

Министерство образования и науки
Российской Федерации

Волгоградский государственный
архитектурно-строительный
университет

SOCIOLOGY OF CITY

2015 no 3

Scientific-and-theoretical journal

4 issues per year

Year of foundation — 2007
1st issue was published in 2008

Russian Federation, Volgograd

Founders:
Volgograd State University
of Architecture and Civil Engineering
(VSUACE)

The journal is included in Russian Science
Citation Index (RSCI)
(<http://www.elibrary.ru>).

Ulrich's Periodicals Directory
(<http://serialsolutions.com>),

DOAJ (<http://www.doaj.org>),

EBSCO (<http://www.ebsco.com>)

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

Sotsiologiya Goroda

2015 № 3

Научно-теоретический журнал

Выходит 4 раза в год

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

г. Волгоград

Учредитель:
федеральное государственное бюджетное 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

Журнал включен в базы данных:
Российского индекса научного
цитирования (РИНЦ), <http://www.elibrary.ru>,
Ulrich's Periodicals Directory, <http://www.serialsolutions.com>,
Directory of Open Access Journals (DOAJ), <http://www.doaj.org>
EBSCO, <http://www.ebsco.com>

Редакционный совет:

председатель — д-р техн. наук, проф.
С.Ю. Калашников
(ВолГАСУ, Волгоград)

зам. председателя — канд. техн. наук, доц.
В.И. Воробьев
(ВолГАСУ, Волгоград)

д-р техн. наук, проф. **А.Н. Богомолов**
(ВолГАСУ, Волгоград)

канд. архит., проф. **А.В. Антюфеев**
(ВолГАСУ, Волгоград)

д-р экон. наук, проф. **О.В. Максимчук**
(ВолГАСУ, Волгоград)

д-р техн. наук, проф. **Л.В. Примак**
(РАНХиГС, Москва)

д-р техн. наук, проф. **В.М. Шумячер**
(ВИСТех, г. Волжский)

**Главный редактор
журнала:**

д-р филос. наук, проф.
Б.А. Навроцкий (ВолГАСУ, Волгоград)

Редакционная коллегия:

д-р филос. наук,
проф. **В.И. Добренников** (МГУ, Москва)

д-р техн. наук, проф. **В.Н. Азаров**
(ВолГАСУ, Волгоград)

д-р социол. наук, проф. **В.В. Деларю**
(ВолГМУ, Волгоград)

д-р социол. наук **Г.Н. Ильина**
(МГИМО, Москва)

д-р экон. наук **Г. А. Медиева**
(Национальная инженерная академия
Республики Казахстан, Алматы)

д-р архит., проф. **Г.А. Птичникова**
(Волгоградское представительство
НИИТИАГ РААСН)

д-р экон. наук, проф. **В.Н. Казаков**
(МГУ, Москва)

д-р филос. наук, д-р юрид. наук,
проф. **Н.Н. Седова** (ВолГМУ, Волгоград)

доктор философии, председатель фонда
им. Гензельманна (Берлин, Германия)
Т. Флирль

д-р искусствоведения **Ояр Спаритис**
(Латвийская академия наук)

Адрес редакции:

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

© Федеральное государственное
бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального
образования «Волгоградский
государственный архитектурно-
строительный университет», 2015

Editorial council:

Chairman — Doctor of Engineering Science, Professor
S.Yu. Kalashnikov (VSUACE, Volgograd)

Deputy Chairman —
Candidate of Engineering Science, Docent **V.I. Vorob'ev**
(VSUACE, Volgograd)

Doctor of Engineering Science, Professor **A.N. Bogomolov**
(VSUACE, Volgograd)

Candidate of Architecture, Professor **A.V. Antyufeev**
(VSUACE, Volgograd)

Doctor of Economics, Professor **O.V. Maksimchuk**
(VSUACE, Volgograd)

Doctor of Engineering Science, Professor **L.V. Primak**
(The Russian Presidential Academy of National Economy and Public
Administration, Moscow)

Doctor of Engineering Science, Professor **V.M. Shumyacher**
(Volzhskii Institute of Civil Engineering and Technology, Volzhskii)

Chief Editor:

Doctor of Philosophy, Professor
B.A. Navrotskii (VSUACE, Volgograd)

Editorial team:

Doctor of Philosophy, Professor
V.I. Dobren'kov (Moscow State University, Moscow)

Doctor of Engineering Science, Professor
V.N. Azarov (VSUACE, Volgograd)

Doctor of Social Sciences, Professor **V.V. Delaryu**
(Volgograd State Medical University, Volgograd)

Doctor of Social Sciences **G.N. Il'ina** (Moscow State Institute
of International Relations, Moscow)

Doctor of Economics **G.A. Medieva**
(National Engineering Academy of the Republic of Kazakhstan,
Kazakhstan, Almaty)

Doctor of Architecture, Professor **G.A. Ptichnikova**
(Volgograd branch of The Research Institute of the Theory
and History of Architecture and Town Planning
of the Russian Academy of Architecture
and Construction Sciences)

Doctor of Economics, Professor **V.N. Kazakov**
(Moscow State University, Moscow)

Doctor of Philosophy, Doctor of Law, Professor **N.N. Sedova**
(Volgograd State Medical University, Volgograd)

Historian of Architecture, Specialist in Culture, Doctor **T. Flierl**
(Institute of History and Theory of Architecture and Planning)
University Bauhaus, Germany)

Doctor habil. Art. **Ojars Sparitis** (Latvian Academy of Sciences)

Address:

Volgograd State University of Architecture and Civil Engineering (VSUACE).
1, Akademicheskaya St., Volgograd, 400074, Russian Federation,
info@vgasu.ru, www.vgasu.ru

СОДЕРЖАНИЕ

АРХИТЕКТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН	<i>Птичникова Г. А., Антофеев А. В.</i> Имидж современного города и его архитектурный образ ... 5
ЧЕЛОВЕК В СОВРЕМЕННОМ ГОРОДЕ	<i>Недосека Е. В., Ануфриева Т. В.</i> Особенности городской идентичности молодежи г. Мурманска ... 22 <i>Реймер Е. А.</i> Раннее материнство в большом городе ... 32 <i>Седова Н. Н., Навроцкий Б. А.</i> Отношение жителей крупного промышленного города к персонализированной медицине ... 39 <i>Амлаев К. Р., Гейвандова М. Г., Хорошилова Е. Ю.</i> Доступность качественной онкологической помощи в условиях города ... 47
УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМИ И ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	<i>Савинов Л. И., Дудочкина Л. А.</i> Социальная значимость жилья для молодых семей в условиях современного города ... 53
ГОРОД КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА	<i>Зубкова И. Ю.</i> Социально ориентированная инвестиционная активность в городах Волгоградской области ... 67
АВТОРАМ	Условия приема статей в редакцию и требования к авторским оригиналам ... 75

CONTENT

ARCHITECTURAL SPACE
AS A SOCIO-CULTURAL
PHENOMENON

Ptichnikova G. A., Antyufeev A. V. Image of a modern city
and his architectural image ... 5

MAN IN CONTEMPORARY CITY

Nedoseka E. V., Anufrieva T. V. Peculiarities of the urban
identity of the youth in Murmansk ... 22

Reimer E. A. Teenage motherhood in a big city ... 32

Sedova N. N., Navrotskii B. A. Attitude of the residents
of large industrial cities to personalized medicine ... 39

Amiaev K. R., Geivandova M. G., Khoroshilova E. Yu.
Access to quality cancer care in the city ... 47

MANAGEMENT OF SOCIAL
AND ECONOMIC SYSTEMS

Savinov L. I., Dudochkina L. A. Social significance of housing
for young families under conditions of a modern city ... 53

CITY AS ECONOMIC SYSTEM

Zubkova I. Yu. Socially-oriented investment activity in the cities
of Volgograd Oblast ... 67

INFORMATION FOR AUTHORS

*Admission articles to the editors and the requirements
for copyright originals ... 75*

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
2008–2015 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/science/journals/city-sociology>)

УДК 72.012:316

*Г. А. Птичникова,
А. В. Антюфеев*

**ИМИДЖ СОВРЕМЕННОГО
ГОРОДА
И ЕГО АРХИТЕКТУРНЫЙ ОБРАЗ**

Фактор конкурентоспособности заставляет муниципальные власти городов искать различные возможности для привлечения инвестиций в городское развитие, в числе которых в последнее время широко используются стратегии имиджа города и его брендинга. Концепция имиджа, основанная на использовании эффективных визуальных средств для продвижения объектов, оказала серьезное влияние на пути развития архитектуры и градостроительства. Задача проектирования привлекательного имиджа определила ряд основополагающих процессов в архитектурно-градостроительной практике, в числе которых можно назвать использование высотности в архитектуре как символа стремления к вершинам успеха; формирование ярких образов городов на основе скопления небоскребов на небольших участках городских центров-даунтаунов; использование семиотических методов в архитектуре, когда визуальный образ рассматривается в качестве сообщения для зрителей; использование визуальных знаков из истории культуры в архитектурных образах с целью привлечения внимания зрителей.

Анализ обширного материала зарубежного и отечественного опыта последних десятилетий показал, что концепция имиджа города всегда разрабатывается как практическое руководство для целенаправленных действий местных властей. Положительный и привлекательный имидж является одним из инструментов, которым город может привлечь инвесторов. Архитектурный образ становится тем связующим, посредником, который усиливает другие – несимволические – факторы конкурентоспособности городов в рыночной борьбе за инвестиции и ресурсы.

Ключевые слова:

имидж города,
городское развитие,
градостроительная политика,
архитектура,
конкурентоспособность городов,
образ города.

