в виде сети образов восприятия и памяти, функционирующих как на сознательном, так и на бессознательном уровне психики. Эта сеть образов оказывает свое влияние на схематизмы мышления, детерминирующие наше самочувствие. Более того, есть основания утверждать, что она отвечает за формирование паттернов обработки визуальной информации, поступающей в результате соприкосновения с действительностью. Другими словами, образы повседневно наблюдаемых объектов возникают в сознании не только благодаря физиологическим особенностям нашего глаза, но и благодаря этой отсутствующей в поле нашей рефлексии структуре. Выявляется этот факт в моменты «слома» механизма функционирования фоновой структуры. В качестве примера можно привести случай со странной потерей зрения шахтерами, когда офтальмологи долгое время не могли обнаружить причину, так как не находили никакой физиологической патологии у этих пациентов. Оказалось, что причина носила когнитивно-информационный характер: выяснилось, что зрение пропадает потому, что шахтеры долго смотрят на угольные пласты, гомогенные по своим цветовым характеристикам. Когда их вывели в лес, зрение вернулось. Лес — насыщенная визуальная и аудиальная среда.

С нахождением в монотонных и гомогенных средах связывают целый ряд психофизиологических расстройств, депрессии. Все эти наблюдения стимулировали интерес психологов и социологов к исследованию современной архитектуры городов, которая со второй пол. XX в. начала преподносить все больше и больше неожиданных и неприятных сюрпризов. Так, город Бразилиа, спроектированный Оскаром Нимейером, давно уже вызывает много вопросов у социологов и психологов в связи с тем, что на его улицах жители чувствуют тревогу и скуку, там не хочется завязывать контакты, назначать свидания. Как пишет профессор Макалестер-колледжа университета Миннесоты Д.А. Ланегран: «Бразилиа

широко известна как «город трех дней», более преуспевающие его служащие проводят только вторник, среду и четверг, работая в Бразилиа, а потом спешат в Рио и Сан-Паулу для продолжительного уикенда. Бедняки, занятые в строительстве и обслуживании производства, не входили в столичный план и живут в поселках в 30 км от города, называемых «анти-Бразилиа» [1]. Нимейер создал идеальный город с точки зрения рационального планирования и социальных технологий; это яркий пример так называемой «честной архитектуры», триумф функционализма и техницизма. Но Бразилиа является городом, представляющим интерес только для студентов архитектурных вузов и очарованных просвещенческой утопией всемогущества рационального взгляда на мир преподавателей; и это «пронзительно свидетельствует о человеческой глупости в масштабе метрополиса» [1].

В 1970-х гг. на Западе во весь голос заговорили о закате современной архитектуры. В критической искусствоведческой литературе даже обозначена точная дата конца архитектуры, черпавшей свое вдохновение в теориях авангардистов начала прошлого века, в функционализме Ле Корбюзье и техницизме Мисс ван де Рое. 15 июля 1972 г. в 15 часов 32 минуты и 14 секунд был взорван жилой комплекс в Сент-Луисе, городке штата Миссури, который был построен за 20 лет до этого события по проекту Минору Ямасаки, получившего за него премию Американского института архитектуры. Решение о его сносе было принято после того, как выяснилось, что планировка и другие характеристики этого градостроительного объекта стали причиной очага преступности в районе и привели к распаду социальных связей. Америка в очередной раз убедилась в том, что ей нужно придерживаться консервативных взглядов на проектирование систем жизнеобеспечения.

Об авторе:

Макаров Андрей Иванович – кандидат философских наук, доцент кафедры философии, Волгоградский государственный университет, andre_mak@mail.ru

Makarov Andrei Ivanovich – Candidat of Philosophic Science, Assistant professor of Philosophy, Volgograd State University

Все эти факты заставляют внимательно приглядеться к стилям современной архитектуры. Например, здания, спроектированные по канонам жесткого функционализма без «архитектурных излишеств», или серо-белый «евростиль» офисных интерьеров явно визуально обеднены по сравнению с более ранними по времени историческими стилями. То же самое можно сказать

и о приеме сплошного остекления фасадов, дешевой и потому распространенной технологии. Из-за быстрого распространения и облика, губительного для визуальной среды исторических центров, специалисты называют их «раковыми опухолями городов». Среда, созданная проектировщиками этих зданий, вызывает специфический феномен — так называемый «голод на образы» [2]. Вроде бы многочисленные рекламные носители (их особенно много в Волгограде) удовлетворяют этот «голод» и снимают опасность визуальной скуки — эту идею активно поддерживают штатные пропагандисты рекламных компаний. Однако дело в том, что не менее опасным, чем «голод на образы», оказывается для экологии человека «визуальное обжорство».

Не претендуя на объективность, попытаемся дать интерпретировать процессы трансформации визуального облика г. Волгограда. Знакомство с литературой показало, что в области исследования состояния визуальной среды Волгограда — одно большое белое пятно. И это несмотря на то, что архитектурная среда Волгограда, сформированная в 1950—1980-е гг., радикально меняется не в лучшую сторону, что не может не беспокоить жителей. Мало кто из живущих в Волгограде больше 30 лет усомнится в том, что архитектура и бытовая городская культура в Волгограде стремительно деградируют: огромное количество рекламы, которое превратило центральные улицы города в сплошную аляповатую декорацию, закрывшую практически все фасады домов, включая памятники архитектуры, пристройки к фасадам домов, вылезавшие на тротуары (в специальной литературе к этому явлению применяют термин «шанхаизация»). Справедливости ради нужно сказать, что это общая тенденция для современной российской архитектурно-строительной практики.

У кризиса профессиональной архитектуры в России есть множество причин, но в этой статье мы хотим затронуть только те из них, что связаны с системным кризисом городской (буржуазной) культуры. Очевидно, что при анализе перспектив развития городской среды Волгограда мы стоим перед задачей со многими неизвестными, поэтому можно попытаться только поставить проблему, но не решить. Поставим эту проблему в плоскости социологии культуры.

В 1973 г. вышла в свет работа Д. Харви «Социальная справедливость и город», посвященная пространственному воплощению социальных процессов в городах [3]. Автор ставит вопрос о том, почему западноевропейские города стали рассадниками социальных конфликтов именно в эпоху рыночной экономики. Согласно Д. Харви, пространственный облик современного города обусловлен неестественными рыночными отношениями, главным образом монопольной властью крупного бизнеса. Пространственное воплощение капитализма коренится в основном его принципе — в извлечении максимальной прибыли. Для того чтобы получить максимальный эффект в кратчайший срок, капитал входит в противоречие с интересами стабильного развития общества. Социальная гармония требует совсем другого жизненного ритма, нежели так называемая эффективная экономика.

Принцип эффективной экономики — тотальное сокращение затрат. Предприятия, преследуя цели увеличения прибыли и снижения расходов на ее получение, стремятся переместить производство ближе к источнику сырья и рынкам. Так, например, вы живете в многоквартирном доме, а бизнесу нужно здесь открыть производство, чтобы минимизировать затраты на строительство производственного помещения, доведение своего товара до потре-

бителя, поэтому именно здесь производится спирт и алкоголики, казино и игроголики, — утверждает Д. Харви. Предполагается, что устремления бизнеса ограничиваются государством и властью, но это становится невозможно в условиях апатии социума и коррупции госслужащих. Апатия становится выгодной и тоже включается в расчеты, бизнес-планы по сокращению затрат. Приоритеты финансирования и инвестирования изменяются в сторону строительства деловых зданий, торговых центров, гостиниц, казино, все это делается исключительно для сохранения уровня прибылей. Городские власти также начинают заботиться только об интересах бизнеса, не признавая, что интересы горожан и интересы бизнеса диаметрально противоположны в некоторых сферах. Таким образом, по мнению автора, логика капитализма, будучи направленной на эффективность, порождает замедление темпов развития инфраструктуры города, кризис его институтов, обострение проблем занятости населения, приводит к росту преступности, наркомании, увеличивает вероятность социального взрыва. Д. Харви показывает, что городская структура в конечном счете патологически трансформируется в соответствии с поисками наибольшей выгоды для капитала.

Р. Сеннет пишет о неумолимом сокращении общественного пространства за счет роста индивидуализма. В современном мегаполисе главной стратегией выживания стала не общность, а изоляция и отделение от других. Оказалось, что рыночные отношения и религия успеха работают не на гармонию социума, как полагали А. Смит и С. Милль, а на разделение [4].

В теориях Д. Харви и Р. Сеннета нам интересна следующая логика рассуждений: капитализм требует функционализма и рационализации пространства, но рационализации только для себя, для производства товаров и работников. Рациональность для производства парадоксально оборачивается хаосом общественной жизни и сокращением пространства для воспроизводства человека как сложного существа, а не как раба производства и потребления. Функционализм требует вначале сноса исторически сложившихся культурных центров больших городов как нерациональных и хаотичных, а затем начинает требовать устранить все интересы жителей городов, кроме тех, что связаны с промышленным производством и примитивным потреблением.

В случае с российскими городами описанные Д. Харви и Р. Сеннетом процессы наслаиваются на процесс деурбанизации, навязанный распадом национальной промышленности и традиции архитектурного образования. Основные проблемы — это стихийность и хаотичность застройки и наличие многочисленных агентов градостроительной деятельности. Посмотрим, как выглядят последствия. Для этого мысленно пройдемся по городу и внимательно присмотримся. Для того чтобы не только смотреть, но и видеть, нам нужна особая призма, исследовательская стратегия. Предлагаемый нами ракурс взгляда на город пристрастен, ведь состояние городской среды Волгограда не вызывает в последнее время ни малейшего оптимизма, поэтому когда мы будем говорить о визуальном облике Волгограда, мы будем говорить только о неприятном.

Обозначу призму обзора набором метафор. Города узнают по лицам, по лицам их отличают от других. Черты лица города — это фасады зданий, площади, парки, фонтаны и другие градостроительные объекты. Рекламные вывески, клумбы и все так называемые «малые формы» — это макияж. Эти

лица могут быть привлекательными, могут быть отталкивающими. Есть города без лиц: они их никогда не имели, как не имеет лица человек-масса.

Итак, есть города с лицами и города без лиц. Волгоград относится к третьему типу: это город, потерявший лицо. Вернее, почти потерявший. Волгоград — молодой город, и архитектурное лицо у него было молодое. Оно появилось после войны. Возьмите открытки 10-летней давности, посмотрите на бывший профиль: это неоклассический профиль. Это так называемый «большой стиль», или неоклассицизм. Главными символическими доминантами до последнего времени оставались, конечно, памятники войны: Мамаев курган — символический центр города, Родина-мать — сердце Волгограда.

Теперь попытаемся построить метафору лица сегодняшнего Волгограда. Количество носителей наружной рекламы здесь — это какой-то не просто символический знак, это мистический знак избранничества. Колоссальный прессинг образов наружной рекламы, на наш взгляд, призван показать абсурд стихийной стратегии размещения рекламных носителей: образы и информационные меседжи сливаются в сплошной шум, рекламные сообщения перекрывают друг друга до неразличимости, — все это чувствуют производители рекламы и постоянно повышают степень визуальной и смысловой агрессии. Однако все тщетно: рекламное сообщение не доходит до потребителя, хотя потрачены огромные ресурсы, в числе которых экология психики потребителя.

Все это настолько бросается в глаза специалистам, что не случайно в современной книге по архитектуре Волгограда напечатаны архивные фотографии. Почему архивные? А потому что больше нельзя сфотографировать ни одно здание, не испортив фото. Здания еще есть, а фасадов уже нет. Город походит на сваленные в кучи декорации для какого-то плохого спектакля. «Но карнавала... не будет». В лучшем случае будет торгово-развлекательное шоу, народные гуляния масс потребителей. Развлечение сливается с торговлей, а это означает, что массы на самом деле не развлекаются, они производят и потребляют одновременно. В унисон этим реалиям звучит фраза Ж. Бодрийяра об информационных атаках на сознание жителей западных городов: «Непрерывное воздействие, которое на них обрушивается, натиск информации, который они вынуждены выдерживать, равносильны испытаниям, выпадающим на долю подопытных животных в лабораториях» [5].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ревзин Г. Здесь будет город-власть // Власть. № 32 (886) от 16.08.2010. Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocID=1480857>.
2. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием. М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. С. 402—414.
3. Harvey D. Social justice and the city. Baltimore: The Johns Hopkins Press, 1973.
4. Сеннет Р. Плоть гражданственности. Мультикультурный Нью-Йорк // Неприкосновенный запас. 2010. № 2 (70). Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/se16.html>.
5. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства или конец социального. Екатеринбург, 2000.

1. Revzin G. Zdes' budet gorod-vlast' // Vlast'. № 32 (886) ot 16.08.2010. Rezhim dostupa: <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocID=1480857>.
2. Kara-Murza. Manipulyatsiya soznaniyem. M.: EKSMO-Press, 2002. S. 402—414.
3. Harvey D. Social justice and the city. Baltimore: The Johns Hopkins Press, 1973.
4. Sennet R. Plot' grazhdanstvennosti. Mul'tikul'turnyy Nyu-York // Neprikosnovennyy zapas. 2010. № 2 (70). Rezhim dostupa: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/se16.html>.
5. Bodriyar Zh. V teni molchalivogo bol'shinstva ili konets sotsial'nogo. Ekaterinburg, 2000.

© Макаров А.И., 2010

Поступила в редакцию в ноябре 2010 г.

УДК 72.03:82 «18»

И.А. Стеклова

**ГОРОДСКОЕ ПРОСТРАНСТВО
С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ
АРХИТЕКТОРА И ПОЭТА
(на примере трагедии
А.С. Пушкина «Борис Годунов»)**

Рассматривается проблема межвидовых связей в отечественном искусстве первой половины XIX в. в феномене проникновения друг в друга столь различных эстетических сфер, как литература и архитектура. Исследуются механизмы такого взаимодействия на особенностях произведений А.С.Пушкина как посредника между реально существующими архитектурными формами и рядовыми потребителями архитектурных форм — своими читателями. Прослеживаются отношение поэта к архитектуре, подходы к непосредственному построению архитектурного пространства на примере сценического решения драмы «Борис Годунов».

Ключевые слова:

Пушкин, Борис Годунов, архитектурные образы, пространство драмы, архитектурное пространство

I.A. STEKLOVA

**URBAN SPACE IN TERMS
OF ARCHITECT AND THE POET
(as an example A.S. Pushkin's tragedy
"Boris Godunov")**

The problem of interspecific relationships in the domestic arts in the first half of the XIX century is considered in the phenomenon of penetration into each other as different aesthetic fields as literature and architecture. Mechanisms of this interaction on the characteristics of A.S. Pushkin works as mediator between objective architectural forms and ordinary consumers of architectural forms (readers) are investigated. The relation of the poet to the architecture, approaches to the direct plotting of the architectural space as an example of the stage dramas solutions "Boris Godunov" is traced.

Возможность сопоставления литературных и архитектурных процессов вполне справедливо вызывает недоверие. Но мотив для сопоставления есть — желание представить культуру максимально широко и целостно, для чего придется вообразить ее как пространство отношений, зависимостей между самыми яркими областями, вершинами. В отечественной культуре определенного времени литература и архитектура вершинными областями и были. И продолжают быть, потому что не только сохраняют статус неприкосновенного классического наследия, но и работают, реально насыщают материальную и интеллектуально-духовную среды. Периоды расцвета русской литературы и русской архитектуры могут по-разному трактоваться, выделяться, разводиться в хронологических границах, но на конкретном отрезке наложения совпадают настолько, что вопрос об их взаимовлиянии не может не подниматься.

То, что со второй трети XIX в. отечественное зодчество выпало из общественных приоритетов, связывается некоторыми его исследователями именно с подъемом роли литературы. С этим же связано и то, что профессия в стремительно меняющемся поле культуры все-таки освоилась, откликнулась на большую часть ее романтических исканий. По словам А.В. Иконникова, «прямой эмоциональный контакт с архитектурой сменило рассудочное восприятие через книжность,... слово, вербальный образ, повествование. Архитектурная форма стала подчиняться некоему подразумеваемому тексту» [1]. Но и реальным художественным текстам тоже. Вне видения и конкретизации влияния литературы картина русской архитектуры не может быть полной и объективной.