В современных условиях постоянно нарастающей коммерциализации архитектура оказывается вовлеченной в сферу рыночных интересов и отношений. Такие рыночные понятия, как маркетинг, конкурентоспособность, мерчандайзинг, бренд, имидж проникли и в архитектурную деятельность. В настоящей статье исследуются процессы создания позитивного имиджа городов средствами архитектуры и изменения, которые происходят в архитектуре в связи с решением этих задач.

Обратимся к истории рождения концепции имиджа. Она была создана на почве американского прагматизма и свойственного этой идеологии практического подхода. Стремление мерить различные явления деньгами и желание получить в результате своей деятельности практическую выгоду развились в маркетинговые стратегии, проникающие и в различные сферы культуры. Частью этих стратегий и является концепция имиджа. Прагматический подход к решению различных задач в американском исполнении заключается в следующих действиях:

- превращение объекта (явления, процесса) в товар;
- создание интереса к этому товару;
- продажа товара потребителям.

На второй и третьей стадии требуется создание имиджа товара, так как стандартное правило торговли гласит: «Продается не столько сам товар, сколько его имидж».

Имидж города, одной из целей создания которого является успешная «подача» городского облика как специфического товара, нуждается в ясности прочтения структуры и запоминающемся броском архитектурном образе. В этой связи в США со второй половины XX в. появляется ряд экспериментальных исследований, посвященных проблеме формирования визуальных образов города, положительно воспринимаемых людьми (Б. Браун, М. Готтдинер, Р. Ледрут, Л. Мамфорд, М. Пагано, А. Л. Страус). К наиболее известным исследованиям и экспериментам такого рода относятся работы К. Линча (исследования «перцептуальной формы» города, принципы анализа среды, «проект-процесс» и др.). В России теория имиджа города также активно разрабатывается (В. Л. Глазычев, Д. Визгалов, А. П. Панкрухин).

*G. A. Ptichnikova,
A. V. Antyufeev*

**IMAGE OF A MODERN CITY
AND HIS ARCHITECTURAL IMAGE**

The factor of competitiveness makes municipal authorities of the cities to seek various opportunities to attract investments in urban development, including the recently widely used strategies for the city's image and its branding. The concept of the image based on the use of effective visual aids for the promotion of facilities has had a great impact on the development of architecture and urban planning. The task of designing an attractive image identified a number of fundamental processes in architectural and urban planning practice among which are the use of altitude in architecture as a symbol of commitment to the heights of success; formation of bright images of cities on the basis of the cluster of skyscrapers in small areas of urban centers – downtown; the use of semiotic methods in architecture when the visual image is seen as a message to the audience; the use of visual symbols of the history of the culture in architectural images in order to attract the attention of viewers.

The analysis of the extensive data of foreign and domestic experience has shown that the concept of the image of a city has always developed as a practical guide for concerted actions by local authorities. Positive and attractive image is one of the tools by which the city can attract investors. The architectural image becomes a binding mediator that enhances other – non-symbolic – factors of competitiveness of the towns in market competition for investments and resources.

Key words:

image of a city,
urban development,
town planning policy,
architecture,
urban competitiveness.

В русском языке имеется два слова: «имидж» и «образ». Эти слова несут разные значения и не заменяют друг друга как синонимы¹. В английском языке существует одно слово — «имидж», имеющее несколько значений: «образ», «изображение», «отражение в зеркале», «представление», «облик». Но для американцев чаще всего оно связано с такими понятиями, как «внешний вид» и «репутация». Кроме того, в английском языке существует устойчивое выражение *Project an image* — «Сознательно стремиться к формированию определенного имиджа» [3, p. 1120]. Следовательно, главное отличие заключается в том, что имидж является специально формируемым, преднамеренно формулируемым образом для достижения поставленных целей. Итак, образ — это нечто идеальное, имидж — нечто практическое и даже прагматическое, если рассматривать вторую половину определения целенаправленного формирования имиджа.

Имидж — сложное явление, которое в современном обществе имеет несколько различных функций. С одной стороны, он является средством соревнования, конкуренции, помогающей потребителям и производителю. В потребительском обществе имидж становится инструментом очарования потенциального покупателя, умением «продать нужный товар». В настоящее время имидж превратился в средство привлечения средств.

С другой стороны, имидж — это инструмент общения с массовым сознанием, в котором особую важность приобретает его коммуникативная составляющая [4].

С третьей стороны, имидж — это единица символического мира. Он является продуктом обработки больших массивов информации и становится ярлыком, отсылающим на стоящие за ним ситуации. В концентрированной форме

¹ Имидж — это «представление о вещах и людях, целенаправленно формируемое как самим человеком, так и средствами массовой информации, включая рекламу» [1, с. 169]. Толковый словарь Ожегова и Шведовой связывает между собой понятия имиджа и образа: «имидж — представление о чем-либо внутреннем облике, образе» [2, с. 239]. Тот же словарь определяет образ как «результат и идеальную форму отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека <...>, в искусстве: обобщенное художественное отражение действительности, облеченное в форму конкретного индивидуального явления» [2, с. 427].

имидж задает суть объекта — человека, организации, города, региона. Например, «стеклянные дарцы» небоскребов Сигрэм-билдинг в Нью-Йорке Миса ван дер Роэ визуализируют замкнутый мир большого бизнеса, не имеющего явно выраженных черт в силу своей интернациональности, панорама даунтауна со стороны озера Мичиган представляет образ Чикаго, а статуя Свободы на фоне звездно-полосатого флага обозначает Соединенные Штаты.

Современное общество ориентировано на визуальные каналы коммуникаций, поэтому визуализация имиджа, создание его видимой формы становится едва ли не основной задачей в процессе его целенаправленного формирования. Инструмент визуализации имиджа является самым эффективным по степени воздействия на публику, так как он действует не на сознание. Если тексты пытаются влиять рациональным путем, и, соответственно, они подвержены работе «фильтров» недоверия со стороны получателя сообщения, то визуальные образы легче проникают в человека. Это эффективная форма подачи сообщения, которая в состоянии обойти имеющиеся в сознании человека разнообразные «фильтрующие слои». В этой связи архитектура с ее мощным по силе воздействия качеством визуальной образности становится важнейшим средством формирования имиджа городов, организаций, компаний и корпораций. В. Л. Хайт отмечает: «В 50-е годы архитектура США становится одним из активных и официально взятых на вооружение средств идеологической экспансии. Новая роль американской архитектуры проявилась, прежде всего, в “экспорте” в этот период не только новых типов зданий и конструкций, но стилевой направленности зодчества. <...> Одним из важнейших критериев качества архитектурного решения становится новизна, необычность, а с ростом стремления к демонстрации силы крупных корпораций и администрации внутри страны и “американской мощи” во внешнем мире также представительность, престижность, а позже и преувеличенная монументальность» [5, с. 48]. Эти тенденции сохранялись в Соединенных Штатах на протяжении всего XX в.

Об авторах:

Птичникова Галина Александровна — доктор архитектуры, профессор, директор Волгоградского филиала Научно-исследовательского института теории и истории архитектуры и градостроительства Российской академии архитектуры и строительных наук (НИИТАГ РААСН).
Российская Федерация, г. Волгоград, 400131, пр. Ленина, 2б, vp_niitag@mail.ru

Ptichnikova Galina Aleksandrovna — Doctor of Architecture, Professor, Director of The Volgograd branch of The Research Institute of the Theory and History of Architecture and Town Planning of the Russian Academy of Architecture and Construction Sciences (NIITAG RAASN).
2b, Lenina Pr., 400131, Volgograd, Russian Federation, vp_niitag@mail.ru

Антюфеев Алексей Владимирович — кандидат архитектуры, профессор, зав. кафедрой градостроительства, Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет (ВолГАСУ).
Российская Федерация, г. Волгоград, 400074, ул. Академическая, 1, antyufeev_a@mail.ru

Antyufeev Aleksei Vladimirovich — Candidate of Architecture, Professor, Head of the Urban Development Department, Volgograd State University of Architecture and Civil Engineering (VSUACE).
1, Akademicheskaya St., 400074, Volgograd, Russian Federation, antyufeev_a@mail.ru

В 1960—1970-е гг. в США концепция имиджа города получила высокий уровень теоретического осмысления в работах Кевина Линча, в которых город рассматривается как воплощение в образах различных смысловых оттенков [6—9]. В своих работах Линч понимает «имидж» скорее как образ, т. е. идеальную форму отражения города в сознании людей. Идея исследования принципов формирования общественного образа территории в связи с проблемами визуальной формы городской среды возникла у Линча не случайно. Становление его мировоззрения и его собственную философскую концепцию заложили занятия в школе, которая была одной из первых в США школ, организованных в соответствии с идеями философа-прагматиста Дж. Дьюи. В своем письме к А. В. Иконникову Линч особо отмечал причины, пробудившие у него раннюю увлеченность архитектурой: «Мой интерес к архитектуре исходит, впрочем, не от семьи или друзей. Его возбудили прогулки по городу и кое-кто из школьных учителей, умевших заронить и поддержать увлечение. К окончанию школы я уже знал, что хочу “проектировать города”» [9, с. 9]. Отметим также, что Кевин Линч родился и вырос в Чикаго — городе, где прагматизм получил особенно широкое распространение и развитие. Именно в Чикаго в 1902 г. Джон Дьюи основал знаменитую чикагскую школу преподавания, активно внедрявшую прагматические принципы в педагогическую теорию и практику. Напомним, что в трудах Дьюи архитектура как среда развития человека занимала особое место. Этот подход прагматизма к архитектуре использовал К. Линч, формулируя задачу организации среды жизнедеятельности: «В самом деле, задачей визуальной организации окружения является отнюдь не только облегчение движения по рутинным маршрутам, не только поддержание тех качеств, какими данное окружение уже обладает. Не менее существенна роль этой организации для стимулирования дальнейшего познания, подталкивания к дальнейшему освоению окружения» [9, с. 104]. Таким образом, Линч в процессе обучения вольно или невольно воспринял подход к архитектуре, характерный для философии прагматизма.

К. Линч сформулировал для себя основную проблему как соотнесение общественного образа и визуальной формы города с целью осуществления обобщенного анализа визуальной силы и слабости всей территории, нахождения критических точек и методов решения проблем. Исследуя город с позиции человека, живущего в городе и воспринимающего формы его среды, Линч стремился выявить главные городские элементы, опираясь на которые, человек строит «каркас» образного представления об этой среде. Линч выделил три компонента образа: опознаваемость, структуру и значение, сосредоточив свое внимание на первых двух. Он говорит, что образ «должен быть достаточным, верным в прагматическом смысле, т. е. давать индивиду возможность действовать в желаемых пределах окружения» [9, с. 21].

Акцент Линчем был сделан на пространственных характеристиках среды и их визуальном восприятии. Им были предложены пять типов основных элементов предметных форм — пути, границы, районы, узлы, ориентиры. Из них выстраивались схемы, которые помогали выявить структуру восприятия города и служили проектировщику «своего рода строительными блоками». Линч отстаивает свой взгляд на город, согласно которому «читаемость имеет ключевое значение в сложении города» [9, с. 16]. В свою очередь, упорядоченное окружение способствует организации человеческой деятельности, опыта, знаний.

Ясная структура предоставляет человеку возможность выбора и служит основой для получения дальнейшего опыта, необходимого для саморазвития индивида. В этом Линч был солидарен с прагматистами, утверждавшими, что окружение и архитектура должны формироваться таким образом, чтобы обогащать человеческий опыт, давая возможность для развития личности. Итак, привлекательный образ города включает в себя ясность или читаемость городского ландшафта, под этим понимается легкость, с которой части города распознаются и складываются в упорядоченную картину. «Город сам по себе — символ сложности общества, и если зрительно он хорошо организован, этот символ приобретает сильную выразительность», — писал К. Линч [9, с. 18]. В другом месте он уточняет: «Реконструкция городов должна, в частности, иметь целью придание им такой формы, которая облегчала бы усилия достижения организованности, а не препятствовала бы им» [9, с. 86].

Эти качества формы, выявленные и теоретически обобщенные К. Линчем, явились результатом многочисленных практических исследований и экспериментов характерных американских городов — Бостона, Джерси-Сити и Лос-Анджелеса. Линч опускается с высот профессиональной архитектуры с ее догмами и правилами на позицию обычного горожанина с его повседневным опытом освоения городской среды в визуальных образах. В его исследованиях последовательно раскрывается методический подход к формированию визуальной организации города. В результате достигается конечная цель — целостный образ среды проживания людей, социальная роль которой заключается в стабилизации форм их поведения, обучении личности и получении дополнительного опыта.

Многие качества архитектурных образов активно используются в имиджологии — науки о создании имиджей. К таким качествам относятся специфические для архитектуры средства, которые выражают содержание образов, «во-первых, как знаки, несущие значения, принятые данной культурой, и, во-вторых, через ассоциации, которые вызывает характер структурной организованности целого и его элементов» [9, с. 104]. Таким образом, при формировании имиджа того или иного объекта архитектура используется как язык общения с обществом, неся необходимое сообщение. Небоскребы «Близнецы» ВТЦ архитектора М. Ямасаки стали гордым символом «прорыва к процветанию нации», представления о самой передовой в мире, образцовой демократии, сообщения о самом лучшем и правильном образе жизни народа, чему и следует подражать остальному миру² (рис. 1). С появлением этого выразительного символа нации, да еще и рядом со статуей Свободы, уже полтора века встречающей с факелом в руке восход солнца из океана и бесчисленных посетителей Америки, средства массовой информации, кино и шоу-бизнес получили мощный импульс для творчества. «Близнецы» стали участниками телепередач, фильмов, фестивалей, конкурсов. В роскошных залах и вестибюлях ВТЦ устраивались различные шоу и представления, бьеннале и презентации.

² Поэтому террористический акт 11 сентября 2001 г. был воспринят не только как действие, приведшее к разрушениям ВТЦ и человеческим жертвам, но и как акт, направленный против фундаментальных основ американского государства.



Рис. 1. Архитектурный символ процветающей нации США. Небоскребы ВТЦ, Нью-Йорк. Арх. М. Ямасаки. Фото Carol M. Highsmith. Библиотека Конгресса США

При формировании имиджа крупных фирм и корпораций в архитектурный образ обычно закладывается сообщение о стремлении организации к успеху, к рекордам, к вершинам бизнеса. Наиболее эффектно это сообщение воплощается в архитектуре с помощью визуальных образов небоскребов и скайлайна — вида небоскребов на фоне неба. Например, эффектные образы скайлайна использованы в имидже Франкфурта, выражая экономический рост, финансовую мощь и международное значение этого немецкого города (рис. 2).



Рис. 2. Скайлайн, формирующий преуспевающий образ финансовой столицы Европы Франкфурта

В стремлении создать новый образ и утвердить свое место в линейке «глобальных городов» был создан комплекс «Москва-Сити» в Москве. Идея создания нового высотного центра Москвы (Московского международного делового центра, или ММДЦ) выкристаллизовалась к началу 1990-х гг. В основу художественной концепции «Москва-Сити», которую разработала группа московских архитекторов под руководством Б. И. Тхора, был положен образ «нового Кремля». Башни-небоскребы концентрировались вокруг 648-метровой башни «Россия», которая в этом проекте выполняла функции колокольни Ивана Великого. Не только Москва, но и другие российские города взяли на вооружение модель сити как модели быстрого создания успешного имиджа. Амбиции власти и промышленной элиты Екатеринбурга вылились в строительство бизнес-квартала под названием «Сити-центр» (рис. 3).



Рис. 3. Формирующийся скайлайн Екатеринбурга как визуальный образ российского города-лидера

Идея высоты стала основным смыслом возведения небоскребов. Высотность зданий в США является результатом архитектурного проявления стремления к достижению успеха. Одним из последних крупнейших проектов последнего десятилетия в США является строительство супернебоскреба («Башня Свободы») на месте разрушенных башен-близнецов Всемирного торгового центра в Нью-Йорке (2013 г.). Новый комплекс размещается вокруг большого мемориального парка, посвященного жертвам террористической атаки. В параметрах башни используется символическая нумерология. Высота Башни Свободы составляет 1776 футов (541 м), который символизирует 1776 год — год обретения США независимости.

На уровне отдельного здания конкурентоспособность его заказчика должна отражаться во внешнем облике. Эффектный, броский архитектурный образ решает задачу информационного стимулирования удачного сбыта продуктов, совокупностью которых и является разрабатываемый объект. Материализация имиджа фирмы выливается в строительство «дома-личности, кажущей себя миру». Узнаваемость небоскреба — здания компании АТТ в Нью-Йорке — была достигнута Ф. Джонсоном на уровне архитектурного скандала (рис. 4).

Архитектор сломал стереотип небоскреба-призмы с плоским завершением и вернулся к декоративному силуэту, характерному для небоскребов Нью-Йорка 1930-х гг. Этот силуэт моментально схватывается и безошибочно запо-



Рис. 4. Здание – символ компании. Здание АТТ, Нью-Йорк. Арх. Ф. Джонсон

минается даже неподготовленным зрителем-непрофессионалом. «Классицизм использован Джонсоном чисто семиотически — как сумма статусных знаков» [10, II, с. 265]. Ф. Джонсон применяет несколько приемов: это и упрощение формы — для быстрого схватывания потребителем, и обращение к знакам культуры, принятым средним классом, — для узнавания и принятия культурной традиции, и «сочетание несочетаемого» — для привлечения внимания публики. При всех тонкостях двойного кодирования, отмечал Ч. Дженкс, наполовину традиционный, наполовину модернистский небоскреб несет «фантастический образ олицетворения капитала» [11, с. 132].

Имидж всегда включает в себя как содержание, так и форму, внешние признаки которой отсылают к содержательным характеристикам. Таким образом, невербальный язык архитектуры, обойдя различные рациональные «фильтры» сознания, обращается к чувствам человека. Крупный город Цинциннати в штате Огайо исторически имеет имидж столицы свиноводства США (Porkopolis — Свинополис — так звучит второе неофициальное название города). Фрэнк Гери визуализировал этот своеобразный образ в Вонц-центре молекулярных исследований Университета Цинциннати (1997—1999) (рис. 5).

минается даже неподготовленным зрителем-непрофессионалом. «Классицизм использован Джонсоном чисто семиотически — как сумма статусных знаков» [10, II, с. 265]. Ф. Джонсон применяет несколько приемов: это и упрощение формы — для быстрого схватывания потребителем, и обращение к знакам культуры, принятым средним классом, — для узнавания и принятия культурной традиции, и «сочетание несочетаемого» — для привлечения внимания публики. При всех тонкостях двойного кодирования, отмечал Ч. Дженкс, наполовину традиционный, наполовину модернистский небоскреб несет «фантастический образ олицетворения капитала» [11, с. 132].

Имидж всегда включает в себя как содержание, так и форму, внешние признаки которой отсылают к содержательным характеристикам. Таким образом, невербальный язык архитектуры, обойдя различные рациональные «фильтры» сознания, обращается к чувствам человека. Крупный город Цинциннати в штате Огайо исторически имеет имидж столицы свиноводства США (Porkopolis — Свинополис — так звучит второе неофициальное название города). Фрэнк Гери визуализировал этот своеобразный образ в Вонц-центре молекулярных исследований Университета Цинциннати (1997—1999) (рис. 5).