Золотой век русской культуры искал постижения общих, фундаментальных принципов формообразования в искусстве. Не случайно архитектурная критика разворачивалась тогда (да и могла разворачиваться) только в искусственной универсальным знанием литературной среде. Архитектура как идеальная архитектурно-художественная композиционная модель начала привлекать к себе писателей, наиболее выдающейся фигурой среди которых принято считать Н.В. Гоголя. Творчество же самого зачинателя невиданного

Key words:

Pushkin, Boris Godunov,
architectural images, the space drama,
architectural space

литературоцентризма — А.С. Пушкина — в этом ряду опускается.

Прославленной беспредельности пушкинского слова предстояло в 1825 г., в Михайловском, хотя бы отчасти остановиться — драматически оформиться. Жанр первой национальной трагедии «Борис Годунов», как утверждал Б.В. Томашевский, «в сознании автора был театральной, а не книжной драматургией. Как ни противоречат драматические опыты Пушкина сценической практике его времени, он все же писал для сцены» [2]. К полному, проверенному стихами и романтическими поэмами контакту с публикой прибавился поиск визуального, к тому же исторического комментария. Без установки на взгляд из театрального зала он и не понадобился бы. Мастерское плетение канвы, по которой каждый читатель «вышивал» уже самостоятельно, втянуло в сферу своего воздействия зрителя. Будущему театралу предстояло очутиться и в пространстве звучащих слов, и в пространстве видимых образов и творчески достроить самому и услышанное, и увиденное.

Во всех жанрах, за которые Пушкин брался, географически точное окружающее героев пространство доносило «метафорические признаки их культурной, идеологической, этической характеристики» [3]. Думается, нагрузка на пространство, подчеркнутая Ю.М. Лотманом в известном энциклопедическом полотне, сопутствовала и другому сочинительству поэта. Параллельному. Только здесь это «характеризующее пространство» должно было бы хоть отчасти осесть в реальном, трехмерном — без слов.

В пушкинском мире нет ничего случайного, не необходимого. Но что-то замышлялось в драме как необходимое и достаточное для непосредственного изображения, а что-то было необходимо, но могло трактоваться. Прямые указания поэта на внешний вид сцены исчерпывались названиями двадцати трех картин, краткими ремарками и редкими репликами героев. Они определяли общую, историческую фактуру решения подмостков и тематические акценты, которые рассказывали о большем, чем могли показать, помещенные в конкретный стихотворный контекст.

Сумма необходимого и достаточного ограничивалась разнохарактерными *окнами, дверями,*

Об авторе:

Стеклова Ирина Алексеевна —
кандидат искусствоведения, доцент,
Пензенский государственный архитек-
турно-строительный университет
Россия, 440028, Пенза, ул. Титова, д. 28
8412929206, e-mail: i_steklo60@mail.ru

Steklova Irina Alekseyevna —
candidate of arts, Assistant professor, Penza
State University of Architecture and Construction
28, Titova St., Penza, Russia, 440028

*крыльцом (дважды), папертью, фонтаном, амвоном, которые служили связями, центрами, ускорителями развития действия. Необходимое же могло показываться по-разному: полностью, частично или же не показываться совсем, передаваясь через реакцию персонажей, подобно обсуждаемому в третьей картине облику Новодевичьего монастыря, равно узнаваемому при предъявлении и целиком, и наполовину, и фрагментарно, а также и на слух, благодаря упоминанию колокольни, возведенной через столетие после описываемой истории. Пушкин об этом знал, но не отказался от заведомого анахронизма. Существовала ли в таком случае потребность в какой-либо архитектурной декорации для сопровождения диалога на *Девичьем поле*?*

Один

Нельзя ли нам пробраться за ограду?

Другой

Нельзя. Куды! и в поле даже тесно,

Не только там. Легко ли? Вся Москва

Сперлася здесь; смотри: ограда, кровли,

Все ярусы соборной колокольни,

Главы церквей и самые кресты

Унизаны народом.

Первый

Право любо! [4]

Не понятно, как и в какой внешней законченности воображал Новодевичий монастырь поэт. Не известно, бывал ли он в детстве рядом и помнил ли его, и какие из графических изображений смотрел (рис. 1). В 1820-х гг. наиболее доступными по Смутному времени были подмосковные панорамы XVII в. (уже с колокольней), например из опубликованных дневников Иоганна Корба и Корнеля де Бруина (рис. 2) или миниатюры Лицевых сводов конца XVI в., когда Бориса Годунова призывали на царство (рис. 3). В первых обитель выглядела практически современно, во вторых представляла в весьма отвлеченных, орнаментальных парафразах, через которые, впрочем, можно было прикоснуться к русской философии преображения бытия, где ясность, взаимосвязанность и целостность мира передавались доминированием архитектурных форм, эстетическими и этическими смыслами своеобразно прочтенных ограждений, проемов, кровель, венчаний.

Пушкин оставил монастырю некоторую узнаваемость, архитектурно артикулированную доминанту, подбравшую к себе всю сочлененную живописность перечисленных объектов. Он соединил *соборную колокольню, церкви с крестами* и преодолимую, очевидно, бревенчатую *ограду*, за которую *нельзя пробраться* только из-за тесноты. Получилось, что *кресты* — вершины довольно компактного, горизонтально стянутого многоугольника. Возможно, не только по *условному неправдоподобию*, но и по *рассуждению*, что любой русский монастырь XVI в. был меньше монастыря XVII в. и устремлен к общей вертикали. Или по *вдохновению*, которое «*есть расположение души к живейшему принятию впечатлений, следственно, к быстрому соображению понятий, что способствует объяснению оных*» [5]. По *вдохновению*, активизирующему *расположение*, художническую интуицию с опорой на неизменные, в сущности, универсальные законы формотворчества. Таким образом, претензии историка к картине «*Девичье поле. Новодевичий монастырь*» мог вызвать только один объект — *колокольня*.



Рис. 1. Ш.К. Башелье. Вид Новодевичьего монастыря. Литография с оригинала Орлова. Середина XIX в.



Рис. 2 (слева). П. Пикар, И. фон Бликландт. Новодевичий монастырь. Фрагмент гравюры. 1707–1708 гг.

Рис. 3 (справа). Строительство Новодевичьего монастыря. Миниатюра рукописи XVI в.

Так или иначе, архитектурный ориентир, отмечающий место не только зрительно, но и на слух, был возведен, и безымянные, пронумерованные лица из толпы очутились на гребне пушкинской истории только благодаря тому, что смотрели на него. Такая колокольня была просто необходима и завершенности объемно-пространственной композиции монастырского ансамбля, и драматургическому замыслу.

Чувства, поступки действующих лиц мотивировались формой места, но и сами места окрашивались интонациями диалогов и монологов. В отборе,

трактовке и подаче всех пространственных построений проявлялся собственный пространственный потенциал Пушкина, принципиально неисчерпаемый, непостижимый и тем самым неизменно актуальный. Ведь, если прислушаться к Гоголю, у самого Пушкина «в каждом слове бездна пространства, каждое слово необъятно, как поэт» [6]. Мир воображения несравненно больше количества явленных (даже таким поэтом) слов, тем более перечня предметов для сцены, безмолвных и пустых вне действия, что дает право извлекать из простоты и легкости всех вербальных конструкций Пушкина массивы и массивы недоговоренных подтекстов.

Материализуясь из словесной «бездны пространства», переводясь в реальный антураж, образы упрощаются и уплощаются, теряют образный объем. Может, потому, за необходимым и достаточным исключением, Пушкин на них и не настаивал. Только намекал, как архитектурно должны различаться царские, патриаршие и боярские интерьеры и чем объединяться — в противоположность Краковским и Самборским анфиладам. Ведь в семантике слов автора такое разграничение уже было сделано. Если он уделил минимум внимания изображению *Кремля, Красного крыльца, Чудова монастыря*, то, очевидно, подразумевал ту неповторимую, национально-романтическую окраску *светлиц, опочивален, палат*, которая отсутствовала в обычных *комнатах в Самборском замке*. Значит, для *Польши* и на слух, и на вид было довольно практически современного колорита. *России* же требовался взгляд внутрь себя, подлинная история, отстоявшаяся не только в живописных оттенках родного языка, но и в оборотах иконописи, лубка, лицевых летописей (рис. 4, 5).



Рис. 4 (слева). Благовещенский храм Кремля. Миниатюра Лицевого свода XVI в.



Рис. 5 (справа). А.С. Пушкин. Рисунок Московского Кремля в черновике VI главы «Евгения Онегина». 1827 г.

Сюжет «Бориса Годунова» начинался и заканчивался в Кремле. Архитектурные образы Кремля охватывали весь мир трагедии, и их историю поэт в какой-то мере знал: недаром в одном из черновиков «Евгения Онегина» колокольня Ивана Великого названа *башней Годунова*. Знал не только по учеб-

никам и репродукциям. Есть свидетельства, что мальчик Александр забирался на эту самую колокольню вместе с дядькой Никитой Козловым и рассматривал Москву и, конечно, Кремль со всеми исследованными им и изнутри храмами (рис. 6).



Рис. 6. Ф. Я. Алексеев. Успенский собор. 1801 г.

Пушкин обозревал Кремль с одиннадцати разных точек. Одиннадцать разных картин в интерьерах Кремля составляли практически половину трагедии. Каждая из них была, так или иначе, архитектурно-композиционно охарактеризована, что требовалось не столько для грядущего зрительного зала, сколько для наполнения пульса внутреннего действия трагедии, органики пошагового проявления героев, их чувств и мыслей в предполагаемых обстоятельствах. Пушкин, прежде всего, творил пространство драматической мотивации, причем любого охвата. Можно сказать, развивал в сюжете пространство фабулы, а уж потом, в какой-то степени *«условного неправдоподобия»*, проецировал его на сцену, в конкретную коробку с декорациями.

Для царя Бориса и его семьи подразумевались, вероятнее всего, помещения, сблокированные на западе Соборной площади вокруг Большой Золотой (Средней) палаты, располагавшиеся по обеим ее сторонам, разраставшиеся в глубину царского двора, подобно членам живого, саморазвивающегося организма. Таким образом, сцены в комплексе Золотой палаты разыгрывались в служебном отсеке, в парадной Большой «избе», в частных покоях на половине царя и царицы, в опочивальне царя. Через переходы, проходы, галереи, сени, лестницы, лабиринты подклетного этажа, деревянные тротуары эти интерьеры соединялись с государственно-статусными залами, с Благовещен-

ским и Успенским соборами, с «площадью народной», с Москвой. Остальное время в Кремле действие протекало в Грановитой палате, в келье Чудова монастыря, в апартаментах патриарха, в боярской усадьбе Бориса Годунова. Сама Соборная Красная площадь, вокруг которой, так или иначе, компоновались все эти интерьеры, показывалась с двух сторон: на западном участке, локализованном динамичной конструкцией Красного крыльца, и на северном — с папертью Успенского собора (рис. 7). В менее судьбоносном, менее заряженном месте обезоруживающая пронзительность знаменитых реплик Юродивого не была бы так же органична, как в картине «Площадь перед собором в Москве».



Рис. 7. Фрагмент плана Кремля 1600–1605 гг.

Выбор множественности ракурсов в построении кремлевского пространства вряд ли был случайным. Оно и в действительности сложилось как центростремительное, непрерывное и сквозное, в обход тупиков. Характер его ритмической организации, неравномерно стесненной и одинаково петляющей во всех уровнях, отличал всю первопрестольную.

Масштаб пространственных построений на сцене был технически ограничен, умоглядных построений — абсолютно независим. Без этого не выразилась бы, например, тема центрической безбрежности Руси, развернутая с

обеих сторон от «польских» эпизодов. С одной, предшествующей стороны, в *Царских палатах* Борис любовался ее условной проекцией на *чертеже* Федора Борисовича (рис. 8):

Царь

А ты, мой сын, чем занят? Это что?

Федор

*Чертеж земли московской; наше царство
Из края в край. Вот видишь: тут Москва,
Тут Новгород, тут Астрахань. Вот море,
Вот пермские дремучие леса,
А вот Сибирь.*

Царь

*А это что такое
Узором здесь виется?*

Федор

Это Волга.

Царь

*Как хорошо! Вот сладкий плод ученья!
Как с облаков ты можешь обозреть
Все царство вдруг: границы, грады, реки.*



Рис. 8. План Москвы Федора Борисовича Годунова. 1600–1605 гг.

Та же широта отозвалась и восторгом Курбского, с другой стороны от сцен в Польше, на Литовской границе:

Вот наша Русь: она твоя, царевич.

Там ждут тебя сердца твоих людей:

Твоя Москва, твой Кремль, твоя держава.

Имена Новгорода, Астрахани, Москвы и Кремля, одним звучанием окрашивающие историю Руси архитектурной фактурой Средневековья, метили освоение грандиозной, почти материковой протяженности, ее монументально узаконенную статичность, незыблемость, которая противостояла всему мелкому, суетному. А что, по сравнению с ней, и могло быть иным? Думается, включением таких историко-архитектурных, архитектонических образов закладывался геополитический, если не вселенский, смысл русской цивилизации. Поэт вводил их, заряженный Москвой и Петербургом, кавказскими и крымскими впечатлениями и далеко не равнодушный к размаху родных равнинно-холмистых просторов. В частности, воспользовался условным, цветочным графическим отражением красоты земли как свидетельством существования той духовной реальности, того нерукотворного дара, который обязывал к осознанию некоторого русского мессианства: *«Это Россия, это ее необъятные пространства поглотили монгольское нашествие. Татары не посмели перейти наши западные границы и остались у нас в тылу. Они отошли к своим пустыням, и христианская цивилизация была спасена»* [7]. В молитве за царя из уст Мальчика в девятой картине «Москва. Дом Шуйского» звучало:

*Храни его в палатах, в поле ратном,
И на путях, и на одре ночлега.
Поддай ему победу на враги,
Да славится он от моря до моря.
Да здравием цветет его семья,
Да осенят ее драгоценные ветви
Весь мир земной...*

Амплитуда чисто поэтических, лишь слышимых пространственных построений «Бориса Годунова» широка: от географических до метафизических. Еще не венчанный на царство Борис взывал к реальному и потустороннему миру: к боярам и патриарху, к покойному Феодору Иоанновичу, — как бы раздвигая интерьерную замкнутость пространством клятвы:

*О праведник! о мой отец державный!
Воззри с небес на слезы верных слуг...*

Обращение к небесам, взгляд снизу или откуда-то сверху — та ценностная, проверочная вертикаль, на которую герои драмы опирались или неизменно натыкались. Как, например, Григорий в своем первом появлении в трагедии. В пятой картине «Ночь. Келья в Чудовом монастыре. (1603 года)» он просыпался:

*Мне снилось, что лестница крутая
Меня вела на башню...*

Башня и лестница появились, разумеется, не случайно. Да и можно ли сомневаться в символичности трижды повторившегося вертикально устремленного архитектурного образа *бесовского мечтанья*. Взгляд Григория снизу вверх вопрошал и искушал восхождением к власти. Противоположно направленный взгляд сверху вниз возвращал к реальности, на землю, в прямом и переносном смысле слова. И предсказывал крах в силу большей объективности, возможности сопоставления.

*...с высоты
Мне виделась Москва, что муравейник;
Внизу народ на площади кипел
И на меня указывал со смехом.*

*И стыдно мне и страшно становилось —
И, падая стремглав, я пробуждался...*

Пушкин уехал из Москвы двенадцатилетним, а вернулся двадцатисемилетним, осенью 1826 г. с рукописью «Бориса». Был ли взгляд героя на Москву близок самому автору? В разных сценах трагедии Пушкин по-разному его называет, приближая, отдаляя, поворачивая. На *границе Литовской* он *Григорий Отрепьев*, в *доме Вишневецкого в Кракове* — *Самозванец*, на *равнине близ Новгорода-Северского* — *Дмитрий*, в *Севске* и в *Лесу* — *Лжедмитрий* и *Самозванец*. В келье он просто *Григорий*, без фамилии, опозоренной в истории, без приставок *Лже-* и *Само-*. Он — крещеный, нареченный, сомневающийся, но еще не преступивший. Пимен обращается к нему *брат Григорий*. Кажется, что пока он именовался так, от его взгляда не отказывался и автор.