Рис. 5. Отражение в архитектурном образе здания города Цинциннати как Поркополиса. Вонц-центр молекулярных исследований Университета Цинциннати. Арх. Ф. Гери

Вонц-центр был построен в то же время, что и знаменитый музей Гугенхайма в Бильбао. Хотя формы центра не так причудливы и экспрессивны, как в испанском музее, однако свойственная Гери иррациональная экспрессивность форм очевидна и в этом объекте, относящемся к научно-исследовательскому учреждению. В плане комплекс центра биомедицины напоминает бабочку, в «теле» которой находятся администрация, общественные службы и мемориальная выставка. В «крыльях» размещены стеклянные параллелепипеды лабораторий, заключенные внутри округлых форм из розового кирпича. Стеклянные проемы прорываются сквозь розовую «кожу», давая естественное освещение холлам и внутренним коридорам. Как свойственно Гери, в этом комплексе он сумел соединить экспрессию форм с эффективным решением функциональных практических проблем организации научных лабораторий и новыми технологиями проектирования и строительства. Эстетический подход также характерен для мастера: архитектурные формы вызывают прихотливые ассоциации с тремя поросятами, оживляя воспоминание о том, что здание находится на территории столицы свиноводства.

Важную составляющую архитектурной образности отмечал А. В. Иконников: «Художественный образ выступает в архитектуре как средство интеграции и как средство решения нетрадиционных проблем, прогностическая модель того, что еще не существует, но должно быть создано, чтобы расширить и обогатить реальную действительность» [12, с. 103]. Это качество архитектурного образа — выступать неким прогнозом будущего — также активно используется в имиджологии. Потому что задачей имиджа какого-либо товара является очарование потребителя его будущим в случае приобретения этого товара. Как пишет в своей книге «Пути видения» Джон Бергер, «они (общественные имиджи) никогда не говорят о настоящем. Иногда они отсылают к прошлому, но в основном всегда говорят о будущем... Общественные имиджи, являясь эфемерными, пользуются только будущим временем. С этим вы станете желаемым. В этом окружении все ваши отношения станут счастливыми и лучезарными» [13, с. 27].

Еще одним ценным для создания имиджей качеством архитектуры является то, что форма архитектурного объекта взаимодействует с «контекстом» воспринимающего зрителя. На то, как человек воспринимает архитектуру, влияет его принадлежность к той или иной культуре, его уровень образования. Значения могут не совпадать для людей, относящихся к разным классам и социальным группам. В этом случае используются различные методы работы с «контекстом» зрителя. Один из них заключается в упрощении и создании «культурных подсказок», опорных точек, помогающих узнаванию сообщения, которое несет архитектурный образ. При формировании имиджа организации, богатой историческими традициями, которой можно доверять потребителю, используются особенности традиционного образования среднего покупателя-зрителя. То, что прочитано по курсам истории, мифологии, поэзии, используется при создании образа. Эти смутные отсылки обладают большим преимуществом перед точными рациональными знаниями: они и не должны быть понимаемыми, они просто должны быть реминисценциями полузабытых культурных знаний.

Историзм использует прием привлечения внимания к объекту путем использования традиционных исторических форм. К ярким примерам использования исторических образов для создания «имиджевой архитектуры» можно отнести «Нейшенс-Банк-Центр» (1984) в Хьюстоне (рис. 6).



Рис. 6. Имиджевая архитектура. «Нейшенс-Банк-Центр», Хьюстон



Рис. 7. Мессетурм, Франкфурт

Ф. Джонсон в этой постройке обратился к историческим архитектурным стилям и традиционным материалам. Комплекс состоит из двух зданий 12 и 56 этажей. Фасад башни делится на ярусы-уступы, которые обрамлены высокими остроконечными башенками, напоминающими декоративные детали, использовавшиеся в застройке северо-европейских стран. Эффект строился на противопоставлении условно «исторического небоскреба» окружающей модернистской застройке.

Исторические ассоциации, связанные со стилем ар-деко, вызывает и построенный Х. Яном в 1990 г. небоскреб Мессетурм во Франкфурте, Германия (рис. 7).

С целью придания имиджа преуспевающего и передовых позиций заказчика часто используется хай-тек. Наглядным примером использования возможностей хай-тека для продвижения успешного имиджа является здание компании «Астра-Хёсле» в Мёлндале, Швеция (арх. Л. Асклунд). Арочное покрытие, прорезанное высокими тонкими трубами, создает запоминающийся индивидуальный образ, в котором отражается высокий рейтинг одной из наиболее преуспевающих шведских компаний. В ряде других объектов шведских архитекторов хай-тек смягчается стремлением сохранить местную идентичность. Это часто осуществляется манипулированием формой с использованием кирпича и характерных деталей данного региона. К числу построек такого стиля с чертами хай-тека относится здание компании «Эрикссон» в Лунде (арх.

Г. Винорд) (рис. 8). Шведский хай-тек — это эстетика «технического совершенства, гармонизирующего среду обитания нарождающегося информационного общества» [14].



Рис. 8. Офисное здание Компании Sony Ericsson в Лунде. Арх. Г. Винорд. Фото Anders Bengtsson

В настоящее время в условиях жесткой рыночной конкуренции на международном уровне огромное значение придается разработке позитивных имиджей городов. В своей книге «Городской ландшафт и капитал» известные американские исследователи-урбанисты М. А. Пагано и Э. Боуман пишут: «В целом, вся история градостроительного развития городов США является стремлением к идеализированному состоянию, к образному выражению идеала в реальности» [15, с. 44]. Концепция имиджа города не случайно возникла в США. Прагматический подход к решению различных проблем, характерный для американского общества, способствовал ясному вычленению проблемы развития города с точки зрения получения наибольшей выгоды для его жителей и городских властей. Город рассматривается как специфический товар, совокупность продуктов, сбыт которых необходимо информационно стимулировать.

Создание имиджа является центральным местом в стратегиях экономического развития, особенно в городах, стремящихся к верхним позициям в рейтинге. От имиджа города во многом зависит его финансовое здоровье. М. Пагано подчеркивает: «Позитивный образ является одним из инструментов, который город может использовать для привлечения и очарования инвесторов» [15, с. 51]. Вместе с изменением структуры власти изменяется и имидж города, отражая новые политические направления. Изменение имиджа влечет за собой развитие функции городского экономического развития. Она становится более активной, более разнообразной, более напористой, или наоборот, снижаются все названные направления. А. П. Панкрухин подчеркивает: «Успех в формировании имиджа территории в первую очередь зависит от того, насколько удачно имидж товара — той или иной территории, — сознательно формируемый “продавцом” (местными властями), будет соответствовать ее объективным качествам, а также ожиданиям и запросам потенциаль-

ного “потребителя” города (инвестора, туриста, переселенца и самих жителей города)» [13]. В число наиболее важных параметров, определяющих городской имидж, входят архитектура и градостроительство. М. Пагано, подчеркивая маркетинговую сторону вопроса, в этой связи отмечает: «Градостроительство и архитектура, в силу своей специфики имеющие дело с инвестициями капиталов и землепользованием, являются важным фактором в процессе создания имиджа города или его сохранения» [15, с. 42].

Таким образом, прагматический подход американцев способствовал формированию концепции имиджа города, что, в свою очередь, явилось причиной многочисленных исследований в США, направленных на поиски средств архитектуры и градостроительства по созданию позитивных имиджей. В этой связи возникло целое направление — семиология города, занимающаяся исследованиями понятий при анализе городских структур (Р. Барт, Л. Родвин, Р. М. Холлистер, М. Готдинер, А. Ф. Лагопулос и др.) и предлагающая свой путь понимания имиджа города. Отметим, что в основании семиологии города лежит созданная философом-прагматистом Ч. Пирсом семиотика — наука о знаках.

Знаки состоят из физической составляющей — предметной формы (наборов элементов, которые обеспечивают передачу значения) — и высказывания (сообщения, передаваемого зрителю). Набор элементов и сообщение могут не соответствовать друг другу, в таком случае предполагаемое значение и полученное сообщение могут не совпадать. «Городской парк с озеленением, фонтанами и скамьями может быть создан для выражения идеи специфического образа сообщества. Сообщение, получаемое от него, тем не менее, может быть различно — “растрата налогов”, “место для игр”, “прекрасный ландшафт”, “временное пристанище”», — пишет М. Пагано [15, с. 50]. Таким образом, значения в городской среде всегда являются многокодированными. Имидж города — это символический комплекс и символическая система. Он сам по себе является знаком. М. Готдинер отмечает, что «городской имидж должен прочитываться как идеология, как продукт истории, как жест из прошлого в будущее, рожденный мощными силами развития и изменения» [16, с. 216].

Существует два основных подхода к формированию имиджа города. Первый подход характеризуется созданием уникальных объектов, символизирующих конкретно этот город. Имиджи крупнейших многомиллионных городов так многозначны и многолики, что понимание их требует определенной степени упрощения. Поэтому для рождения быстросхватываемых образов при создании имиджа чаще всего используются «ударные» точки — высотные доминанты, которые в своей совокупности создают запоминающийся многогранный образ. Такой доминантой, одной из самых высоких в Европе, является небоскреб «Коммерцбанка» арх. Н. Фостера во Франкфурте (1997) (рис. 9). Дополнительным притягательным аспектом к архитектуре этого здания стало использование новых технологий, обеспечивающих благоприятные биоклиматические и экологические характеристики.

Примером здания-лидера, формирующего новый имидж Шарлота — города на востоке США, является здание «Банк оф Америка» С. Пелли. Его строительством достигалось сразу несколько целей: создавалось пространство для банковских офисов, ставился очередной рекорд высоты в регионе,

здание становилось городским символом. В ночное время светящаяся «корона» небоскреба, немного напоминающая завершения готических соборов, производит впечатляющий визуальный эффект.