Пушкин шел вверх стремительно, но у него не закружилась голова ни от царской милости, ни от почестей публики, свалившихся на него в Москве по возвращении из ссылки. Он был слишком укоренен в реальной любви: к жизни, искусству, людям, — чтобы отрываться от всего этого. Вожделение мнимых вершин есть зависимость от них, и подъем в любой материализации неверен, преходящ и по существу обречен. Кратчайшая, вертикальная связь с небом не выдерживала груза амбиций, лишнего бремени, чтобы оставаться свободной, а значит, бесконечной и абсолютной, позволяющей к тому же оглядываться на начало, на историю.

Если в пространствах, возникавших в ремарках, в сознательных или подсознательных представлениях героев появлялись вертикали, абстрактно протяженные или архитектурно организованные, они наделялись неким нравственным, этическим измерением. Чаще всего как раз такие вертикали формировали у Пушкина невидимое, но существующее, сущностное пространство — идеальное, идеологическое, необходимое для раскрытия истории русской Смуты с бесконечным множеством измерений. Честолюбивая Марина, например, проиграла, просчитывая ходы вверх и толкая Самозванца на мучительно знакомые ему, пугающе завышенные ступени *лестницы крутой*:

*Но — слышит бог — пока твоя нога
Не оперлась на тронные ступени<...>*

Разнообразных башен, улавливающих настроение героев, у поэта немало, в том числе и в графическом наследии (рис. 9). Есть философские, романтические, иронические. Возвращение же к образу искушающей *башни* произошло через несколько лет в предельно гротесковом развитии. Тогда Пушкин захочет изобразить *вавилонскую башню* со сказочной *Старухой*, пожелавшей стать *римскою папой*:

*Перед ним вавилонская башня,
На самой на верхней на макушке
Сидит его старая старуха,
На старухе сорочинская шапка,
На шапке венец латынский,
На венце тонкая спица,
А на спице Строфилус птица [8].*

Кроме непосредственной трехмерности подмостков, текст трагедии был наполнен невидимыми, но обсуждаемыми и воображаемыми пространствами. Получается, что во взаимодействие были втянуты прямо и косвенно заявленные силы. И ими были не только зримые и незримые действующие лица, но и

зримые и незримые пространственные формы. В декорациях текущих событий ожидалось и предупреждалось еще не случившееся (где-то), эхом отзывалось уже свершившееся (в конкретных местах), личностное или общее. О последнем сигналили героизированные географические названия, обозначившие судьбоносные для страны события. К ним расходились, расширялись настоящие сценические пространства. Кроме Московских и Польско-Литовских имен всплывали истории *Углича, Путивля, Суздаля, Соловков, Чернигова, Волынии, Кром, ветхого города Ольгина, Дона* и, конечно, *Казани*:

*Ты воевал под башнями Казани,
Ты рать Литвы при Шуйском отражал...*

Варлаам затягивает песню: «Как во городе было во Казани...»

Ты родственник казанскому герою?

*Блеснул опять наследственный наш меч,
Сей славный меч, гроза Казани темной...*



Рис. 9. А.С. Пушкин. Рисунок на отдельном листе. 1831 г.

Выводы. Трагедия «Борис Годунов» вывела область выразительности места действия в ракурс сценической зрелищности. Первый драматургический опыт Пушкина стал этапом в его работе с пространством, в выражении и умоглядных, и наглядных пространственных отношений, возведенных посредством архитектурных элементов.

Пушкин построил как бы две системы архитектурных образов. В одной из них фабула трагедии объективно проступала через отдельные предметы, расположенные на сцене. В другой фабула договаривалась, домысливалась, досочинялась с помощью куда более сложных пространственных архитекто-

нических сигналов, опосредованных вертикальной устремленностью и горизонтальным размахом. Первые и вторые состояли в некой партнерской связи, поэтому утверждать, что визуально явленные образы драмы в головокружительной череде интерьеров, площадей, пейзажей второстепенны, что они являются всего лишь зримой аранжировкой звучащего стихотворного пространства, нельзя. Внутри этого пространства они действительны в каждой, отдельной форме. Простые, сугубо функциональные вещи — связки и ускорители действия — поднимаются благодаря поэтическому контексту в приграничье исторической символики, становятся пластическими знаками, метафорами русской старины, русской судьбы.

В то же время нельзя не видеть, что пластические образы, выведенные в пространство воображения, потеряли бы часть идейного, эмоционального напряжения без опоры на конкретные, отобранные и выделенные автором элементы действия, сложившиеся в небольшую, но активную архитектурную сценографию. Оба пространства архитектурных образов: и реальное, и подразумеваемое — поддерживают друг друга и равно необходимы в драматическом минимализме Пушкина.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Иконников А.В.* Отречение от идеальной гармонии // Вопросы теории архитектуры. Образ мира в архитектуре : сб. науч. тр. М. : НИИТАГ, 1995. С. 107.
 2. *Томашевский Б.В.* Пушкин. Работы разных лет. 1990. С. 130.
 3. *Лотман Ю.М.* Роман А.С. Пушкина «Евгений Онегин». Комментарий. Л. : Просвещение, 1980. С. 510.
 4. *Пушкин А.С.* Борис Годунов. 1825. // Полн. собр. соч. : в 10 т. / А.С. Пушкин. Л. : Наука, 1977—1979. Т. V. С. 187—284.
 5. *Пушкин А.С.* Возражения на статьи Кюхельбекера в «Мнемозине». 1825. // Полн. собр. соч. / А.С. Пушкин. Т. VII. С. 30.
 6. *Гоголь Н.В.* Несколько слов о А.С. Пушкине // Собр. соч. : в 8 т. / Н.В. Гоголь. М. : Правда, 1984. С. 63.
 7. *Пушкин А.С.* Письмо Чаадаеву. 1836 // ПСС. Т. X. С. 740.
 8. *Пушкин А.С.* Полное собрание сочинений. Т. IV. С. 407.
-
1. *Иконников А.В.* Otrechenie ot ideal'noy garmonii // Voprosy teorii arhitektury. Obraz mira v arhitekture : sb. nauch. tr. M.: NIITAG, 1995. S. 107.
 2. *Tomashhevskiy B.V.* Pushkin. Raboty raznyh let. 1990. S. 130.
 3. *Lotman Y.M.* Roman A.S. Pushkina «Yvgeniy Onegin». Kommentariy. L. : Prosveschenie, 1980. S. 510.
 4. *Pushkin A.S.* Boris Godunov. 1825 // Polnoe sobranie sochineniy : v 10 t. / A.S. Pushkin. L. : Nauka, 1977—1979. T. V., S. 187—284.
 5. *Pushkin A.S.* Vozrajenjya na stat'yu Kyukhel'bekera v "Mnemozine". 1825 // Polnoe sobranie sochineniy / A.S. Pushkin. T. VII. S. 30.
 6. *Gogol' N.V.* Neskol'ko slov o Pushkine // Sobranie sochneniy : v 8 t. / N.V. Gogol'. M. : Pravda, 1984. S. 63.
 7. *Pushkin A.S.* Pis'mo Chaadaevu. 1836 // Polnoe sobranie sochineniy / A.S. Pushkin. T. X. S. 740.
 8. *Pushkin A.S.* Polnoe sobranie sochineniy. T. IV. S. 407.

© Стеклова И.А., 2010

Поступила в редакцию
в ноябре 2010 г.

УДК 316.334.56

М.А. Рыблова, М.П. Назарова

**СОЦИОМЕТРИЯ
ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

Предложен проект исследования социокультурной специфики послевоенного Сталинграда — Волгограда через историю повседневности, микроисторию семьи и исследования городских субкультур.

Ключевые слова:

история повседневности,
городская субкультура,
социокультурные трансформации.

M.A. Ryblova, M.P. Nazarova

**SOCIOMETRY
OF THE URBAN CULTURE**

The research design the socio-cultural specificity of the post-war Stalingrad-Volgograd through the history of everyday life, micro history of the family and studies urban subcultures proposed.

Key words:

history of everyday life,
urban sub-culture,
socio-cultural transformation.

Об авторах:

Рыблова Марина Александровна — доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник ИОНЦ РАН, г. Ростов-на-Дону, Чехова, 4 ryblova@mail.ru

Ryblova Marina Aleksandrovna — Doctor of Historical Sciences, leading researcher of SSC RAS

Назарова Марина Петровна — доцент кафедры философии, социологии и психологии ВолГАСУ

Nazarova Marina Petrovna — Candidate of Philosophic Science, Assistant professor of Philosophy, sociology and psychology VSUACE (8442) 96-99-25, info@vgasu.ru

XX век в истории нашего государства ознаменовался двумя волнами глобальных социокультурных трансформаций, сопряженных с коренными ломками политических, экономических и социальных структур. Революционные потрясения начала XX в. и коренная модернизация конца века привели к почти полному разрушению связи времен и поколений, к масштабным переоценкам всей системы общественных ценностей и морально-нравственных ориентиров. Для сохранения целостности и дальнейшего развития нынешнее российское общество остро нуждается в налаживании прочных системных связей не только в экономике и политике, но и в идеологической сфере. В течение многих лет интеллектуальная элита страны говорит о необходимости поиска общенациональной идеи, способной сплотить россиян, дать возможность им ощутить себя частью сообщества, историей и настоящим которого можно было бы гордиться. При всех имеющихся разногласиях разработчики такой идеи сходятся в одном: ее основой должно стать патриотическое воспитание молодежи.

Предложен проект исследования социокультурной специфики послевоенного Сталинграда — Волгограда, поскольку история повседневности, микроистория семьи и исследование городских субкультур будут способствовать формированию идеи регионального патриотизма.

В настоящее время многое делается для формирования образа сегодняшней России: сильной державы с богатейшей культурой, победоносным спортом, с сильными позициями в международном сотрудничестве и внешней политике. Гораздо хуже обстоит дело в осмыслении исторического прошлого нашей страны, которое само по себе является обширным полем для формирования патриотических чувств у ее граждан и мощным ресурсом сплочения нации.

В гуманитарных науках в послеперестроечное время сформировалась устойчивая тенденция не столько к переосмыслению прошлого и постижению смысла происходящих ранее процессов, сколько к их огульной критике. Стремление к освобождению от гнета прежних идеологических установок в оценках нашего прошлого зачастую сопровождалось полным отказом от каких бы то ни было оценок, а разрушение преж-

них системных связей, в свою очередь, не сопровождалось выстраиванием новых. Характерная черта многих современных учебных пособий и учебников истории, в том числе и краеведческого характера, — отсутствие четкой гражданской позиции их авторов. Предлагаемый материал чаще всего невозможно использовать для формирования у тех, кто по ним учится, чувства уважения и любви к своей родине. Свойственные многим учебникам схематизм и поверхностность в изложении исторического пошлого сильно затрудняют эмоциональное восприятие материала, в то время как формирование патриотизма невозможно без обращения к чувственной сфере человеческого сознания. Одним из способов преодоления вышеизложенных проблем могло бы стать обращение к методам изучения истории, выработанным в мировой науке в XX в., таким как «устная история», история повседневности, микроистория.

Долгое время использовавшийся с негативным подтекстом термин «микроистория» (история, занимающаяся пустяками) впоследствии стал обозначать значительную отрасль исторической науки, оформившуюся как реакция на традиционную «риторическую» историю, выступившую в качестве противовеса упрощенным представлениям об автоматизме общественных процессов и тенденций. Микроистория открыла новые темы и сюжеты, исторические «микромиры», или «малые жизненные миры», в центре которых стоит отдельный человек.

Зародившись в Западной Европе, к началу XXI в. это научное направление получило широкое распространение и у нас в стране, где также приходилось преодолевать давление идеологических установок и штампов. В отечественной исторической науке десятилетия господствовала макроистория, воссоздававшая полотна политической и экономической истории страны, в грандиозных масштабах которых отдельный человек с его переживаниями, чувствами и мыслями напрочь отсутствовал. Предложенный микроисторией микроанализ позволяет увидеть преломление общих процессов в определенной точке реальной жизни. Такой «точкой» становятся конкретные люди, семьи, династии, отдельные субкультуры; а микроанализ уподобляется увеличительному стеклу, дающему возможность разглядеть сущностные особенности изучаемого явления, которые обычно ускользают от внимания историков.

История повседневности — составная часть микроистории, изучающая такие сюжеты, как быт, одежда, труд, отдых, обычаи. В советское время уделялось мало внимания истории повседневности, но в последние годы ситуация стала меняться, и в среде отечественных исследователей произошло осознание того, что историческая повседневность позволяет человеку приблизиться к прошлому, оценить его адекватно, вжиться в него, прочувствовать свое прошлое [1].

Следует отметить, что и учеными Волгоградской области уже апробировались методы истории повседневности, «устной истории» и микроистории. В течение нескольких лет эти методы успешно применялись преподавателями и студентами Волгоградского государственного университета во время этнографических исследований традиционной культуры донского казачества. В конце XX — начале XXI вв. был собран обширный материал по быту, обрядам, обычаям сельских жителей нашей области, относящийся как к дореволюционному прошлому, так и ко времени социалистической модернизации.

Нами отработана методика организации и проведения опросов, разработки программ и опросных листов.

Применительно к городской среде вышеперечисленные методы исследования до настоящего времени в широких масштабах не применялись. Но помимо национальной идентичности для человека важно осознание своей принадлежности к территориальной общности — то, что обозначается понятием территориальной идентичности [2]. Территориальная идентичность как территориального сообщества, так и конкретного индивида вписана в пространственные структуры. Так, разрушение храмов в 1920—1930-е гг. в нашей стране не способствовало ее укреплению, поскольку храм, являясь ценностной пространственной доминантой поселения любого типа, будь то район города или село, всегда был и системообразующим элементом самоидентичности как индивида, так и территориального сообщества.

В настоящий момент наша территориальная идентичность подвергается еще одной опасной тенденции, в соответствии с которой культура «центра» (столицы) признается в качестве абсолютного образца в формировании региональных центров. Процессы глобализации и унификации распространяются достаточно быстро, что крайне негативно сказывается на социокультурной индивидуальности провинциальных городов и приводит к нивелированию традиционных форм жизнедеятельности горожан, в то время как мы имеем провинциальные «диалекты культуры», которые необходимо сохранять, поскольку именно они способны защитить нас от всеобщей унификации.

В настоящее время в стране идет активный процесс формирования позитивных имиджей и брендов отдельных российских регионов и городов [2, 3]. Однако возможности истории повседневности в этом процессе используются довольно редко. Но для любого социального субъекта, будь то индивид или территориальная общность, улица, дом, двор всегда эмоционально окрашены: моя улица, дом, поселение самые красивые и лучшие. Индивида с ними связывают личностные отношения, а подтверждение тому можно выявить только на уровне микроистории.

Пласт городской повседневной культуры Сталинграда — Волгограда остается практически неизученным. Между тем те, кто вырос вместе с восстанавливающимся после войны городом, постепенно уходят из жизни. Обращение к их исторической памяти путем привлечения к их опросу молодежи (студентов и школьников Волгограда) позволило бы восстановить прервавшуюся связь времен и поколений, дало бы возможность молодому поколению непосредственно приобщиться к историческому и культурному наследию родного города, запечатленного в памяти родных и знакомых. Одна из особенностей предлагаемого проекта заключается именно в идее широкого привлечения молодежи города к собирательской работе, дающей возможность непосредственно прочувствовать историческое прошлое, вжиться в него, что и станет одной из важнейших составляющих формирования у нее патриотического самосознания.

Обращение к истории и социокультурной специфике послевоенного Сталинграда — Волгограда в контексте формирования патриотического самосознания у жителей города обусловлено несколькими факторами. Во-первых, город является областным центром, аккумулирующим и презентующим социокультурную специфику всей области. Во-вторых, Сталинград

уже давно стал всемирно известным городом, связанным в сознании миллионов людей с героической победой над фашистами в годы Второй мировой войны. В-третьих, именно это событие, а также то обстоятельство, что во время Сталинградской битвы город был почти полностью разрушен, привело к рождению идеи не простого возрождения из руин старого города, а создания абсолютного нового, чей образ должен был стать символом Победы, которую одержала страна социализма. По замыслу послевоенных идеологов город должен был символизировать силу и мощь страны Советов — с сильной индустрией, ярко выраженной идеологизированностью внешнего облика, со вновь созданной социальной структурой населения. На примере послевоенного Сталинграда осуществлялась идея города-конструкта, города-символа. И эта идея должна была стать мощным фактором в развитии и укреплении патриотического самосознания населения как города, так и всей страны.