Другой подход к проектированию имиджа — это подчеркивание уникальности места, его самобытности, формирование физических символов, обозначающих, что это место — город. Усиление и культивирование специфических городских мест и отличий часто используется в небольших, относительно малоизвестных городах. Фрэнк О. Гери и калифорнийская школа, возникшая на западном побережье США, показывают пример создания яркой архитектуры, усиливающей уникальность конкретного места. А. В. Иконников подчеркивает причину особой популярности Гери у практичных американцев: «Он показал, что за те же деньги, которые они платят за стандартно безликое, они могут осуществить нечто уникальное, утверждая неповторимость — лично своего, своей общины, корпорации или данного места» [10, II, с. 568]. Пример Гери способствовал формированию в 1990-х гг. в Калифорнии местной школы архитектурного авангарда, характерной чертой которой стало местное своеобразие. К числу наиболее заметных работ относят знаменитый «Бокс» — реконструкцию промышленного здания IRS в Калвер Сити (Эрик Оуэнн Мосс, 1994), временную библиотеку Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе (Крэг Ходжетс и Хсин-Минг Фунг, 1993), резиденцию Сидли в Малибу (Эдвард Р. Найлз, 1991), дом Блейда в Санта-Барбаре (Том Мейн, 1992—1997), ресторан Брикс в Венеции (арх. бюро «Центральный офис архитектуры», 1991) и др. В этих небольших постройках на первый план выходит художественный индивидуализм, особая пластичность формы зданий-скульптур.

Для привлечения внимания туристов многие американские города используют передовую радикальную архитектуру. В Цинциннати, Огайо к 2003 г. был построен Розенталь-центр современного искусства (RCCA — Rosenthal Center for Contemporary Art), автором которого является знаменитая Заха Хадид (рис. 10).



Рис. 9. Имиджевая архитектура. Небоскреб «Коммерцбанка», Франкфурт. Арх. Н. Фостер

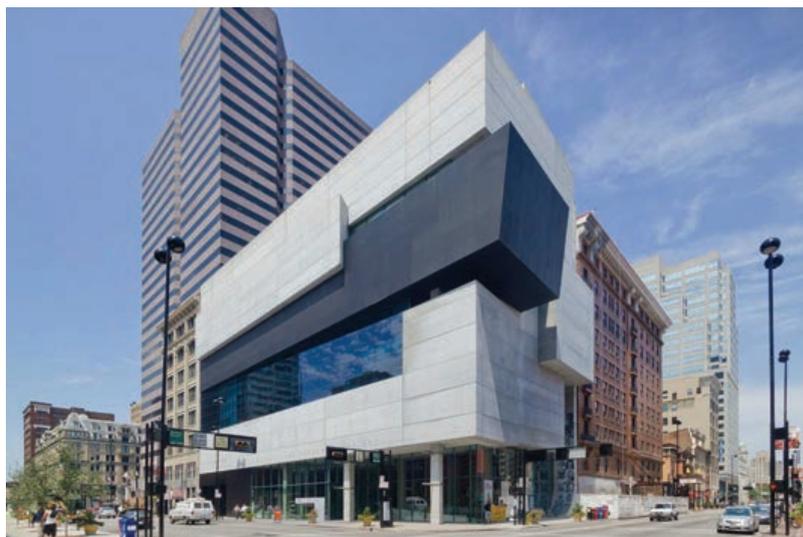


Рис. 10. Имиджевая архитектура. Розенталь-центр современного искусства, Цинциннати. Арх. З. Хадид

Городская администрация в целях повышения имиджа города как культурного центра северо-запада США сделала беспроигрышный ход, устроив в 1997 г. международный конкурс на строительство центра современного искусства. Программа проекта предполагала сочетание функций образования и различных видов деятельности, соответствующих миссии центра современного искусства, а также одним из условий было размещение здания на небольшом угловом участке одного из центральных кварталов Цинциннати. Для этого музейного здания еще в процессе проектирования и строительства была создана мощная рекламная компания: это и первый в США объект, автором которого стала Заха Хадид, это и первый крупный американский музей, спроектированный женщиной, это и первый специально построенный музей для Розенталь-центра — одной из главных организаций по пропаганде современного искусства в США, это и новый архитектурный объект, построенный в модном стиле деконструктивизма, который обязательно обойдет все профессиональные журналы.

Концепция проекта Хадид заключалась в создании здания-движения, которое вовлекало посетителей в атмосферу пространственной игры. Связь музея с ежедневной городской жизнью осуществляется через так называемый «урбанистический ковер» (urban carpet). Собранный из бетонных плит музей продолжает движение тротуара и восходит в серию галерей и блоки верхних этажей. Все вместе сливается в динамичный, завинчивающийся вихрь пандусов, рампы и лестниц. Прозрачность, просвечиваемость и одновременно неясность, смутность пространств создают интерьерные и экстерьерные виды-висты. Восприятие объектов современного искусства в таком здании, которое само по себе представляет произведение искусства, вызывает сильное эмоциональное впечатление у посетителей выставок. Без сомнения авангардная архитектура здания RSCA сыграет большую роль в будущем развитии центра современного искусства Цинциннати.

Архитектура Захи Хадид за ее высокий потенциал часто используется в повышении имиджа города на мировом рынке. В числе последних подобных примеров ее построек следует отметить комплекс «Гэлакси СОХО» в Пекине или Центр Гейдара Алиева в Баку (рис. 11).

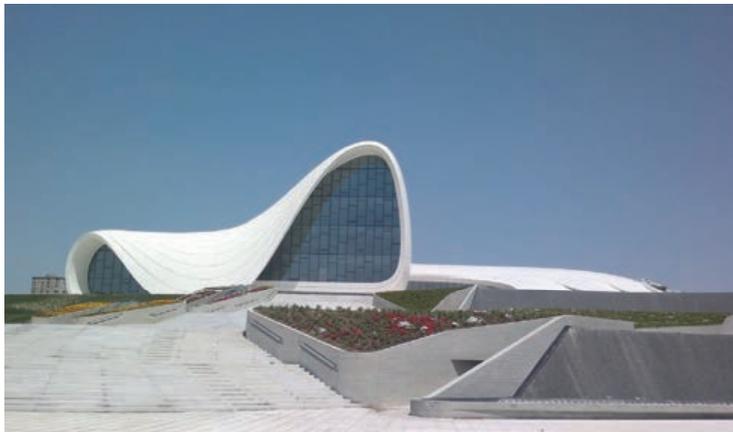


Рис. 11. Имиджевая архитектура. Центр Г. Алиева, Баку. Арх. З. Хадид

Города анализируют собственный потенциал и формируют на этой основе уникальный «профиль». Эффективным примером прагматического подхода в стремлении построить запоминающийся образ для ничем не примечательного населенного пункта является маленький городок Колумбус в штате Индиана, который Американским институтом архитекторов (AIA) был назван шестым в стране по качеству и ценности архитектурных объектов после Чикаго, Нью-Йорка, Вашингтона, Сан-Франциско и Бостона. Он привлекает туристов тем, что является своеобразной коллекцией работ известных американских архитекторов XX в. Здесь расположены постройки Роберта Стерна (Областная больница, 1992), Кевина Роша и Джона Динкелоо (офис компании «Камминс», 1983), Ричарда Мейера (начальная школа, 1979—1982), фирмы «Харди, Хольцман, Пфайфер» (здание Ассоциации профессиональных заболеваний, 1972), Сезара Пелли (здание суда, 1973), Йо Мин Пея (мемориальная библиотека, 1969), Роберта Вентури и Джона Рауха (Пожарная станция № 4, 1968), Элиэла Сааринена («Ирвинг Юнион банк», 1954, церковь, 1940—1942) и других мастеров. Время от времени местные власти привлекают к постройкам мастеров, что позволяет городу поддерживать имидж одного из центров архитектурной культуры Северной Америки.

Исследователи из Университета Уппсалы (Швеция) в своей работе, посвященной имиджу городов Северной Европы, отмечают еще одну стратегию городского брендинга. Это проведение рекламно-коммуникационных кампаний с целью изменения отношения внутренней или внешней аудитории к городу [17, с. 16]. В российской практике городские власти увлекаются именно этой частью брендинга. Как пишет А. П. Панкрухин, «в последнее время непропорционально большое внимание уделяется коммуникациям, так что на весах псевдопроблемы “быть или казаться” все чаще перевешивает вариант “казаться”. Это не удивительно: гораздо проще ограничиться информационной, коммуникативной сферой, чем добиваться преобразования реальности.

Отсюда — мутный поток сугубо брендинговых проектов, отсюда — сосредоточение внимания исключительно на художественных свойствах предлагаемых логотипов, безотносительно к жизненным реалиям» [18].

Итак, как показывает проведенный анализ, задача проектирования привлекательного имиджа получила свое разрешение в архитектурно-градостроительной практике в следующих процессах:

- использование ярких архитектурных образов («зданий-икон»), высотности в архитектуре как проявление стремления к вершинам успеха и, как следствие, развитие такого типа здания, как небоскреб;
- влияние новых образов городов на развитие стратегий городского планирования, реконструкции, инфраструктурных изменений;
- использование визуальных знаков культурной истории в архитектурных образах для привлечения внимания потребителей.