История Сталинградской битвы, восстановление из руин послевоенного Сталинграда, этапы его возрождения, история возрождения индустриальных гигантов (Тракторный з-д, з-д «Красный Октябрь» и др.) детально исследовались многими поколениями советских и современных российских историков, а вот темы и сюжеты, связанные с историей повседневности, с «низовой» городской культурой, до настоящего времени остаются совершенно неразработанными. Более того, в кругах творческой и научной интеллигенции нередко приходится слышать сетования на то, что наш город не имеет ярко выраженного культурного облика, что доминирование образов войны и победы затрудняет восприятие других сфер его социокультурного пространства.

В последнее время проблема формирования привлекательного имиджа города и области активно обсуждалась в связи с разработкой областной концепции развития туризма, а также в рамках программы превращения Волгограда во всероссийский центр патриотизма и специального проекта центра «Победа». В ходе подготовки обеих программ (развития туризма и создания центра «Победа») нередко звучала мысль о том, что при формировании имиджа города и области апеллировать к победам прошлого можно и нужно, но желательно бы трактовать и это прошлое, и настоящее не только в контексте героико-патриотическом, но и в историко-культурном и этнографическом. Тем более что история и культура нашего города дают для этого достаточно возможностей, в том числе и в рамках культуры повседневности. Эта культура формировалась в уникальных условиях воссоздания нового города из руин поколением молодых строителей, приехавших из разных регионов страны, представлявших разные народы и этнические группы.

В рамках настоящего проекта предполагается работа по следующим направлениям:

- 1) архитектурное пространство послевоенного Сталинграда — Волгограда;
- 2) история города в истории семьи; семья в свидетельствах и документах;
- 3) генеалогии и личные биографии;
- 4) организация досуга, отдыха и праздников в послевоенном Сталинграде — Волгограде;
- 5) исследование городских субкультур:
 - рабочих поселков послевоенного Сталинграда — Волгограда;
 - этнических поселков в черте города;
 - рабочих, творческих и спортивных коллективов;

молодежных субкультур послевоенного Сталинграда — Волгограда; субкультуры общежитий и коммуналок; сталинградских дворов и дворовой субкультуры; б) городская мифология.

Число направлений и тем в процессе сбора материала может значительно увеличиться.

Основной методологический подход к решению поставленных задач заключается в сочетании методов полевой этнографии и устной истории с концепциями исторической памяти, разработанными в рамках традициологии, исторической и культурной антропологии.

Предполагается, что работа по каждому направлению будет осуществляться в три этапа. На первом этапе исследований разрабатываются специальные программы и вопросники; создается база данных о возможных респондентах. На втором этапе осуществляется опрос респондентов в форме развернутого интервью. Опросы должны сочетаться с фиксацией артефактов (фотографий, дневников, различных документов). Третий этап предполагает подготовку собранных материалов к публикации с соответствующими научными комментариями специалистов: историков, этнографов и культурологов.

Авторы проекта очень надеются на то, что он заинтересует не только представителей научного сообщества, но и найдет отклик у всех, кто живет в городе, любит его и гордится им. Практически любой житель города сможет принять в нем участие в качестве либо информанта, либо собирателя и аналитика.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Повседневный мир советского человека 1920—1940-х гг. Ростов-на-Дону : Изд-во ЮНЦ РАН, 2009.
2. Шматко Н.А., Качанов Ю.Л. Территориальная идентичность как предмет социологического исследования // Социологические исследования. 1998. № 4. С. 94.
3. Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство. Книга первая. Образы российских республик в Интернете. М., 2009.
4. Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство. Книга вторая. Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест. М., 2010.

1. Povsednevnyy mir sovetskogo cheloveka 1920—1940-kh gg. Postov-na-Donu : Izd-vo YuNTs RAN, 2009.
2. Shmatko N.A., Kachanov Yu.L. Territorial'naya identichnost' kak predmet sotsiologicheskogo issledovaniya // Sotsiologicheskiye issledovaniya. 1998. № 4. S. 94.
3. Mal'kova V.K., Tishkov V.A. Kul'tura i prostranstvo. Kniga pervaya. Obrazy rossiyskikh respublik v Internetе. M., 2009.
4. Mal'kova V.K., Tishkov V.A. Kul'tura i prostranstvo. Kniga vtoraya. Istoriko-kul'turnyye brendy territorii, regionov i mest. M., 2010.

© Рыблова М.А., Назарова М.П., 2010

Поступила в редакцию
в ноябре 2010 г.

УДК 316:616.98-084

Е.В. Приз, Е.Н. Сильницкая

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
ПРОФИЛАКТИКИ СОЦИАЛЬНО
ОПАСНЫХ БОЛЕЗНЕЙ
В МАЛЫХ ГОРОДАХ И КРУПНОМ
ПРОМЫШЛЕННОМ ЦЕНТРЕ**

Приведены результаты социологического исследования в г. Ростове-на-Дону и малых городах Ростовской области по оценке возможностей разработанной методики в создании эффективных региональных медико-профилактических программ противодействия ВИЧ-инфекции с целью предложения оптимального варианта социологического обеспечения таких проектов. Муниципальные профилактические программы в области социально опасных болезней должны основываться на таких социологических концепциях, как региональный подход, поколенческий подход, теория социализации. Наиболее эффективными методами социологического анализа данной ситуации являются полевые исследования, мониторинг, глубинные интервью.

Ключевые слова:

ВИЧ-инфекция, агенты социализации, муниципальные профилактические программы.

E.V. Priz, E.N. Silnitskaya

**SOCIOLOGICAL ANALYSIS
OF PREVENTION PUBLIC
HEALTH HAZARD IN LITTLE TOWNS
AND LARGE INDUSTRIAL CENTER**

The results of social research in Rostov-on-Don and little towns in the Rostov Region are show in order to size the possibility of the developed technique in creating effective regional health-care programs to combat HIV-infection and offer the optimal alternative sociological ensure such projects. Municipal prevention programs in the field of public health hazard should be based on such sociological concepts as regionalization, generational approach, theory of socialization. The most effective methods of sociological analysis of this situation are the field studies, monitoring, and depth interviews.

Эпидемия ВИЧ-инфекции в России началась позже, чем в других странах мира, и имеет пока значительно меньшие масштабы, хотя число ВИЧ-инфицированных неизменно растет. На этом этапе развитие эпидемии еще можно контролировать, если точно выбрать направления действий. В условиях рыночной экономики, при низких социальных и материальных стартовых ресурсах большинства населения, и особенно молодежи, здоровье из фундаментальной ценности превратилось в инструментальную, в средство достижения других жизненно важных целей. Появление рынка сексуальных услуг и коммерциализация сексуального поведения, растущее число распространителей и потребителей наркотиков — наглядное тому подтверждение.

Эти и многие другие факторы определяют ситуацию и потенциальное развитие эпидемии ВИЧ-инфекции в стране. Медицинская проблематика борьбы с ВИЧ/СПИД разработана отчетливо, конкретно, она все время пополняется новыми данными. Когда же обсуждение вопроса переходит в социальную плоскость, появляется декларативность, преобладают количественные характеристики ситуации, качественный социальный анализ представлен в достаточно редуцированном виде. Исключение составляют социологические исследования, которые сочетают количественные данные (результаты КСИ) и качественные (интерпретация) [1].

Нами было проведено социологическое исследование в г. Ростове-на-Дону и малых городах Ростовской области с целью оценить возможности разработанной методики в создании эффективных региональных медико-профилактических программ противодействия ВИЧ-инфекции и предложить оптимальный вариант социологического обеспечения таких проектов.

Были выдвинуты три гипотезы исследования.

1. Реализуемые в регионе проекты по профилактике ВИЧ-инфекции адресованы целевым группам и носят тематический характер. Следовательно, комплексная стратегия должна включать групповое дифференцирование, опираться на уже имеющийся опыт, но стратегический смысл она будет иметь только тогда, когда будет адресована всем молодым людям без исключе-

Key words:
HIV-infection,
agents of socialization,
municipal preventive programs.

Об авторах:

Приз Евгения Вячеславовна —
кандидат медицинских наук,
главный врач городской
поликлиники №3 Ворошиловского
района г. Ростова-на-Дону

Priz Evgeniya Vyacheslavovna —
Candidat of Medical Science, chief medical
officer, City Polyclinic № 3
of the Voroshilovsky district of Rostov-on-Don

Смильницкая Елена Николаевна —
аспирант кафедры социальной работы
Ростовского технологического института
сервиса и туризма (филиала),
Южно-Российского государственного
университета экономики и сервиса,
344068, г. Ростов-на-Дону,
пер. Оренбургский, 22/1,
78632436200, evgenia.priz@yandex.ru

Silnitskaya Elena Nikolayevna —
Post-graduate of Social Work, Rostov institute of
technology of service and tourism (branch)
South-Russian State University
of Economics and Service,
22/1, Orenburgskij Cros., Rostov-na-Don,
Russia, 344068

ния. Объект профилактики предстает в данном случае как генеральная совокупность, т.е. поколение.

2. Основной причиной, по которой молодые люди попадают в группы риска, является любопытство, желание испытать новые ощущения, если этих ощущений не хватает в обычной жизни. Молодежь не представляет себе реальное соотношение риска и пользы от этих ощущений. Многие просто не связывают новый жизненный опыт с возможностью заболевания. Эта связь в сознании молодых людей отсутствует тогда, когда им не хватает информации, причем не просто знания, а понимания (пережитого знания). Следовательно, эмоционально-информационное воздействие со стороны всех агентов профилактической работы должно стать системообразующим компонентом стратегии.

3. Представители групп риска (в нашем исследовании — целевых групп) являются основным объектом воздействия агентов социализации в сфере профилактики ВИЧ-инфекций. Но остальной контингент молодежи также может рассматриваться как группа риска, но по другому основанию — по критерию информированности. В благополучной группе молодых людей интерес к профилактике снижен, информация по ВИЧ-инфекции их мало интересует из-за уверенности, что собственный образ жизни не предполагает соответствующих рисков. Кроме того, этой группой молодежи (благополучными) мало интересуются, как мы видели при анализе профилактических программ, и субъекты профилактической деятельности. Та же ситуация в группе молодых людей, которые пока не дифференцированы, в силу своего возраста, на благополучных и неблагополучных (учащиеся).

Проверка первой гипотезы осуществлялась путем качественного анализа профилактических проектов различных организаций: «Совместный проект обмена шприцев/игл и аутич работы», реализуемый общественной организацией «Надежда»; «Служба помощи молодежи» (в рамках программы Детского Фонда ООН (ЮНИСЕФ)); «Клиника дружественная молодежи» (на базе Центра СПИД); профилактическая программа «Школа волонтеров»; проект «Профилактика ВИЧ-инфекции среди секс-работников Ростова-

на-Дону» (до 01.07.02 г. финансирование Институтом «Открытое Общество» (Фонд Сороса), в последующее время — Центром СПИД и АНО «Элпис»). Последний проект интересен тем, что здесь используется социологический мониторинг. Вот некоторые данные анкетирования, проведенного в Ростове-на-Дону весной 2009 г.

1. Большинство женщин, работающих в секс-бизнесе на уличных точках в возрасте 20...29 лет (82 %), имеют законченное среднее образование (57 %), не имеют детей (74 %), постоянно проживают в Ростове-на-Дону (66 %).

2. Определены основные факторы риска ВИЧ-инфицирования:

внутривенное введение наркотиков (хотя факт употребления инъекционных наркотиков не абсолютен для секс-работниц. Только каждая пятая женщина (22 %) подтвердила этот факт);

наличие клиентов — потребителей наркотиков (57 % респондентов подтвердили этот факт);

большое количество клиентов в день (76 % женщин отметили, что в день они работают не более чем с 10 клиентами, но 20 % секс-работниц обслуживают до 15 клиентов);

практика небезопасного сексуального поведения (несмотря на то, что 69 % секс-работниц ответили, что всегда используют презерватив, считаем, что реальна цифра 34 %, так как на вопрос анкеты о причинах неиспользования презервативов 66 % женщин указали различные аргументы).

3. В момент анкетирования практически у всех секс-работниц (96 %) были в наличии презервативы.

4. Резко возросла частота обследования секс-работниц на ВИЧ (если 3 года назад только 23 % опрошенных отметили факт тестирования на ВИЧ, то при данном анкетировании 81 % «уличных» секс-работниц обследовались на ВИЧ в последние 6 месяцев).

5. Определено учреждение, где предпочитают проходить обследование на ВИЧ и инфекции, передающиеся половым путем, «уличные» секс-работницы, анонимный кабинет Центра по профилактике и борьбе со СПИДом (52 % женщин указали Центр СПИД, отметив при этом причины предпочтения: доброжелательность, анонимность, качественное обслуживание, бесплатность, доступность).

Вывод. За счет реализации профилактических проектов удалось достичь некоторого прогресса в ситуации по ВИЧ среди целевых групп. Но ни один из этих проектов не включал мероприятия по сокращению численности самих этих групп.

Проверка второй гипотезы осуществлялась в ходе социологического опроса. В социологическом исследовании, проведенном в рамках оценки ситуации по распространению ВИЧ/ИППП среди молодежи на территории Ростовской области, приняли участие 243 представителя учащейся молодежи в возрасте 15...24 лет. Средний возраст опрошенных — 15,94 года, минимум — 14 лет, максимум — 22 года, стандартное отклонение — 1,63, указали свой возраст — 235 человек. По результатам исследования выяснилось, что в целом информированность молодежи о путях передачи ВИЧ-инфекции достаточно высокая, 66 % опрошенных отмечает половой путь передачи, 79 % — парентеральный (при использовании инъекционного оборудования), 54 % — вертикальный. Уровни информированности групп молодежи различны: поло-

вой путь передачи ВИЧ отметили 100 % опрошенных секс-работниц, 51 % учащихся, 86 % потребителей инъекционных наркотиков, 63 % безработных, 20 % детей улицы, 77 % лиц, находящихся в местах лишения свободы; парентеральный путь передачи отметили соответственно 98, 89, 95, 79, 44, 74 %; вертикальный путь передачи — соответственно 84, 81, 44, 42, 15, 60 %. Несмотря на значительную информированность молодежи о достоверных путях передачи ВИЧ, часть молодежи считает, что ВИЧ-инфекция передается несуществующими путями: так, 35 % учащихся считают, что ВИЧ можно инфицироваться при укусе комара.

Молодежь дезориентирована в вопросе о помощи при ИППП. Так, например, при ответе на вопрос «Куда бы Вы обратились за лечением по поводу ИППП?» статистически значимые ответы были: в поликлинику — 7 чел. (2,88 % выборочной совокупности), в больницу — 53 чел. (21,81 %), в оздоровительный центр — 16 чел. (6,58 %), в женскую консультацию — 18 чел. (7,41 %), в кожно-венерологический диспансер — 28 человек (11,52 %), в частную клинику — 19 чел. (7,82 %), в Центр СПИД — 56 чел. (23,05 %), не ответили на вопрос 9 чел. (3,70 %).

Вывод. Необходима большая, чем сейчас, централизация и в информировании молодежи, и в организации медицинской помощи.

Проверка третьей гипотезы осуществлялась путем социологического опроса, в выборочной совокупности были выделены целевые и нецелевые группы. В их установках были обнаружены отличия. Так, например, среди учащейся молодежи считают, что в их городе/районе ведется работа по профилактике СПИДа, 116 чел., или 47,74 % выборочной совокупности, не считают так 12 чел. (4,94 %), не знают — 107 чел. (44,03 %), не ответили на вопрос 8 чел. (3,29 %). Причем среди респондентов Ростова-на-Дону соответствующие показатели (считают, не считают, не знают) составили 48,39, 4,84 и 46,77, г. Шахты — 66,04, 3,77 и 30,19, г. Ейска — 42,50, 5,83 и 51,67 %.

Среди представителей целевых групп считают, что в их городе/районе ведется работа по профилактике СПИДа 137 человек (63,43 % выборочной совокупности), не считают — 21 чел. (9,72 %), не знают — 40 чел. (18,52 %), позиция «ответа не получено» — 1 чел. (0,46 %), пропустили вопрос — 17 чел. (7,87 %). Среди респондентов Ростова-на-Дону аналогичные показатели (считают, не считают, не знают) составили 77,11, 6,02 и 15,66, г. Шахты — 64,86, 13,51 и 21,62, г. Ейска — 56,52, 15,94 и 27,54 %. Среди безработных данной информацией владеет 46,7 % респондентов г. Ейска и 53,3 % респондентов г. Шахты. Представители КСР в Ростове-на-Дону осведомлены о наличии профилактической работы в 89,5 % случаев, в Шахтах — в 50 %, в Ейске — в 80 % случаев. Все заключенные и потребители инъекционных наркотиков владеют информацией в 68...88 % случаев. Дети улиц г. Ростова-на-Дону информированы лучше (55,5 %), чем дети улиц г. Ейска (30 %). Информацию по профилактике наркомании в месте проживания имеют 66,7 % безработных г. Ейска и 46,7 % г. Шахты. Среди коммерческих секс-работниц такой информацией владеют 100 % респондентов в г. Ейск, 89,4 % респондентов в г. Ростов-на-Дону и 87,5 % — г. Шахты. Дети улиц имеют данную информацию в 40 % по г. Донецку и в 66,6 % по г. Ростову-на-Дону. Клиенты ЦВИНП информированы в 72,7 % случаев. Информированность заключен-

ных и потребителей инъекционных наркотиков по г. Ростов-на-Дону, Донецку и Ейску варьирует в пределах 60...87,5 %.

Более высокую информированность представителей целевых групп в вопросах профилактической работы по месту жительства (пребывания) можно отнести на счет возрастных особенностей респондентов, широкого круга их общения и жизненного опыта. В то же время настораживает низкая вовлеченность учащейся молодежи (31,28 %) в процесс активной профилактики ВИЧ-инфицирования. В целом исследование подтвердило гипотезу.

Вывод. Неинформированность как фактор риска заражения вирусом СПИД выше для тех молодых людей, которые в традиционные группы риска не входят. В этом и состоит инвариант профилактической работы в сфере борьбы с социально опасными болезнями для малых городов и для крупного промышленного центра — объектом воздействия агентов социализации в профилактике ВИЧ-инфекции в любом городе являются не целевые группы, а молодежь в целом.

В то же время в малом городе а) ниже уровень информированности групп риска, б) ниже уровень распространения опасных инфекций. Патерналистские настроения (надежда на то, что кто-то борется со СПИДом и, следовательно, можно быть спокойным за свое здоровье) распространены и в малых городах, и в промышленном центре достаточно равномерно.

Профилактические программы в области ВИЧ-инфекций должны основываться на таких социологических концепциях, как региональный подход, поколенческий подход, теория социализации. Наиболее эффективными методами социологического анализа данной ситуации являются полевые исследования, мониторинг, глубинные интервью. Данные социологических исследований по вопросам, касающимся проблем ВИЧ/СПИДа, должны быть доступны заинтересованным лицам и организациям. Необходимо провести контент-анализ региональных законодательных актов, регулирующих вопросы, связанные с ВИЧ/СПИДом, с тем чтобы внести в законы поправки, отражающие новую реальность эпидемии ВИЧ-инфекции в регионе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Социологические исследования в биоэтике // Биоэтика. 2010. № 2. С. 39—45.
1. Sotsiologicheskiye issledovaniya v bioetike // Bioetika. 2010. № 2. S. 39—45.

© Приз Е.В., Сильницкая Е.Н., 2010

*Поступила в редакцию
в ноябре 2010 г.*

УДК 316.34:614.2

В.А. Мажаренко, Д.А. Нецепляев

**ГОСУДАРСТВЕННЫЕ
И НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ
ЛЕЧЕБНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ:
ВЫБОР ГОРОЖАН**

Негосударственные медицинские организации рассматриваются как типично городское явление, к которому жители постепенно адаптируются. Приведен анализ социальных факторов формирования у граждан спроса на услуги субъектов негосударственного здравоохранения.

Ключевые слова:

негосударственная медицинская организация, пациент, платные медицинские услуги.

V.A. Mazharenko, D.A. Netseplyayev

**PUBLIC AND PRIVATE HEALTH
ORGANIZATIONS: CHOICE
OF TOWNSPEOPLE**

Private health organizations are considered as typically urban phenomenon to which the people gradually adapt. Analysis of social factors shaping the citizens demand for service private health care entities is reduced.

Key words:

private medical organization, patient, paid medical services.

Рост числа негосударственных медицинских организаций является объективной тенденцией развития современного здравоохранения. Но говорить о проблеме выбора между ними и государственными учреждениями здравоохранения можно только в применении к городскому населению, поскольку в сельской местности эта тенденция проявляется очень слабо. Более того, сельские жители достаточно часто пользуются услугами городской медицины, посещая учреждения всех форм собственности. Поэтому развитие сети негосударственных медицинских организаций (НМО) мы рассматриваем как признак урбанизации.

Проведенное нами в г. Волгограде в 2008—2009 гг. исследование показало, что наиболее часто лицензируемым видом деятельности для НМО являлась первичная (доврачебная) медико-санитарная помощь по специальности «Стоматология ортопедическая» (30 % от общего числа лицензиатов исследуемого периода); тот же вид помощи по специальности «Стоматология» занимает второе место по числу полученных НМО лицензий (20,2 % от общего числа НМО). Народная медицина составляет 25,4 % от общего числа НМО-лицензиатов. Амбулаторно-поликлиническая медицинская помощь взрослому и детскому населению в лечебном учреждении и на дому по специальности «Стоматология терапевтическая» в структуре городского рынка негосударственного здравоохранения занимает четвертое место (14,2 % НМО-лицензиатов); специальность «Ортопедия» в структуре лицензируемых видов деятельности составила 10,3 % НМО-лицензиатов исследуемого периода, специальности «Терапия» в структуре лицензируемых видов помощи занимает последнее место (9,8 % всех НМО).

На основе проведенного опроса руководителей НМО г. Волгограда получен социальный портрет современного медицинского предпринимателя. В структуре респондентов преобладают: мужчины (67,5 %); в возрасте 41...50 лет (52,7 %); имеющие общемедицинский стаж 11...20 лет (47,3 %); стаж работы в негосударственном здравоохранении 1...5 лет (67,5 %); не имеющие сертификата специалиста по специальности «Социальная гигиена и организация здравоохранения» (47,3 %).

Представленный социальный портрет организатора негосударственного здравоохранения сопоставлялся с данными о наиболее типичных представителях руководства государственных ЛПУ того же периода: мужчина (75 %); в возрасте 41...50 лет (48 %); имеющий общемедицинский стаж свыше 20 лет (45 %); наличие высшей квалификационной категории (89 %); стаж работы на руководящей должности свыше 3 лет (45 %); наличие сертификата специалиста по специальности «Социальная гигиена и организация здравоохранения» (94 %).

При сравнении построенных социальных портретов обращают на себя внимание: более длительный общемедицинский стаж, более высокие аттестационные характеристики руководителей государственных учреждений здравоохранения; отсутствие у большинства медицинских предпринимателей сертификата специалиста по специальности «Социальная гигиена и организация здравоохранения» [1].

В рамках социологического опроса пациентов, осуществлявшегося в одной из стоматологических НМО г. Волгограда в январе — апреле 2008 г., было опрошено 298 чел., среди которых женщины составили 158 чел. (53 % опрошенных), мужчины — 140 чел. (46,9 % опрошенных), а также преобладали лица в возрасте 40...59 лет — 123 чел. (41,2 %). Среди опрошенных преобладали лица с высшим образованием — 109 чел. (36,57 % опрошенных). При среднем трудовом стаже респондентов, равном $18,7 \pm 8,3$ лет, установлено распределение респондентов по срокам общего трудового стажа, большинство респондентов трудились в государственных учреждениях. Среди пациентов НМО преобладали женатые (замужние) лица.

Большинство респондентов (67,11 %) имели отдельную квартиру. 47,31 % (141 чел.) опрошенных имели одного ребенка; 25,16 % (75 чел.) — двоих детей; 12,4 % (37 чел.) — троих; 0,33 % (1 чел.) — четверых; 0 % (0 чел.) — пять и более детей; 14,76 % (44 чел.) опрошенных не имеют детей. Большинство респондентов по уровню материальной обеспеченности относили себя к «среднему» и «выше среднего» уровням. При этом в структуре пациентов НМО преобладают лица со среднемесячным доходом в семье на одного человека от трех МРОТ.

Об авторах:

Мажаренко Вадим Александрович — кандидат медицинских наук, ассистент кафедры терапевтической стоматологии, Ставропольская государственная медицинская академия, докторант, Волгоградский государственный медицинский университет

Mazharenko Vadim Aleksandrovich — Candidat of Medical Science, Assistant of therapeutic dentistry, Stavropol State Medical Academy, candidate for a doctor's degree, VSMDU

Нецепляев Дмитрий Анатольевич — аспирант кафедры философии, биоэтики и права с курсом социологии медицины, Волгоградский государственный медицинский университет, 400131, Волгоград, пл. Павших борцов, 1, к. 4-11, 8(8442)385325, nns@volgogrsd.ru

Netselyayev Dmitrii Anatolevich — Post-graduate of philosophy, bioethics and law with the course of the sociology of medicine, Volgograd State Medical University, 4-11, office, 1 Fallen Fighters Square, Volgograd, Russia, 400131

При сравнении полученных результатов со средними показателями среднегодового прожиточного минимума по г. Волгограду можно сделать вывод о том, что большая часть респондентов (62 %) имеет доход выше среднего прожиточного минимума, что практически соответствует представленным выше результатам о субъективном восприятии уровня собственного материального благополучия (58 %).

Среди факторов, привлекавших респондентов в государственных ЛПУ, были выделены: бесплатность — (38,92 %), «доступность» (28,85 %), затруднились ответить на поставленный вопрос 30,8 % респондентов. Среди негативных сторон государственного здравоохранения пациенты отметили: наличие очередей (53 %); качество оказываемой помощи (42,28 %); отношение персонала (37 %). 47 % респондентов сообщили о том, что им приходилось материально благодарить врачей за лечение в государственных лечебных учреждениях, при этом в группе с ежемесячным доходом на одного члена семьи менее двух МРОТ платившие за медицинскую помощь в государственных ЛПУ составили 34 %; в группе с доходом от 2...3 МРОТ — 50 % и в группе с доходом свыше 3 МРОТ — 80 %.

При оценке удовлетворенности медицинской помощью в частных медицинских практиках выявлен ряд закономерностей. Наиболее действенной рекламой услуг НМО является мнение ранее лечившихся знакомых больного, что отметили 60 % анкетированных. Наружную рекламу как фактор, повлиявший на выбор лечебного учреждения, выделили 21 % пациентов, рекламу в газетах — 17 %; на телевидении — 2 %. Среди положительных сторон платной медицинской помощи определялись: более благожелательное отношение персонала (53 %); более высокое качество (42 %); наличие методов, не применяемых в государственных лечебных учреждениях (50 %). Среди отрицательных факторов коммерческого здравоохранения выделялась стоимость лечения (50 %), при этом цены характеризовались как соответствующие уровню процедур (58 %) и высокие (39 %). Готовность повторно обратиться в негосударственную клинику выразили 213 чел. (71,47 % пациентов), затруднились ответить 73 чел. (24,5 % респондентов).

В рамках проводимого исследования нами был разработан социальный портрет пациентов негосударственных лечебных учреждений. В структуре потребителей медицинских услуг в НМО преобладают: женщины (53 %); лица в возрасте 40...59 лет (41,2 %); женатые (замужние) (55,7 %); проживающие в отдельной квартире (67,1 %); имеющие одного ребенка (47,3 %); считающие себя относительно здоровыми (36 %); с высшим образованием (36,5 %); с трудовым стажем 11...20 лет (27,18 %); работающие в государственных учреждениях (31,5 %), субъективно оценивающие свое материальное обеспечение на среднем уровне (49,32 %); со среднемесячным доходом 2...3 МРОТ (44,3 %), при этом имеющие возможности покупать назначаемые врачом препараты в частичном количестве (67,11 %). Таким образом, вопреки бытующему представлению о богатой клиентуре частных медицинских практик, подавляющую ее часть составляют лица с невысокими доходами и представители среднего класса, разочарованные в качестве и методах лечения, применяемых в государственных медицинских учреждениях, относящиеся настороженно к рекламе НМО-центров в массмедиа и приветствующие внедрение новых методов лечения. Тем не менее большая доля пациентов при-

знает цены в негосударственных медицинских организациях высокими, хотя и соответствующими качеству оказываемой помощи.

В целях более углубленного изучения мнений пациентов о деятельности НМО нами было проведено социологическое исследование методом обсуждения проблемных ситуаций в фокус-группе из 7 участников. Отбор респондентов в фокус-группу осуществлялся на основании результатов предшествующего анкетирования пациентов. В ходе исследования пациентам был предложен для обсуждения ряд вопросов, посвященных их опыту лечения и удовлетворенности медицинской помощью в стоматологическом НМО, выступающем в качестве объекта исследования.

Большая часть опрошенных признали, что посещали данное НМО более года. Трое опрошенных являются пациентами данного НМО более 2 лет. Среди факторов, привлекающих пациентов в лечение в данном НМО, всеми респондентами были выделены отсутствие очередей, а также заинтересованность врачей в эффективности лечения, которую участники опроса связывают с наличием материальных мотивов. При этом установленные в данном НМО цены признаны оптимальными. Всеми опрошенными обращено внимание на высокие цены на диагностические услуги и материалы.

На вопрос «Откуда Вы узнали о данной клинике?» 5 человек (71 %) ответили, что при выборе места лечения руководствовались мнением ранее лечившихся знакомых. При этом все опрошенные сообщили, что ранее знали о клинике из рекламы: телевизионной, наружной, — но обращались исключительно по рекомендации знакомых. Двое опрошенных заявили о том, что обратились в клинику, руководствуясь исключительно сведениями, полученными из рекламы.

При обсуждении особенностей рекламы медицинских учреждений участники фокус-группы сошлись во мнении, что подобная реклама должна быть исключительно ненавязчивой, корректной. Особое впечатление на респондентов производит использование образов пожилых людей, успешно прошедших лечение. Всеми участниками опроса было отмечено интервью с главным врачом клиники, показанное по телевидению. Данное интервью, по словам респондентов, было лишено рекламного «завлекательного» подтекста, а содержало объективную информацию об услугах клиники. Вообще, респондентами было отмечено, что использование фамилии руководителя, основателя, главного врача НМО в рекламе лечебного учреждения как бы говорит «о личной ответственности за здоровье больных, возлагаемой этим лицом на себя, а также напоминает времена, когда клиники назывались по фамилии профессоров, руководящих ими».

На вопрос «Готовы ли Вы в дальнейшем обращаться за платными медицинскими услугами?» все опрошенные дали положительный ответ — при условии доступности цен и более высокого, чем в государственных ЛПУ, качества лечения.

Таким образом, проведение собеседования в фокус-группе позволило более углубленно оценить особенности формирования спроса населения на рассматриваемые виды медицинской помощи, характеризующиеся незначительным уровнем влияния на выбор в пользу того или иного НМО средств массовой информации и, соответственно, наличием в рекламной

кампании НМО элементов сетевого маркетинга; готовностью повторно обращаться за помощью в негосударственные медицинские центры при невыраженной взаимосвязи данных мотиваций с уровнем материальной обеспеченности пациентов.

На основании полученных данных установлено, что соображения финансовой доступности не являются решающими при выборе в пользу государственных и негосударственных лечебных учреждений. Ведущим фактором, оказывающим влияние на формирование спроса на платные медицинские услуги, является психологическая готовность пациентов оплачивать более качественную медицинскую помощь. Готовность населения оплачивать медицинские услуги подтверждается ответами до 55,56 % респондентов, ранее материально благодаривших врачей при лечении в государственных лечебных учреждениях.