Анализ обширного материала показал, что концепция имиджа города всегда разрабатывается как практическое руководство для целенаправленных действий местных властей. Положительный и привлекательный имидж является одним из инструментов, которым город может привлечь инвесторов. Архитектурный образ становится тем связующим, которое усиливает другие — несимволические — факторы конкурентоспособности городов в рыночной борьбе за инвестиции и ресурсы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Хорунженко К. М.* Культурология. Энциклопедический словарь. Ростов н/Д: Феникс, 1997. 640 с.
2. *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка. М.: АЗЪ, 1995. 928 с.
3. Longman Language Activator. Longman Group UK L, 1993. 1150 p.
4. *Визгалов Д. В.* Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. 110 с.
5. *Хайт В. Л.* Роль и место архитектуры США в мировом зодчестве XX в. и освоение ее опыта в советской архитектуре // Взаимодействие культур СССР и США XVIII—XX вв. М.: Наука, 1987. С. 121—133.
6. *Lynch K.* Image of the City. Cambridge: MIT Press, 1960. 194 p.
7. *Lynch K.* What time is this place? Cambridge: Mit Press, 1972.
8. *Lynch K.* Managing the sense of a region. Cambridge: MIT Press, 1976. 234 p.
9. *Линч К.* Образ города / пер. с англ. В. Л. Глазычева; сост. А. В. Иконников; под ред. А. В. Иконникова. М.: Стройиздат, 1982. 328 с.
10. *Иконников А. В.* Архитектура XX века. Утопии и реальность: в 2-х т. М.: Прогресс-Традиция, 2001—2003.
11. *Дженкс Ч.* Язык архитектуры постмодернизма. М.: Стройиздат, 1985. 137 с.
12. *Иконников А. В.* Функция, форма, образ в архитектуре. М.: Стройиздат, 1986. 288 с.
13. *Berger J.* Ways of seeing. London: Penguin Books Ltd., 1972. 176 p.
14. *Птичникова Г. А.* Градостроительство и архитектура Швеции: 1980—2000. СПб: Наука, 1999. 199 с.
15. *Pagano M.A., Bowman A.O' M.* Cityscapes and capital. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press, 1995. 188 p.
16. *Gottdiener M.* Culture, Ideology, and the Sign of the City // The City and the Sign: an Introduction to Urban semiotics. N.-Y.: Columbia University Press, 1986. 216 p.
17. *Image of City: Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Regions.* Uppsala: Uppsala University, 2006. 41 p.

18. Панкрухин А. П. Маркетинг российских территорий: состояние, прорывы, перспективы // XI Международный симпозиум по имиджологии «Запад — Восток: имиджевый диалог», Берлин, 2013. URL: <http://pankrukhin.ru/wordpress/wp-content/uploads/2014/06/MARKETING-ROSSIJSKIKH-TERRITORIJJ-Berlin.pdf>

REFERENCES

1. Khorunzhenko K. M. *Kul'turologiya. Entsiklopedicheskii slovar'* [Cultural studies. Encyclopedia]. Rostov-on-Don, Feniks Publ., 1997. 640 p.
2. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka* [Explanatory dictionary of the Russian language]. Moscow, AZ'' Publ., 1995. 928 p.
3. *Longman Language Activator*. Longman Group UK L, 1993. 1150 p.
4. Vizgalov D. V. *Marketing goroda* [Marketing of a city]. Moscow, "Urban Economy Institute" Fund, 2008. 110 p.
5. Khait V. L. [Role and place of the US architecture in the world architecture of the XX century and absorption of its experience in the Soviet architecture]. *Vzaimodeistvie kul'tur SSSR i SShA XVIII—XX vv.* [Interaction of the cultures of the USSR and the USA in XVIII—XX centuries]. Moscow, Nauka Publ., 1987. Pp. 121—133.
6. Lynch K. *Image of the City*. Cambridge, MIT Press, 1960. 194 p.
7. Lynch K. *What time is this place?* Cambridge, Mit Press, 1972.
8. Lynch K. *Managing the sense of a region*. Cambridge, MIT Press, 1976. 234 p.
9. Ikonnikov A. V. *Obraz goroda* [Image of the City]. Moscow, Stroiizdat Publ., 1982. 328 p.
10. Ikonnikov A. V. *Arkhitektura XX veka. Utopii i real'nost': v 2-kh t.* [Architecture of the XX century. Utopias and reality: in 2 v.]. Moscow, Progress-Traditsiya Publ., 2001—2003.
11. Jencks Ch. *Yazyk arkhitrektury postmodernizma* [Language of Post-Modernism architecture]. Moscow, Stroiizdat Publ., 1985. 137 p.
12. Ikonnikov A. V. *Funktsiya, forma, obraz v arkhitektуре* [Function, form, image in architecture]. Moscow, Stroiizdat Publ., 1986. 288 p.
13. Berger J. *Ways of seeing*. London, Penguin Books Ltd., 1972. 176 p.
14. Ptichnikova G. A. *Gradostroitel'stvo i arkhitektura Shvetsii: 1980—2000* [Urban planning and architecture of Sweden: 1980—2000]. Saint Petersburg, Nauka Publ., 1999. 199 p.
15. Pagano M. A., Bowman A. O' M. *Cityscapes and capital*. Baltimore and London, The Johns Hopkins University Press, 1995. 188 p.
16. Gottdiener M. Culture, Ideology, and the Sign of the City. *The City and the Sign: an Introduction to Urban semiotics*. New York, Columbia University Press, 1986. 216 p.
17. *Image of City: Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Regions*. Uppsala, Uppsala University, 2006. 41 p.
18. Pankrukhin A. P. [Marketing of the Russian territories: state, breaks, prospects]. *XI Mezhdunarodnyi simpozium po imidzhologii «Zapad — Vostok: imidzhevyi dialog»* [XI Int. Sym. on imagology "West — East: image dialogue", Berlin, 2013]. URL: <http://pankrukhin.ru/wordpress/wp-content/uploads/2014/06/MARKETING-ROSSIJSKIKH-TERRITORIJJ-Berlin.pdf>

© Птичникова Г. А., Антюфеев А. В., 2015

Поступила в редакцию
в июле 2015 г.

Ссылка для цитирования: Птичникова Г. А., Антюфеев А. В. Имидж современного города и его архитектурный образ // Социология города. 2015. № 3. С. 5—21.

For citation: Ptichnikova G. A., Antyufeev A. V. [Image of a modern city and his architectural image]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2015, no. 3, pp. 5—21.

УДК 316.334.56

*Е. В. Недосека,
Т. В. Ануфриева***ОСОБЕННОСТИ
ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
МОЛОДЕЖИ г. МУРМАНСКА***Исследование выполнено
в рамках гранта РФФИ 15-13-51001 «Механизмы конструирования региональной
идентичности населения Кольского Севера».*

Представлен социологический анализ особенностей городской идентичности молодежи. Городская идентичность рассматривается с позиций конструктивистского подхода. Город анализируется как искусственно созданная и социально адаптированная среда проживания, где основной «каркас» образуют результаты деятельности человека — городские здания, сооружения, большая и малая городская архитектура, пространства пешеходного и транспортного движения, которые выступают как символы, носящие определенные значения. Эмпирической базой статьи стало исследование, проведенное среди студентов г. Мурманска ($n=114$), направленное на изучение городской идентичности. Авторы делают вывод, что социально-экономическая стагнация региона в целом сместила акцент в идентичности молодых горожан с восприятия города как уникального, центрального на понимание собственной отдаленности и провинциальности. По результатам исследования студенческая молодежь Мурманска не воспринимает и не ассоциирует себя с территорией своего проживания.

Ключевые слова:

идентичность,
город,
городская идентичность,
провинциальный город,
столичный город.

Современные тенденции урбанизации, повышения территориальной мобильности населения являются актуальными междисциплинарными проблемами, обуславливающими необходимость изучения городской идентичности в социально-гуманитарных исследованиях. Сама категория «идентичность» обрела множество коннотаций, отсылающих к разным формам проявления человеческой жизни и по-разному трактуемых философией, психологией, социологией и этнологией [1]. В последнее время появилось значительное количество исследований, в которых прослеживаются попытки определения категории.

Обращаясь к категории «идентичность», нужно иметь в виду амбивалентный характер этого явления, обозначенный еще Э. Эриксоном. Он рассматривал идентичность как нечто двойственное: с одной стороны — как статичное явление, а с другой — как динамичное. Эриксон избегал однозначных определений и подчеркивал изменчивость понятия в процессе развития личности.

Следуя этой логике, мы можем рассматривать городскую идентичность с позиций конструктивистского подхода. В данной парадигме идентичность интерпретируется как нечто такое, что может выбираться, может быть сконструировано и чем можно манипулировать [2, с. 43]. В этом контексте представляется необходимым рассмотрение теории П. Бергера и Т. Лукмана, которая изложена в работе «Социальное конструирование реальности». Согласно их взглядам идентичность — это ключевой элемент субъективной реальности. Она находится в диалектической связи с обществом и формируется социальными процессами, то есть детерминирована социальной структурой [3, с. 5]. Идентичность — это размещение в «жизненном мире» и поэтому может быть усвоена лишь вместе с социальным миром. Но этот мир должен быть понятен индивиду и, по возможности, наглядно представлен в существующих образах повседневного порядка.

Обращаясь к понятию городской идентичности с позиций конструктивизма, необходимо отметить, что, с одной стороны, городская идентичность конструируется городской средой, которая формирует укорененность горожан посредством комплекса географических, социаль-

**E. V. Nedoseka,
T. V. Anufrieva**

**PECULIARITIES
OF THE URBAN IDENTITY
OF THE YOUTH IN MURMANSK**

The research is carried out within the frameworks of the grant RSNF 15-13-51001 "Mechanisms of design of the regional identity of the population in Kola North"

The article gives the sociological analysis of the peculiarities of urban identity of the youth in Murmansk. Urban identity is considered as Constructionism. Urban space is analyzed as artificially created and socially adopted living environment, where the main "frame" is formed by the results of human activities - city buildings, constructions, big and small architecture, space of pedestrian and transport movements, which stand as symbols with particular meanings. Empirical base of this article is the research conducted among students in Murmansk ($n=114$), aimed at the study of urban identity. The authors come to the conclusion that social and economic stagnancy in the region has shifted the focus in the identity of the youth from the perception of the city as a unique and central one to the understanding of their own farness and provinciality. According to the results of this research it becomes evident that the youth in Murmansk do not percept and do not associate themselves with the territory where they live.

Keywords:

identity,
city,
urban identity,
provincial town,
country city.

Об авторах:

Недосека Елена Владимировна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социальных наук, Мурманский государственный гуманитарный университет, Российская Федерация, г. Мурманск, 183038, ул. Капитана Егорова, 15, Nedelena-24@yandex.ru

Nedoseka Elena Vladimirovna — Candidate of Sociological Sciences, Docent of Social Sciences Department, Murmansk State Humanities University, 15, Kapitana Egorova St., 183038, Murmansk, Russian Federation, Nedelena-24@yandex.ru

ных, экологических и социальных факторов. С другой стороны, она складывается из опыта взаимодействия индивидов с городской средой, их внутренних эмоциональных и социальных связей с местом проживания. Это субъективные переживания и восприятие, наполненные личностным и коллективным опытом горожан.

В этой связи акцентируем внимание на том, что социальная структура населения города есть сложная система, опосредованная различными социальными группами, наполняющими ее. Коллективный опыт и представления о месте своего проживания у разных социальных групп различны, поэтому и смысловое наполнение городской идентичности может сильно различаться. В результате не существует единой городской идентичности, а попытки ее конструирования и приписывания городскому сообществу чреваты потерей чувства реальности, консервацией отживших представлений, экстраполяцией прошлого в настоящее или будущее.

Исследователь О. И. Вендина под городской идентичностью понимает результат идентификации человека с городской общностью как большой социальной группой, отличающейся от ряда других общностей, выделяемых по признаку городской принадлежности [4, с. 28]. Категория также может быть интерпретирована как внутренняя привязка человека к месту своей жизни, эмоциональная и одновременно социальная связь, которая формируется в результате множественных взаимодействий как с городской средой, так и с социумом [5, с. 46].

Поскольку город — это искусственная, социально созданная и социально адаптированная среда проживания, его основной «каркас» образуют результаты деятельности человека — городские здания, сооружения, большая и малая городская архитектура, пространства пешеходного и транспортного движения, которые выступают как символы, носящие определенные значения. Исследователь М. В. Яковлева [6] приводит краткий анализ теории В. Бенджамина, который указывает на уникальность каждого города в его пространственном исполнении, на наличие собственных традиций и ценностей — собственную ауру. Все эти факты формируют и ограничивают городскую культуру, в частности

Ануфриева Татьяна Валерьевна –
научный сотрудник
Научно-исследовательской лаборатории
социологических исследований,
Мурманский государственный
гуманитарный университет.
Российская Федерация, г. Мурманск,
183038, ул. Капитана Егорова, 15,
tanufrieva@socionord.ru

Anufrieva Tat'yana Valer'evna –
Research Scientist of the Scientific Research
Laboratory of Sociological Researches,
Murmansk State Humanities University.
15, Capitana Egorova St., 183038,
Murmansk, Russian Federation,
tanufrieva@socionord.ru

ее пространственные проявления. В то же время городская культура коренится не только в «известных» местах, то есть в городском центре и достопримечательностях (монументы, здания, места для туристов). Важна «внутренняя» жизнь города на станциях метро, на детских площадках, в торговых центрах — там, где люди в основном и контактируют с городом, с его средой и инфраструктурой.

Горожане воспринимают не только комфортность и содержание окружающей среды, но и город в его символических значениях. Архитектурные символы, как правило, являются формообразующими, но вместе со своим символическим значением сообщают и знания, связанные с культурным и историческим содержанием объекта.

Эту точку зрения на город как некое пространственное построение высказывает и К. Линч, называя город «конструкцией в пространстве гигантского масштаба» [7, с. 5]. Он выделяет такие предметные формы, составляющие содержимое городов, как пути, границы, районы, узлы и ориентиры.

Городское пространство неоднородно, в его структуре существуют отношения соподчинения и встроенности. Пространство в городе социально обусловлено и разделено, в результате чего образуются районы и другие территориальные образования, имеющие некоторые границы, нередко даже законодательно закрепленные. Но город — это не просто определенным образом организованная и оформленная среда, но и его жители — городское сообщество. Оно неоднородно по своему составу, в нем существует множество социальных групп, культур и субкультур, а также такие группы, как соседства, то есть люди, объединенные территорией, районом своего проживания.

И. А. Разумова [8, с. 92] отмечает, что для формирования локальной идентичности любого уровня принципиальное значение имеет историческая зрелость или же устойчивость политико-административных границ, определяемая давностью и длительностью существования этих границ. В обычных условиях она определяется в формировании определенной системы ценностей и норм поведения жителей.

Для перехода к анализу особенностей городской идентичности молодежи города Мурманска необходимо отметить некоторые факты из истории самого города, скорее свидетельствующие об одной из главных особенностей формирования городской идентичности — исторической незрелости города.

История города насчитывает фактически столетие, дата основания 4 октября 1916 г. Мурманск — это результат политики индустриализации Советского государства. Он в значительной степени пострадал во время Великой Отечественной войны, массовая застройка и освоение территории города в современных ему пределах велись начиная с 60-х гг. XX в. Все вышеперечисленные факты отразились на городском ландшафте.

Город насчитывает три административно-территориальных округа: Первомайский, Октябрьский и Ленинский. Архитектурное разнообразие характерно только для центра города как исторической части, поскольку именно здесь сосредоточена основная часть памятников, зданий, построенных в 1950-е гг., центральная площадь. Остальные районы застроены скобообразными дворами с типовыми домами преимущественно 76-й (большинство) и 93-й серий.

Как такового коренного населения в городе нет. Он заселялся приезжими в основном из средней части России, а также из Белоруссии и Украины. Наличие передовой промышленности и полярных надбавок делало территории Крайнего Севера весьма привлекательными для проживания на период трудоспособного возраста. Особенности и условия жизни 60—70-х гг. XX в. конструировали специфическую городскую идентичность населения: эта специфичность заключалась в осознании собственной уникальности «жизни на краю света», «свободы» и пр. По всем критериям дихотомии «столичный — провинциальный» Мурманск нельзя было отнести к последнему. Исследователи В. В. Вагин, Н. С. Дягилева, Л. А. Журавлева [5, 9], анализируя городское пространство с позиции «столичный — провинциальный город», выделяют следующие критерии:

1. Численность населения. В 1989 г. (пик экономической развитости региона) по данным статистики в городе проживали 460 039 человек. Мурманск являлся самым крупным городом Заполярья, имел статус его столицы.

2. Доступность для населения различных ресурсов (экономических, политических, культурных). Относительно экономического критерия необходимо отметить, что основные отрасли производства, такие как рыболовство и рыбопереработка, морской транспорт, судоремонт, морские, железнодорожные и автомобильные перевозки, металлообработка, пищевая промышленность, морская геология, являлись передовыми отраслями советской экономики в целом, далекими от использования традиционных технологий, и характеризовали Мурманск как город с высоким уровнем развития производства. В нем прослеживалась и специфическая культурная составляющая. Во-первых, при застройке районов и микрорайонов места для досуга планировались в центральных их частях, что было весьма нетипично для советского строительства. В городе функционировало 2 драматических театра, 5 кинотеатров, более десятка Домов культуры и творчества, музеев, выставочный зал, филармония и пр.

С. Н. Жирякова [9, с. 318] разделяет столичные и провинциальные города по признаку комфортности, под которым понимается наличие жизненных удобств, благоустройство среды, организация транспорта, связи, а также

культура, доступность образовательных и иных интеллектуальных услуг. С этой точки зрения Мурманск правомерно занимал позицию столицы.

3. Особенности жизнеустройства жителей столичных и провинциальных городов. Провинциальное жизнеустройство воспроизводит традиционные уклады жизнедеятельности домохозяйств, что абсолютно не было характерно для городской среды Мурманска.

На сегодняшний день прогнозы города не утешительны. Процессы деиндустриализации, произошедшие в 90-х гг. XX в., привели к значительным социально-экономическим последствиям: высокие миграционные показатели и социальная мобильность молодежи (в основном из-за отсутствия рабочих мест и возможностей для самореализации) привели к снижению численности населения, которая активно начинает прослеживаться начиная с 90-х годов XX в. С этого времени наметилась тенденция к снижению численности населения. По сравнению с 1989 г. население города сократилось втрое. По статистическим данным на сегодняшний день она составляет 302 468 чел¹. Все эти факторы социально-экономического характера оказали определенное влияние на формирование идентичности современных молодых мурманчан.

В данном контексте представляется актуальным исследование соотношения представлений молодежи о городе с его территорией. Эмпирическое исследование особенностей городской идентичности молодежи г. Мурманска проводилось в феврале 2014 г. методом анкетирования. Анкета состояла из 16 открытых вопросов. Выборка доступная, объем — 114 человек, все информанты являются жителями Мурманска, студентами МГГУ и МГТУ (респонденты представлены примерно поровну). Выбранные учебные заведения являются двумя старейшими государственными вузами города, остальные учебные заведения, имеющие статус вузов в Мурманске, являются либо филиалами столичных вузов, либо коммерческими структурами.

Отвечая на вопрос «Нравится ли Вам город, в котором Вы живете?», (табл. 1) 63,7 % информантов отметили, что город нравится, 31,9 % — город не нравится (табл. 2), и еще 4,4 % информантов не определились с ответом.

Таблица 1. Причины, по которым Мурманск респондентам нравится

Причина	Выборы	%
Тихий, спокойный, красивый, простой	42	36,7
Нравится северная природа и природные явления	24	21,0
Мурманск — моя Родина	21	18,4
Хорошие люди, родственники, теплые отношения между людьми	13	11,4
Большие возможности для досуга	6	5,2
Перспективность и развитость региона	4	3,4
Небольшое количество представителей народов Средней Азии	2	1,7
Всего:	112	98,2

¹ Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2013 г. М.: Федеральная служба государственной статистики Росстат, 2013. 528 с. (Табл. 33. Численность населения городских округов, муниципальных районов, городских и сельских поселений, городских населенных пунктов, сельских населенных пунктов).