Таким образом, представленный выше анализ социальных факторов формирования у горожан спроса на услуги субъектов негосударственного здравоохранения демонстрирует высокий уровень удовлетворенности пациентов НМО качеством полученной медицинской помощи и готовности к повторному обращению в данные медицинские организации без выраженной зависимости от уровня материальной обеспеченности респондентов. Особенности восприятия пациентами различных социальных групп негосударственного здравоохранения могут быть использованы в практике работы НМО в части разработки стратегии маркетинговой деятельности: позиционировании организации на рынке аналогичных медицинских услуг; планировании рекламной кампании; прогнозировании динамики объемов оказываемой медицинской помощи в данном муниципальном образовании.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Социологические исследования в биоэтике // Биоэтика. 2010. № 2. С. 39—45.
1. Sotsiologicheskiye issledovaniya v bioetike // Bioetika. 2010. № 2. S. 39—45.

© Мажаренко В.А., Нецеляев Д.А., 2010

*Поступила в редакцию
в ноябре 2010 г.*

УДК 316.6:159.9:29(470.45)

А.Е. Лихоманов

**«ШАМАНСКИЕ» ПСИХОТЕХНИКИ
В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ
(на основе исследования
ситуации в г. Волгограде)**

Приведен анализ некоторых неорелигиозных движений в рамках религиозоведческой проблематики и рассмотрены определенные черты религиозных учений и практик в массовой культуре. Идея излечения и духовного поиска приводит многих современных образованных людей в группы, которые пропагандируют религиозные и мистические убеждения и взгляды. Автор исследует суть таких поисков, описывает особенности мировоззрения и практик таких людей, показывает их индивидуальную специфику и трансформации.

Ключевые слова:
психотехники в городской среде,
религиозное возрождение,
новые религиозные движения,
духовные практики,
трансформация сознания.

A.E. Likhomanov

**"SHAMAN" PSYCHOTECHNOLOGY
IN THE URBAN ENVIRONMENT
(based on the case study
in Volgograd)**

Some neoreligious movements are analyzed under the theological problems and consider the specific features of religion and practices in mass culture. The idea of healing and spiritual search has led many modern literate in the group that promotes religious and mystical beliefs and attitudes. The essence of such searches is investigated, especially attitudes and practices of such people are described, and their individual specificity and the transformation are shown.

Key words:
psychotechnology in the urban environment,
religious revival, new spiritual movements,
spiritual practices, transformation
of the consciousness.

Одним из закономерных следствий демократических перемен в нашей стране, произошедших в конце 1980-х — начале 1990-х гг., стало возрождение духовности. Наряду с активизацией деятельности традиционных для России религий начали появляться и совершенно новые формы религиозной и духовной жизни. Это, как правило, магики-мистические и оккультные учения разного рода. К ним относятся как хорошо известные на Западе крупные новые религиозные движения (НРД) — Общество сознания Кришны, Церковь Объединения Муна, Саентология, так и многочисленные группы отечественного происхождения [1]. Обрисовывая ситуацию очень кратко, можно воспользоваться цитатой из печатных СМИ: «...похоже, что в последнее время свобода в России обернулась настоящим религиозным браконьерством...».

Несмотря на то, что сложилась уже определенная научная традиция исследования новых религиозных движений, в частности они включены в единую классификацию религий [2, 3], изучение явлений новой религиозности как целостного феномена только начинается. Особенно остро стоит проблема определения этого понятия.

Необходимо также сказать несколько слов об ответственности перед изучаемым явлением. Как отмечал известный отечественный исследователь новых религиозных движений Е.Г. Балагушкин, «к сожалению, приходится констатировать, что мы далеки от полного понимания специфики современных религиозных новаций и только ищем правильные формы взаимоотношений общества и государства с новыми сектами и культурами на современном, демократическом этапе развития нашей страны» [4].

В связи с этим ученые, изучающие новые религиозные движения, фактически обладают монополией на их представление обществу и, следовательно, несут большую ответственность за форму этого представления.

В задаче исследования входило описание конкретных вариантов практик некоторых НРД и прочих объединений в пределах г. Волгограда и выделение специфики групп в регионе.

Методы исследования. Работа подготовлена на основе исследований разных авторов, а также собственных полевых материалов, собранных в

ходе изучения обозначенных групп и движений. Полевые материалы состоят из личных наблюдений, записей интервью с руководителями и участниками исследуемых групп. Учтены были и различные печатные издания данных групп (рекламные проспекты, буклеты и пр.).

При интервьюировании участников движений и их лидеров использовался вопросник, составленный как универсальный для всех (с малым учетом индивидуальных особенностей группы, движения, личности) респондентов. В частности вопросы касались истории создания, деятельности общества (его филиалов) как в городе, так и за его пределами. Отслеживались связи одних объединений с другими. Кроме того, присутствовали вопросы, касающиеся психологического портрета личности участника (лидера), отношения к принадлежности респондента к той или иной группе его родственников, близких и друзей.

Под термином «психотехники» мы будем подразумевать совокупность действий определенного характера, дающих сознанию индивида, практикующему их, новые, особые качества, которые редко проявляются в обыденной жизни.

Среди подобных техник можно выделить несколько основных разновидностей (каждая из них содержит в себе огромное разнообразие способов трансформации сознания):

- серия дыхательных техник;
- медитативные техники разного плана;
- танцевально-двигательные техники;
- особые техники работы во сне.

Зачастую они переплетаются между собой в различных вариациях, образуя определенные системы. Такие системы являются, как правило, традиционными, т.е. они устойчиво сохраняются и передаются в рамках определенной культурной традиции (например, йога, цигун и т.д.).

Некоторые ученые, констатируя резкий рост числа новых религиозных культов, колдунов и магов, отмечают, что все это явное свидетельство болезненного состояния российского массового сознания. Специалисты категоричны в оценке нашего общественного сознания: здесь намечился явный откат к средневековью, к состоянию затемнения умов. Специалисты в области психиатрии утверждают, что в нынешней

Об авторе:

Лихоманов Александр Евгеньевич – аспирант Института этнографии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая, РАН, 400062, Волгоград, ул. Павленко, д. 46, (8442)464993, natura-cunst@yandex.ru

Likhomanov Aleksandr Evgenevich – Post-graduate student of Institute of Ethnography and Anthropology named after N.N. Miklukho-Maclay, RAS, Moscow

социально-исторической ситуации нарастает процесс обостренного осознания личностью смысла своего бытия в утратившем стабильность мире.

Кроме этого, среди причин привлекательности идей НРД в России исследователями подмечен фактор новизны. Все новое притягательно, плюс ко всему это «новое» одето в экзотические одежды. Таким образом, помимо чисто утилитарного притяжения к подобным группам, мы наблюдаем и тенденцию в моде.

Важнейшим аспектом деятельности современных НРД является культивирование различных психофизических «упражнений» — психотехник. Обычно используются термины «практики», «духовные практики», «методы духовной работы», «методики самосовершенствования».

Несомненно, различные духовные практики определенным образом воздействуют на человека, обращенного к ним, пусть даже практикующий принадлежит к иным культурным традициям. Пользуясь в своей основе универсальными биологическими законами «мозга и тела» адепты различных духовных учений и практик разработали различные техники вхождения в экстаз и другие мистические состояния переживаний.

В большинстве случаев эффект психотехник характеризуется переживанием определенных состояний сознания, принципиально отличных от обыденного («высшего», «трансцендентного», по мнению практикующих). Такое состояние сознания широко известно (в разных кругах) под термином «измененные состояния сознания» (ИСС). Многими исследователями подчеркивается субъективный характер восприятия ИСС. Таким образом, при выполнении одной и той же техники погружения в экстазическое состояние у разных личностей характер переживания будет обусловлен его индивидуальными особенностями (целым комплексом особенностей тонкой психики индивида, его личного опыта и пр.).

Следовательно, одним из методов самосовершенствования и повышения личностного роста в новых религиозных движениях является погружение в ИСС различными способами: от самых радикальных (с применением психотропных средств) до «щадящих».

Нами было выбрано несколько групп НРД и других объединений, действующих в настоящее время в городе. Список был сформирован из разного рода источников (Интернет-сайты, газетные объявления, объявления «на столбах» и др.) и, конечно, во многом зависел от степени желания адептов идти на контакт (в тех случаях, когда прямо указывался предмет интереса к группе).

Перечислим эти группы:

LUXOR — центр духовного и физического развития;

AGEAC — гностическая ассоциация по изучению антропологии, науки и культуры;

Лига «Освобождение Разума» — олимпийская религиозная лига;

«Буддизм алмазного пути, линия Карма Кагью» — буддийский центр;

клуб «Союз» — тренинговый центр;

Школа Рэйки — практические информационно-консультативные семинары;

Центр духовного единения — практические семинары методики В.М. Бронникова.

Духовный центр LUXOR проводит семинары «духовного совершенствования» различных практик: от Рэйки до Цигун и пр. Практические занятия в центре также совмещают в себе комплексы психологических тренингов и игр. Занятия в центре проводятся на коммерческой основе.

На момент наблюдений группа AGEAC находилась в стадии зарождения. Тем не менее некоторые данные были получены. Организация имеет международный статус. В России представлена в пяти городах, в т.ч. в Волгограде. Организация распространяет идеи изучения гнозиса, сформированные в единую концепцию Самуэлем Аун Веором. Занятия в группе состоят из двух блоков: теория — практика, соответственно фаза А и фаза Б, каждая по 20 занятий. Фаза А предполагает изучение теории, где в популярной форме освещаются идеи «просветленных учителей» (Рериха, Блаватской и др.). В фазе Б — практические занятия, состоящие из медитативных и дыхательных практик. Для наглядности можно привести цитату из печатного издания организации: «...сферой изучения гнозиса является сам человек. Мы можем сделать вывод из этого, что речь идет о антропоцентрическом изучении направленным на трансформацию обычного человека в высшего человека. Такая трансформация возможна тогда, когда человеческому существу известны бесконечные возможности, которые находятся у него внутри...» (цит. без корректуры) [5]. Данная группа также является коммерческой.

Лига «Освобождение разума» — пожалуй, самая оригинальная группа из выборки — является религиозным сообществом, которое отправляет культы олимпийских богов (Гермеса, Зевса, Афины и пр.) и местных природных сущностей. Характеризуя обрядовую деятельность сообщества, для наглядности можно воспользоваться описанием одного из обрядов — обряда Гермеса. Он проводится, как правило, возле гермы, которая представляет собой воткнутый в землю невысокий шест или брус, украшенный спиральными насечками либо двумя белыми лентами. В качестве жертвоприношения на герму выливаются водка, спирт, настойку; воскуривают ароматические палочки из вереска.

Наряду с поклонением божествам сообществом практикуется работа с личной энергией. Техники этой работы были заимствованы из различных духовных традиций (йогическая система чакр и древнеиндийская магико-философская традиция Аюрведа, древнекитайская система циркуляции энергии Ци). Объединение действует уже около 5 лет, сформировалось в кругу друзей на почве общего интереса к истории религий, духовным учениям и биоэнергетическим практикам. Деятельность указанной группы носит некоммерческий характер.

Объективный подход к анализу подобных практик должен основываться на поисках исторических аналогий для каждой конкретной техники, ее истоков. Подобные техники исследователями были разделены на три основные группы по направленности воздействия (работы с клиентом):

- 1) с телом (и «энергиями») — телесноориентированные и мануально-энергетические;
- 2) с эмоциями — вербальные и эмоционально-вербальные;
- 3) с сознанием — ментальные.

При рассмотрении исследуемых групп мы будем пользоваться этой дифференциацией. Устойчиво отмечается эклектичный характер духовных практик в исследуемых группах. Это говорит о том, что чаще всего в таких груп-

пах можно наблюдать не определенный вид конкретной группы техник, а систему (некий симбиоз), состоящую из комплекса таких групп.

Что туда входит?

Телесноориентированные техники. Можно утверждать, что эти техники в наибольшей степени получили признание медицины, психотерапии и валлеологии; они связаны с телесноориентированной психотерапией, созданной учеником З. Фрейда Вильгельмом Райхом. Основные источники заимствования этих техник: индийская хатха-йога, китайская гимнастика тайчи (тайцзи), японское искусство айкидо.

Данный вид техник применялся в клубе «Союз» и центре LUXOR в виде упражнений из авторских методик основателей и инструкторов. Такие техники пользуются популярностью у психотерапевтов.

В основе *мануально-энергетических техник* также лежит активизация и использование так называемых жизненных энергий, наиболее распространенными из которых являются энергия Ци (оригинальное прочтение китайского иероглифа), или Ки (японский вариант), и змеиная энергия кундалини (заимствовано из индуистских йогических и тантрических учений). На использовании потока энергии Ки основана система естественного исцеления или терапии наложением рук японского христианского священника Микао Усуи (1865—1926), известная как движение Рэйки (Рэй Ки). Подобные техники практикуются в целительской среде.

Вербальные техники основаны на использовании слова и его воздействия на сознание человека. Наиболее простые из таких техник заключаются в многократном произнесении определенного набора слов или слогов, значение которых может быть понятно практикующему или воспринимается им исключительно как набор звуков, обладающий особой сакральной силой. Если используется набор слов на знакомом языке, содержание произносимого текста способно вызывать смысловые и, следовательно, эмоционально окрашенные ассоциации, в противном случае эффект основан только на фонологическом составе мантры. Исследователи психотехник в НРД отмечают, что набор вербальных и вербально-эмоциональных техник в различных религиозных традициях весьма ограничен, а вот связанные с ними практики и особенно их теоретическое осмысление могут существенно отличаться.

В большинстве необуддийских центров, как и в традиционных направлениях буддизма, произнесение мантр является основой духовной практики. Среди них есть наиболее важные, используемые в каждой практике, и специальные, связанные с конкретными божествами, а также эзотерические, доступные только на определенном уровне посвящения. Полевые наблюдения подтверждают данные положения. Отметим, что данная разновидность техник чаще встречается в религиозных объединениях.

Ментальные техники. основополагающими в них являются всевозможные медитации. Медитации используются практически во всех новых нехристианских религиозных движениях. Хотя слово «медитация» происходит от латинского глагола, означающего «размышлять, созерцать», эту технику возводят к индийской йоге, а также тибетскому буддизму и китайскому — дзен, или чань-буддизму. Реальное число используемых медитативных техник весьма ограничено, и практически все они известны с глубокой древности, а вот их интерпретации в каждой из религиозных групп различаются. Так, во

всех семи случаях (в каждой из рассматриваемых групп) практиковались медитации.

Распространено мнение, что в результате медитации «расширяется сознание» практикующего, он достигает неведомых ему ранее ИСС, познавая относительность реальности внешнего мира и т.п. Следует согласиться с тем, что целью всех медитативных путей, каковы бы ни были их идеология, истоки, методы, является трансформация сознания медитирующего. Это в идеале, в теории, так сказать. На деле же реальное наблюдение за участниками религиозных групп, использующих ментальные практики, свидетельствует о куда более скромных результатах их «внутренней работы».

Отметим еще одну разновидность — *дыхательные техники*. Именно этот вид практик представляется наиболее самостоятельным и редко сочетается в себе (исключения составляют вербальные, когда вибрация слова, ритм речетации и интенсивность вдоха-выдоха дают должный эффект) дополнительные виды. Таким образом, есть основания выделять дыхательные практики в самостоятельный вид техник. В исследуемых группах, в частности, применялись различные модификации холотропного дыхания, разработчиком которого является знаменитый исследователь С. Гроф.

Выводы. 1. В исследуемых группах НРД отмечается стремление к духовному здоровью, личностному росту, новым «навыкам жизни».

2. Для достижения результатов адептами духовных объединений практикуются разного рода психотехники. Считается, что с помощью этих техник человека можно «перенастроить», «трансформировать», «перепрограммировать».

3. Общественность, родственники вовлеченных в подобного рода объединения выражают определенные опасения по поводу происходящего в таких группах, беспокоясь именно за «трансформацию» личности. В связи с этим перед исследователями предстает множество проблем: адекватной идентификации той или иной группы, детального анализа духовных практик с выделением деструктивных, направленных на разрушение и подавление личности. Следует четко разграничивать направленность такого рода объединений, вычлняя потенциально опасные для здоровья.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Харитонов В.И., Ожиганова А.А., Купряшина Н.А. Исследования по прикладной и неотложной этнологии. М. : ИЭА РАН, 2008. Вып. 207.

2. Melton G. Encyclopedia of American religion. 1989.

3. Пучков П.И. К вопросу о классификации религий // Этнос и религия. 1998.

4. Новые религиозные культы, движения и организации в России. М., 1998.

5. Гнозис : Искусство самопознания : [рекламный буклет] / AGEAC — Гностическая ассоциация по изучению антропологии, науки и культуры. [Б.м., : б.и.].

1. Kharitonova V.I., Ozhiganova A.A., Kupryashina N.A. Issledovaniya po prikladnoy i neotlozhnoy etnologii. M. : IEA RAN, 2008. Vyp. 207.

2. Melton G. Encyclopedia of American religion. 1989.

3. Puchkov P.I. K voprosu o klassifikatsii religiy // Etnos i religiya. 1998.

4. Novyye religioznye kul'ty, dvizheniya i organizatsii v Rossii. M., 1998.

5. Gnozis : Iskusstvo samopoznaniya : [reklamnyy buklet] / AGEAC — Gnosticheskaya assotsiatsiya po izucheniyu antropologii, nauki i kul'tury. [B.m. : b.i.].

© Лихоманов А.Е., 2010

Поступила в редакцию
в ноябре 2010 г.

УДК 316.013

А.Х. Сукиасян

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ И СИСТЕМНАЯ
ИНТЕГРАЦИЯ ВЛАСТИ
И БИЗНЕСА КАК РЕСУРС
РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ
ИНФРАСТРУКТУРЫ КРУПНОГО
ГОРОДА**

Рассмотрены вопросы развития социальной инфраструктуры крупного города с учетом концепции социальной ответственности бизнеса, а также политические и системные интеграции городской власти и местного бизнес-сообщества.

Ключевые слова:

социальная инфраструктура, социальная ответственность бизнеса, городская власть, бизнес-сообщество, политическая и системная интеграция.

A.Kh. Sukiasyan

**POLITICAL AND SYSTEM INTEGRATION
BETWEEN GOVERNMENT
AND BUSINESS AS RESOURCE
FOR THE DEVELOPMENT
OF THE SOCIAL INFRASTRUCTURE
OF THE BIG CITY**

Issues of social infrastructure of the big city accounting concept of the customer serves representative, as well as political and systemic integration of city government and local business community are considered.

Key words:

social infrastructure, customer serves representative, city government, business community, political, and system integration.

Об авторе:

Сукиасян Артур Хачатурович — кандидат социологических наук, доцент, Российский государственный торговко-экономический университет (Волгоградский филиал), 89044049999, *satha@inbox.ru*

Sukiasyan Artur Khachaturovich — Candidate of Sociological Science, Associate Professor, Volgograd Branch of the Russian State Trade and Economic University

Современная российская действительность в контексте трансформации социально-экономической, политической сферы, дезинтеграционных и интеграционных процессов, а также полисубъектности противодействующих сил и тенденций устраивает своеобразный оселок адекватности и жизнеспособности большинству социальных институтов. Эксплицитным представляется следующее: фундаментального вызова и конструктивной ревизии не может избежать и доминирующая в настоящее время социально-пространственная форма существования общества — город и его социальная инфраструктура. При переходе от индустриального к постиндустриальному обществу удельный вес социальной инфраструктуры города усиливается, а организация ее адекватного функционирования является одной из магистральных задач городского планирования социального развития. Состояние социальной инфраструктуры современного города является одним из релевантных индикаторов его развития, так как оно отражает качество и уровень жизни социума в целом, а также детерминирует степень гражданской инициативы сообразно с социокультурным потенциалом города. Социальная инфраструктура города представляет собой систему объектов, принадлежащих к различным отраслям сферы социального обслуживания. Это — пассажирский транспорт, коммунально-бытовые объекты, учреждения образования, здравоохранения, досуга и т.д. Функционирование данных объектов в их совокупности ориентировано на удовлетворение материальных и духовных потребностей городского населения, что, естественно, требует формирования необходимых условий для его развития.

Бизнес как социальный институт (совокупность ролей и статусов, предназначенных для удовлетворения социальной потребности) непосредственно оказывает влияние на состояние социальной инфраструктуры крупного города посредством своей социально ориентированной деятельности. Взаимодействие городских властей с местным бизнес-сообществом задает определенный тип социальной ответственности. Таким образом, политическая и системная интеграция власти и бизнеса — своеобразный барометр состояния социальной инфраструктуры

крупного города. На наш взгляд, во избежание окказиональных интерпретаций относительно таких концептов, как политическая и системная интеграция, следует определиться с дефинициями исходных понятий. Интеграция представляет собой форму поддержания социально-политической системой устойчивости и эквистриума отношений. При этом также следует четко разграничить политическую и системную интеграцию. Если политическая интеграция предполагает межличностный уровень взаимодействия отдельных представителей городской власти и местного бизнес-сообщества, то системная интеграция — взаимодействие на уровне институтов, т.е. описывает взаимосвязи между институционализированными комплексами, степень жесткости и гибкости. Системная интеграция относится к совместимостям/несовместимостям между институционализированными комплексами с разной степенью гибкости. Причина несовместимости заключается в том, что жесткие институты взаимодействуют с более гибкими. Синергетические эффекты возникают при политической и системной интеграции власти и бизнеса — залог развития социальной инфраструктуры крупного города.

Социологизированные представления относительно социальной ответственности бизнес-сообщества детерминируются потребностью поиска способов усиления роли бизнес-сообщества в процессах социальной консолидации и оснований социального признания или подтверждения законности полномочий (легитимации) бизнеса посредством формирования, развития и поддержания социальной инфраструктуры. Социальная ответственность — восприятие бизнес-сообществом долга осуществлять на добровольной основе вложения в развитие социума, выходящее за рамки определенного законом минимума и выражающееся в виде соразмерной (сбалансированной) рациональной оценки компанией системы амбивалентных экспектаций заинтересованных сторон. Институт корпоративной социальной ответственности эволюционировал от концепции «компаний собственников» и «концепции участия» к синтезу обеих доктрин с актуализацией такого концепта, как «корпоративный гражданин». Несмотря на продолжающееся развитие концепции корпоративной социальной ответственности, эксплицитно следующее: корпоративная социальная ответственность добровольна, но реализация ее практик не осуществляется по собственному усмотрению (не дискреционная); она нормативна, хотя не подразумевает обязательного правового закрепления. Таким образом, целесообразным представляется анализ интерпретаций концепта социальной ответственности представителями волгоградского бизнес-сообщества. Рассмотрение факторов формирования социальной ответственности бизнес-сообщества основано на эмпирических социологических исследованиях, а также проведенном собственном эмпирическом исследовании. В этой связи актуальным является определить социальную ответственность бизнес-сообщества в разрезе эмпирических данных. Концепт «корпоративная социальная ответственность» имеет определенные коннотации. Следует заранее условиться о том, что представители малого бизнеса не были репрезентированы в рамках социологического исследования в связи с отсутствием экономической базы для социальной деятельности. Думается, что указ Д.А. Медведева о мерах, которые направлены на развитие малого предпринимательства, будет способствовать расширительному толкованию социальной составляющей их деятельности. В частности, уменьшение коли-

чества проверок до одной проверки в три года, внеплановые проверки происходили на основании специального решения или согласия прокуратуры, переход преимущественно к уведомительному порядку регистрации и т.д.

Понимание особенных условий, определяющих формирование российского бизнеса, имеющее мало общего с представлениями о законности и транспарентности, способствовало тому, что подавляющее большинство респондентов из среды крупного бизнеса интерпретировали концепт «корпоративная социальная ответственность» как «возмещение».

Во всей совокупности экспликация экспертами концепта «корпоративная социальная ответственность бизнеса» характеризуется сочетанием взаимодействующих и аннигилирующих характеристик. Наряду с этим определяются два существенных параметра и с посредствующим влиянием этих параметров эксперты анализировали исходный концепт: перед кем ответственность и форма ответственности. Первый параметр дает возможность отметить определенные уровни ответственности, в частности перед собственными работниками, перед территорией, развитием институтов гражданского общества, перед обществом в целом и т.д.

На базе второго параметра образуется дилемма, которая формирует смысловую нагрузку данного концепта: юридическая или нравственная ответственность. В этой связи можно обозначить три подхода. Одна группа опрошенных сводила корпоративную социальную ответственность к уплате налогов, т.е. в данной группе доминировала позиция исполнения положений нормативно-правовых актов, в целом подчинение действующим законам, их принятие в сфере налогообложения. Также необходимо отметить, что в этой группе фигурировали такие ответы, как создание рабочих мест, выпуск качественной продукции, но такие варианты ответов были слабо выражены в этой группе. Представители этой группы лапидарно подчеркивали, что не собираются дублировать функции государства, городских властей по защите населения. Эта группа в унисон с замечаниями В. Иноземцева [1] считает, что термин «корпоративная социальная ответственность» является нонсенсом, полагая, что он отражает стремление государства «переложить» социальную ответственность на плечи частного капитала. Половина респондентов по сравнению с первой группой интерпретировала данный концепт более широко. В данной группе корпоративная социальная ответственность детерминировалась опекой над своими работниками, т.е. налицо патерналистский подход. Для данной группы были характерны следующие интенции: повышение квалификации работников, справедливая заработная плата, совокупность мер, направленных на улучшение позиций применительно к социальному пакету, обеспечение досуга работника и его семьи, предотвращение материальных потерь путем выплаты взносов компанией, т.е. компания берет на себя обязательство возместить возможный ущерб, понесенный в специально оговариваемых случаях. Менее ярко была представлена позиция по осуществлению мер, направленных на поддержание социально уязвимых групп. Третья группа респондентов осознавала то, что бизнес — это не только уплата налогов, поддержание и развитие корпоративных процессов, но и выход за рамки собственного предприятия. Среди этой группы лейтмотив высказываний сводился к тому, что компания может способствовать улучшению положения различных слоев общества лишь в той мере, в какой она исполняет требования

своей «совести». Функционирование компании ставилось в зависимость от благосостояния общества, причем в зависимость прямо пропорциональную. В этом случае эксперты подчеркивали региональную ответственность бизнес-сообщества. Данную точку зрения в лапидарной форме можно выразить следующим образом: корпоративная социальная ответственность означает, что бизнес ответствен за ту территорию, социальную инфраструктуру, за то общество, в котором он функционирует. Респонденты в этой группе принимают участие в реализации социальных программ как регионального и муниципального масштабов, так и исходящих от общественных институтов. Для данной группы было характерно также определение ответственности перед заказчиками и инвесторами. При постановке такого рода ответственности прослеживается complication, потому что крайне слабо и нехотя звучали меры по охране окружающей среды, минимизации техногенного воздействия на природную среду.

Возникает вопрос: посредством чего можно повысить инвестиционную привлекательность? Вызывает пессимизм и то, что в ответе ни одного из респондентов в качестве ответственности компании не фигурировала добросовестная деловая практика, открытая и честная финансовая и социальная отчетность.

Функционирование крупного бизнеса идентифицируется как долг, обязанность, «индальгенция». Аргументируется данная позиция в соответствии с концепцией альтруизма. Социальная ответственность бизнеса выходит за рамки установленных законом норм и предполагает деятельность, направленную на удовлетворение социальных потребностей.

Особняком стал вопрос о социальных инвестициях, к которому апеллировали представители третьей группы в рамках вопроса «Как вы понимаете корпоративную социальную ответственность?». Интерпретации концепта социальных инвестиций в особенности относились к непосредственной сфере деятельности компаний (в особенности инвестиции в персонал), а также данная интерпретация не концентрировалась на учете интересов основных внешних заинтересованных сторон в силу лага между вложенными средствами и получением социальной прибыли сообразно с большинством мнений респондентов. Субъектами выработки и реализации социальных инвестиций выступали акционеры, властные структуры, профсоюзы, реже назывались некоммерческие организации, так как эксперты и представители делового мира обращают внимание на то, что некоммерческие организации в России пока не превратились в субъекты формирования представлений о корпоративной социальной ответственности. Это свидетельствует о несформированности понятия социальных инвестиций. Согласно исследованию Российской ассоциации менеджеров в России социальные инвестиции бизнеса направлены в основном на внутренние программы: на развитие персонала — 52,3 % от общего объема социальных инвестиций; 17 % — ресурсосбережение, 12,6 % — на охрану здоровья. И только 10 % предназначаются на развитие местного сообщества (вложения в социальную инфраструктуру) [2]. Но красной нитью проходило суждение о том, что социальное инвестирование компаний напрямую зависит от отраслевой структуры, причем у подавляющего большинства респондентов превалировало высказывание об объемах социальных инвестиций, т.е. количественный параметр.

По мнению большинства экспертов, развитие корпоративной социальной ответственности детерминировано государством, городскими властями и корпорациями, что свидетельствует о парадоксе, так как бизнес-сообщество ориентируется все еще на государство, городские власти, хотя во взаимодействиях с властью на поле социальной политики действует в определенной мере как вынужденный субъект покровительства. Автор считает, что этому парадоксу есть свое объяснение: 1) самосознание бизнес-сообщества как одного из субъектов гражданского общества ориентировано на государство, так как сказывается политический генезис российского бизнеса; 2) бизнес-сообщество осознает, что реальных механизмов, рычагов влияния у него как субъекта гражданского общества нет — это с одной стороны, а с другой — отсутствует целостная система восприятия социальных агентов институционализации корпоративной социальной ответственности, а также спорadicность отношений между субъектами гражданского общества.

Актуальным также представляется анализ моделей взаимодействия городской власти и бизнес-сообщества в разрезе эмпирических данных: административное принуждение — 6,4 %, торг вокруг условий поддержки бизнес-сообществом социальных программ и проектов власти — 47,9 %, невмешательство (реализация социальных программ осуществляется независимо друг от друга) — 4,2 % и т.д.

Взаимоотношения городской власти и бизнес-сообщества также характеризуются институциональным компромиссом. Это некое соглашение между участниками, а также их контролерами о частичном нарушении правила, благодаря которому данное правило вообще можно выполнить [3]. Данная институциональная среда задает гибкость, но не гибкими правилами, а возможностями гибкого ухода от законов и правил [4]. В результате чего осуществляется обмен социально-политическими ресурсами, который может носить паритетный характер, а сделки отличаются большей надежностью, по выражению Дж. Коулмена означающей, что обязательства будут исполнены посредством доверительной расписки, как обязательство за услугу [5]. Более того, в России, в том числе и в Волгограде, существуют параллельные институциональные режимы (одни и те же деловые практики регулируются разными блоками правил, например, частые внеплановые проверки со стороны инспектирующих органов: каждый «качает» свои права согласно меткому замечанию одного из респондентов). Один и тот же объект, одни и те же операции оформляются или регулируются разными институциональными порядками, т.е. они различаются по степени легальности, но при этом замечательно сосуществуют. Это не означает, что есть свободный рынок выбора правил, он сегментирован с точки зрения этих правил [6—8].

Проведенное исследование отражает характеристики корпоративной социальной ответственности российского масштаба в свете социологических исследований: в частности, автор ссылается на опрос «Состояние делового климата в России» [9], проведенный ВЦИОМ по заказу РСПП среди российских предпринимателей — владельцев и топ-менеджеров частных компаний — по основным проблемам делового сообщества и условиям предпринимательской деятельности в стране. Население чаще ждет от бизнеса денежной и материальной помощи представителям социально уязвимых групп и решения социальных проблем регионов: ремонта и строительства дорог,

решения проблем водо- и энергоснабжения. Несмотря на сложности, которые существуют сегодня во взаимоотношениях бизнеса с обществом, гораздо большие проблемы, ухудшающие состояние делового климата, связаны с характером отношений бизнеса с государством. При этом самому бизнесу от власти нужны сегодня не опека и преференции, а четкие и строго соблюдаемые «правила игры», которые позволяли бы ему работать эффективно и на законных основаниях (64 %). Это требование буквально вытесняет все другие: создание инфраструктуры для бизнеса, поддержку приоритетных предприятий и секторов, регулирование доступа на российские рынки иностранных производителей (8...26 %). Высокая актуализация проблемы законодательного регулирования деятельности бизнеса имеет под собой веское основание — недостаточный уровень развития законодательной базы предпринимательства (59 %). Несмотря на усилия власти по совершенствованию законодательного регламента предпринимательства, до сих пор главным ориентиром для владельцев и руководителей компаний остаются «правила игры», принятые в бизнес-сообществе (52 %), а не закон (36 %). Скептическое отношение к закону подкрепляется распространенным в обществе мнением, что честный бизнес в современной России невозможен. Причем разделяют его не только предприниматели (58 %), но в еще большей степени — простые граждане (68 %). Тот факт, что отношения в российской деловой среде складываются в большей степени в рамках принятых «правил игры», не означает полного пренебрежения предпринимателями законом. Напротив, большинство включают знание законодательства в число своих приоритетных интересов (41 % имеют скорее высокий уровень его знания против 25 %, считающих его скорее низким). Однако, учитывая доминирующую ориентацию предпринимателей на «понятия» и уверенность в невозможности ведения честного бизнеса, можно предположить, что знание законодательства необходимо многим именно для того, чтобы умело его обходить.

Немалую роль в формировании у предпринимателей отчужденного отношения к закону играет государство, городская власть. В частности, готовность предпринимателей обращаться в суд, достаточно высокая в случае нарушения их прав другими предпринимателями или физическими лицами, резко снижается, если их гипотетическими контрагентами в суде становятся органы власти (86...54 %). Скептицизм предпринимателей в отношении принципа «перед законом все равны» и пессимизм в оценках возможности добиться справедливости очевидны: 59 % респондентов считают, что у компании, подобной их, шансы выиграть судебную тяжбу с органами власти невелики или их нет вовсе (против 31 %). Между тем вопрос о нарушениях и защите прав предпринимателей стоит сегодня остро. Причем нарушителями этих прав являются как сами предприниматели, так и власть. И хотя первую строку в «рейтинге» нарушений прав бизнеса занимают случаи недобросовестной конкуренции между предпринимателями (60 %), на втором и третьем местах в нем стоят органы власти разных уровней, нарушающие права предпринимателей прямо и косвенно, а также путем создания преференций отдельным фирмам (28...39 %), деловая культура характеризуется как «отношенческая». Достаточно острый характер имеют сегодня и проблемы администрирования в сфере бизнеса. Скорее со знаком «минус» предприниматели оценивают сложившуюся систему лицензирования, контроля и надзора над

бизнесом (39 % негативных и 22 % позитивных суждений). Наибольшее недовольство вызывает работа органов налоговой инспекции, которая мешала нормальной деятельности 43 % обследованных компаний. Неблагоприятно на деятельности 24...37 % российских компаний сказывается и работа государственной противопожарной службы, экологического надзора, Роспотребнадзора, лицензирующих органов. Основные претензии предпринимателей к проведению проверок на их предприятиях можно свести к тому, что они часто становятся средством принуждения бизнесменов к вступлению в коррупционные отношения с представителями проверяющих органов. Первые три строки рейтинга проблем, с которыми предприятия сталкиваются при проверках, занимают жалобы на требования предъявить слишком большое число документов (30 %), на избыточную частоту проверок (23 %), прямые или косвенные намеки на необходимость оплаты «услуг» чиновников (18 %). Кроме того, проверки носят, по утверждению опрошенных предпринимателей (17 %), зачастую «заказной» характер, что также подтверждает высокий уровень коррумпированности сотрудников контрольно-надзорных органов.

И по настоящее время городские власти продолжают попирают права местного бизнес-сообщества, в частности: власти «кошмарили» бизнес взамен на земельные участки, заставляли оказывать материальную помощь городу. За каждый участок земли бизнесменам приходится заключать с администрацией многомиллионные «добровольные» контракты на поддержку и развитие социальной инфраструктуры города. Во многих случаях выдача разрешений на строительство, выделение земельных участков и другие юридические действия не обходятся без «благотворительной» помощи городу [10].

Вышеизложенное свидетельствует о том, что в целом во взаимодействиях городской власти и бизнеса отдается приоритет политической интеграции в части развития социальной инфраструктуры города. Политической интеграции не должны быть «приписаны» свойства и функции системной интеграции, так как эти два вида интеграции выступают по отношению друг к другу скорее компонентами, а не субститутами. Более того, политическая интеграция без учета принципа обратной связи формирует зыбкие, упрощенные «правила игры». Городской власти и бизнесу следует элиминировать дисфункциональное взаимодействие на институциональном уровне, потому что системная несовместимость порождает:

а) низкое личностное и институциональное доверие в диаде власть — бизнес: социально-политическое взаимодействие между бизнесом и городской властью относительно развития социальной инфраструктуры города оказывается в «патовом» положении;

б) относительно высокий уровень личностного доверия при низком уровне институционального доверия: власть, бизнес-сообщество не способствуют сохранению, развитию и воспроизводству социальной инфраструктуры города, а наоборот, осуществляют бюрократический торг вокруг условий поддержки и развития социальной инфраструктуры и перераспределяемых государством средств (это относительно аффилированных бизнес-структур) взамен на некоторые гарантии безопасности и развития бизнеса — в отношении тех предприятий, которые имеют различные преференции, а к тем, кто не имеет особых условий, применяется административное принуждение.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Иноземцев В.* Никакого бизнеса — чисто личное : интервью Е. Сеньшина // Эксперт-Урал. 2004. № 48. С. 35—42.
2. Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. 2005. № 26 (278). С. 8.
3. *Радаев В.В.* Социология рынков: к формированию нового направления М. : ГУ ВШЭ, 2003. 328 с.
4. Нестандартная занятость в российской экономике / под ред. В.Е. Гимпельсона, Р.И. Капелюшников. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. С. 51.
5. *Коулмен Дж.* Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2002. № 3. С. 127.
6. *Радаев В.В.* Деформализация правил и уход от уплаты налогов в российской хозяйственной деятельности // Вопросы экономики. 2001. № 6. С. 60—79.
7. *Радаев В.В.* Что такое экономическое действие? // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 18—26.
8. *Радаев В.В.* Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. М. : ГУ-ВШЭ: ИНФРА-М, 2001. 203 с.
9. Социологическое исследование «Состояние делового климата в России» / Всероссийский центр изучения общественного мнения. М., 2007. 107 с.
10. В отношении мэрии Волгограда все-таки возбудили уголовное дело [Электронный ресурс]. 2010. Режим доступа: <http://kr.ru/daily/24554/730199/>.

© Сукиасян А.Х., 2010

*Поступила в редакцию
в ноябре 2010 г.*

**УСЛОВИЯ
ПРИЕМА СТАТЕЙ В РЕДАКЦИЮ
И ТРЕБОВАНИЯ К АВТОРСКИМ
ОРИГИНАЛАМ**

Научно-теоретический журнал «Социология города» (далее — Журнал) издается для ознакомления научной общественности с результатами научных исследований по проблемам урбанистики в области социологии, философии, культурологии и других гуманитарных наук ученых ВолгГАСУ и иных научных организаций и вузов.

Учредитель Журнала — ученый совет ВолгГАСУ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-27329 от 28 февраля 2007 г. Выдано Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Журнал зарегистрирован Международным центром ISSN, ISSN 1994-3520 (Print), ISSN 2077-9402 (Online).

Журнал входит в утвержденный ВАК Минобрнауки России Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук (ред. 2010 г.).

Журнал выходит четырьмя выпусками в год.

Требования к оформлению статей. Статью необходимо представить на электронном носителе и в распечатанном виде (2 экз.) в сопровождении: 1) заполненного автором лицензионного договора (2 экз.); 2) акта передачи произведения в редакцию (2 экз.) (*скачать бланки по адресу <http://www.vgasu.ru/publishing/journals/city-sociology/preparation-requirements>*); 3) анкеты — согласия автора на доступ к его персональным данным неограниченного круга лиц (*скачать бланк там же*); 4) выписки из протокола заседания кафедры и 5) одной рецензии. К статьям прилагается экспертное заключение о возможности опубликования в открытой печати. Все сопроводительные документы представляются на бумажных носителях в оригинале.

В отдельном файле помещаются сведения об авторах на русском и английском языках, а также кириллицей — в полном соответствии с данными в заполненном бланке анкеты (см. выше): фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, звание, должность, место работы; наименование и код научной специальности (по Номенклатуре), по которой автор проводит диссертационное исследование; почтовый адрес, телефон и адрес электронной почты.

В статье приводятся:

индекс УДК;

на русском и английском языках:

фамилия и инициалы автора,

название статьи,

аннотация (на рус. яз. — до 500 знаков, на англ. — от 500 знаков до полной страницы),

ключевые слова.

Текст статьи заверяется личной подписью автора (соавторов).

Объем статьи — от 3 до 7 с. установленного формата журнала (см. ниже), включая название, аннотации, ключевые слова, текст, таблицы, рисунки, библиографический список. Последняя страница считается полной независимо от фактического заполнения.

Оригинал статьи должен быть набран с помощью пакета программ *Microsoft Office (Word 2003)*; шрифт *основного текста* — Times New Roman (Сур) № 11 (11 пунктов).

Параметры страницы — поля, см: верхнее — 3,7; нижнее — 4,5; левое — 2,0; правое — 6,0; переплет — 0, поля зеркальные. Расстояние от края до верхнего колонтитула, см — 3,0, от края до нижнего колонтитула — 3,7. Абзацный отступ равен 0,75 см. Межстрочный интервал одинарный. Автоматически устанавливаются переносы (не более 4 подряд в одном абзаце). Автоматически устанавливается запрет висячих строк.

Для набора формул используется редактор формул *Microsoft MathType 5*; по умолчанию устанавливаются размеры шрифта для одно- и двухстрочных формул: обычного — 11 пт, крупного и мелкого индекса — соответственно 8 и 6 пт, крупного и мелкого символа — соответственно 16 и 11 пт. Греческие и русские буквы набираются прямым шрифтом, латинские — курсивом. Если написание в формулах отличается от традиционного, автор должен сделать соответствующие пометки на полях распечатанной статьи, при этом греческие буквы обводятся красным карандашом, готические — синим. Формулы выключаются в левый край с абзацным отступом. Запись формулы выполняется автором с использованием всех возможных способов упрощения и не должна содержать промежуточные преобразования.

Векторные рисунки, сохраненные в формате WMF, *растровые* — в TIF или BMP, *графики и диаграммы*, построенные в *Microsoft Excel*, дополнительно помещаются на электронный носитель отдельными файлами. Имя файла должно соответствовать наименованию или номеру рисунка в тексте статьи. Кроме того, *иллюстрации* обязательно присылаются распечатанными на отдельных листах формата А4 в масштабе 1:1, в пригодном для сканирования виде. Размер шрифта текста в рисунках — 9...10 пт. *Подписи к рисункам* выполняются непосредственно в тексте статьи шрифтом Times № 10 (10 пт), экспликация в подрисуночной подписи — Times № 9 (9 пт). Для сжатия больших файлов использовать архиваторы *Arj* и *WinZip, WinRAR*.

Цветные и черно-белые фотографии присылать в оригинальном виде с подписями на обороте. Цифровые фотографии выполнять с разрешением не менее 300...600 dpi, присылать в электронном виде в любом графическом формате, кроме .jpg.

Текст *таблиц* набирается шрифтом Times New Roman (Сур) № 10 (10 пт).

ПРИСТАТЕЙНЫЕ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ СПИСКИ РАЗМЕЩАЮТСЯ ПОСЛЕ ОСНОВНОГО ТЕКСТА СТАТЬИ.

В библиографическом списке приводится только цитируемая в статье литература. Источники группируются в списке в порядке упоминания в тексте. Ссылки на источники приводятся в тексте в квадратных скобках (ЗАПРЕЩАЕТСЯ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ССЫЛКИ-СНОСКИ ДЛЯ УКАЗАНИЯ ИСТОЧНИКОВ). В библиографическую запись включаются только основные элементы библиографического описания (ГОСТ 7.0.5—2008). Разделительные знаки «тире» между областями опускаются. Шрифт Times New Roman (Сур) № 9 (9 пт). Язык библиографических записей соответствует языку описываемых источников.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ПРИВОДИТСЯ ДВАЖДЫ. ВО ВТОРОМ ВАРИАНТЕ ВСЕ РУССКОЯЗЫЧНЫЕ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ЗАПИСИ ПРИВОДЯТСЯ НА ЛАТИНИЦЕ (Внимание! Не следует переводить на английский язык!). ЗАПИСИ НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ ПРОСТО ПОВТОРЯЮТСЯ.

Авторы статей несут всю полноту ответственности за содержание статей и за сам факт их публикации. Редакция журнала не несет никакой ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, нанесенный публикацией статьи. Редакция исходит из того, что, в соответствии с законодательством РФ в части авторского права, автор, направляя статью в редакцию, полностью соглашается с условиями редакции и, следовательно, только сам лично несет ответственность за использование в тексте статьи материалов третьих лиц и соблюдение их авторских прав. Все права автора и вся полнота его ответственности сохраняются и после публикации статьи в журнале.

Порядок рецензирования. Статьи обсуждаются редколлегией, рецензии, поступившие в сопроводительных материалах, учитываются. В спорных случаях статьи могут быть направлены редакцией на дополнительную внутреннюю или внешнюю экспертизу (рецензирование), анонимную для обеих сторон, и опубликованы только при положительном заключении. Копия заключения предоставляется автору.

Статьи, не отвечающие изложенным требованиям, редколлегией не принимаются. Материалы, не принятые к опубликованию, авторам не высылаются.

Редакция имеет право производить сокращения и редакционные изменения текста. Корректур статей авторам не предоставляется. Переписка, телефонные переговоры по согласованию авторских и редакционных изменений текста статьи производятся за счет автора.

Гонорар за опубликование статьи не выплачивается, плата за публикацию статей с аспирантов не взимается.

КОМПЛЕКТОВАНИЕ ОЧЕРЕДНОГО НОМЕРА ЗАВЕРШАЕТСЯ ЗА 3 МЕСЯЦА ДО ПЛАНИРУЕМОГО ВЫХОДА В СВЕТ.

Примерный график выпуска журнала:

- март (прием статей до 1 декабря);
- июнь (прием статей до 1 марта);
- сентябрь (прием статей до 1 июня);
- декабрь (прием статей до 1 сентября).

Тематические рубрики. В Журнале публикуются научные статьи и другие материалы по вопросам социологии, философии, экономики, политологии и других гуманитарных наук в соответствии с основными тематическими рубриками:

Человек в современном городе.

Город как экономическая система.

Управление социальными и экономическими системами.

Город и власть.

Архитектурное пространство индустриального города.

Техносфера современного города: город и экология.

Направлять статьи и обращаться по вопросам об **условиях их публикации и приобретения очередного номера журнала** по адресу: **400074, Волгоград, ул. Академическая, 1, ком. В-508.** Гл. ред. журнала «Социология города» Навроцкому Б.А. Тел. (8442)-96-99-25. **E-mail: info@vgasu.ru** (в теме указать: **для Б.А. Навроцкого**).

По вопросам подготовки авторского оригинала статьи к печати обращаться по адресу: 400074, Волгоград, ул. Академическая, 1, ком. В-210, редакционно-издательский отдел ВолГАСУ. Тел. (8442)-96-98-28. E-mail: gorachevae@mail.ru.

Научное издание

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

2010. № 4

Научно-теоретический журнал

Редактор *О.Е. Горячева*

Редактор переводов на английский язык *Н.И. Копина*

Корректоры *О.В. Горячева, М.Л. Песчаная*

Компьютерная правка и верстка *О.Е. Горячева, О.В. Горячева*

Компьютерный дизайн обложки *Т.М. Потокина-Курилкина, О.Ю. Мелешин*

Информационно-библиографическое обслуживание *Е.В. Хромова, О.Е. Горячева*

Подписано в печать 07.12.10.

Формат 70 × 108/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.

Уч.-изд. л. 4,7. Усл. печ. л. 5,6. Тираж 500 экз. Заказ № 116

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет»

Редакционно-издательский отдел

Отпечатано в секторе оперативной полиграфии ЦИТ ВолгАСУ

400074, Волгоград, ул. Академическая, 1