Таким образом, самый большой процент выборов (36,7 %) связан с такими характеристиками города, как «тихий», «спокойный», «простой». Данный показатель может быть интерпретирован как представление молодежи о статусе группы в частности и города в целом.

Одна из наиболее значимых характеристик статуса города — дихотомия «столица — провинция» [5, с. 47]. Здесь важно отметить, что статус группы определяется ее местом в системе социальной стратификации и обуславливается доступностью для ее представителей различных материальных и духовных ресурсов. Статус провинциального города характеризуется высокой проницаемостью и гибкостью групповых границ, что весьма характерно для провинциальных городов, а также высоким уровнем миграции.

21,0 % среди причин, по которым город нравится, отмечали привлекательность северной природы и природных явлений. Были указаны следующие варианты ответов: «очень нравится природа», «северное сияние», «снег», «красиво», «горы», «залив» и т. п.

Для 18,4 % город воспринимается как малая родина. В ответах этих информантов чаще всего упоминались такие причины, как «добрые люди», «отношения на Севере у людей теплее, чем в средней полосе, люди приветливые и добрее», «город с более высоким уровнем доброжелательности у людей», «привлекает доброта людей, наличие родственников».

Таким образом, можно сделать вывод, что большинство респондентов (63,7 %) транслируют положительное восприятие города в целом, что свидетельствует о территориальной идентификации данного процента респондентов. Об этом свидетельствуют и причины, перечисляемые опрашиваемыми: весь спектр причин скорее свидетельствует о характеристиках территории и может быть обозначен как трансляция особой северной принадлежности.

Таблица 2. Причины, по которым Мурманск респондентам не нравится

Причины	Выборы	%
Неблагоприятные климатические условия	12	22,2
Внешний вид города, домов; инфраструктура	15	27,8
Экологическая обстановка, загрязненность	1	1,9
Проблема трудоустройства и карьерного роста	3	5,6
Высокие цены и тарифы ЖКХ	2	3,7
Низкие зарплаты, уровень жизни	1	1,9
Отсутствие перспектив и возможностей для развития региона и населения	9	16,7
Культурно-досуговый дефицит	9	16,7
Неразвитость образовательной сферы	1	1,9
Географическое положение	1	1,9
Всего:	54	100,0

Данные табл. 2 свидетельствуют, что самой непривлекательной чертой города для молодежи является его внешний облик (27,8 %). Указывая на непривлекательность, опрашиваемые отмечали следующее: «серость города», «серые дома», «деревяшки», «плохие дороги», «пробки», «плохо развита инфраструктура», «загрязненность». Ответы респондентов скорее свидетельствуют о неудовлетворенности «локальным» местом жизни — серыми домами, неблагоустроенными и загрязненными дворами, т. е. присвоенной и обжитой территорией. На втором месте (22,2 %) неблагоприятные климатические ус-

ловия: «мало тепла, короткое лето», «суровый климат», «плохие климатические условия», «нестабильные погодные условия», «перепады температур», «долгая зима», «сырость». Третье место (16,7 %) занимают причины, относящиеся к отсутствию перспектив и возможностей для развития региона и населения и культурно-досуговый дефицит: «нет перспектив для развития, для реализации задуманного, больше возможностей»; «некуда пойти, мало мест для отдыха, парков».

Распределение, представленное в табл. 2, практически совпадает с распределением табл. 3, где респонденты перечисляли недостающие для привлекательности или усиливающие привлекательность элементы города.

Таблица 3. Необходимые элементы привлекательности Мурманска

Элементы	Выборы	%
Облагороженный вид города	36	35,0
Культурно-досуговое развитие	43	41,7
Чистота	19	18,4
Социально-экономическое развитие, подъем промышленности	17	16,5
Озеленение	14	13,6
Тепло	8	7,8
Добрые люди	5	4,9
Работа	5	4,9
Квартиры	3	2,9
Всего ответило человек	103	
Всего ответов	150	146

41,7 % респондентов отметили культурно-досуговое развитие города. Для Мурманска с его непростыми природно-климатическими условиями является актуальной организация культурно-досугового пространства населения. Одна из причин культурно-досугового дефицита — высокая коммерциализация досуга в целом. 35,0 % респондентов отметили такой необходимый городу элемент, как облагороженность его вида. Типовая застройка микрорайонов с преобладающим серым цветом в значительной степени сказывается на особенностях восприятия города его населением. 16,5 % отметили социально-экономическую составляющую, необходимую городу для привлекательности жизни в нем. Упадок промышленности и спад производства в том числе сместили акцент в восприятии горожан с уникальности Мурманска на провинциальность.

Ряд вопросов анкеты был направлен на описание Мурманска и мурманчан подходящими с точки зрения респондентов прилагательными. Всего было получено 170 прилагательных. Все они были классифицированы по 8 основаниям: 1) описывающие северную принадлежность города: «холодный», «северный», «снежный», «полярный», «ветренный», «суровый» — 21,8 %; 2) указывающие на отсутствие внешней привлекательности города: «серый», «запущенный», «скучный», «унылый», «неинтересный», «тусклый», «грязный» — 21,8 %; 3) подчеркивающие внешнюю привлекательность города:

«красивый», «симпатичный», «яркий» — 14,7 %; 4) указывающие на особенности географического положения и застройки города: «многоярусный», «лестничный», «отдаленный», «длинный», «гористый», «большой», «маленький» — 10,0 %; 5) относящиеся к развитию инфраструктуры: «развивающийся», «динамичный», «современный», «чистый», «ухаженный», «уютный»; 6) выражающие особое эмоциональное отношение к городу: «родной», «близкий по душе», «любимый», «уникальный», «сказочный», «таинственный» — 8,8 %; 7) отражающие человеческие качества: «добрый», «веселый», «креативный», «смелый», «статный», «дружелюбный», «грозный» — 8,8 %; 8) выказывающие отраслевую специфику и историческое прошлое: «морской», «рыбный», «героический», «молодой» — 4,7 %.

Необходимо отметить, что при анализе полученных прилагательных явно прослеживается их семантическая дифференциация. Восприятие города молодыми людьми крайне противоречиво и выражается прямо противоположными категориями. В ходе исследования мы выявили следующие дихотомии: «серый — яркий», «сонный — динамичный», «запущенный — развивающийся», «тихий — шумный», «типичный — уникальный», «чистый — грязный», «веселый — скучный», «большой — маленький», «светлый — мрачный», «снежный — солнечный». С одной стороны, это свидетельствует об особенностях субъективного восприятия и опыта жизни в городском пространстве Мурманска респондентов, с другой стороны, это является характерной чертой провинциального образа жизни в целом, которая транслируется через сочетание абсолютно противоположных черт и постоянного перехода из крайности в крайность [10, с. 16].

Все прилагательные, относящиеся к характеристике мурманчан, можно условно классифицировать по основанию оценки (положительная, нейтральная, отрицательная). 57,7 % дают положительную оценку горожанам: «добрые», «отзывчивые», «приветливые», «вежливые» и пр.; 25,6 % оценивают мурманчан отрицательно, используя такие прилагательные, как «угрюмые», «злые», «нервные», «недовольные» и пр.; 16,7 % употребляли нейтральные категории: «такие же как все», «люди как люди», «обычные», «разнообразный народ» и пр. Таким образом, можно сделать вывод, что четверть респондентов (25,6 %) транслирует негативную оценку своей принадлежности к городскому сообществу.

На вопрос анкеты о связи своего будущего с городом респонденты показали следующее распределение ответов (табл. 4).

Таблица 4. Связь будущего респондентов с Мурманском

Наличие связи	Выборы	%
Да, ощущаю связь	50	44,6
Нет, не ощущаю связи	41	36,6
Затрудняюсь ответить	21	18,8
Всего	112	100,0

44,6 % ответили, что связывают свое будущее с этим городом, 36,6 % — нет, не связывают, 18,8 % не определились с ответом. Таким образом, мы выяснили отношение студенческой молодежи, проживающей в Мурманске, к своему городу и причины привлекательности и непривлекательности города

среди респондентов. 71,9 % опрошиваемых имеют позитивное отношение к Мурманску, привлекательность города для них заключается в его небольших размерах, простоте и размеренности городской жизни, особое отношение обосновано природными особенностями, а также тем, что для 18,4 % информантов Мурманск является родным городом. Непривлекательные черты города, по мнению студенческой молодежи, заключаются в неблагоприятных климатических условиях и серости, связанной, с одной стороны, с теми же климатическими условиями, а с другой, с однообразностью застройки.

Говоря об особенностях городской идентичности молодых людей, проживающих в Мурманске, необходимо отметить, достаточно высок процент тех, кому город не нравится (31,9 %) и тех, кто не связывает свое будущее с ним (36,6 %). Социально-экономическая стагнация региона в целом сместила акцент в идентичности молодых горожан с восприятия города как уникального на понимание собственной отдаленности и провинциальности. Как показали данные проведенного исследования, достаточно высокий процент студенческой молодежи Мурманска не воспринимает и не ассоциирует себя с территорией своего проживания. При этом необходимо отметить, что почти все опрошенные респонденты — это коренные жители города, прожившие в нем либо всю жизнь, либо более 10 лет. Здесь необходимо обратить внимание на то, что, согласно теории Х. Ташфела и Дж. К. Тернера, при «негативной» идентичности и негативной оценке групп у ее членов есть два пути решения кризиса: отрицать свою принадлежность либо искать признаки для положительной идентификации. Отсутствие возможности влиять на ситуацию и ее решение приводит к тому, что жителями выбирается более простой путь получения позитивной идентификации, то есть смена самой группы или места жительства [6, с. 131, 138].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Малахов В. С. Неудобства с идентичностью // Вопросы философии. 1998. № 2. С. 43—54.
2. Головнева Е. В. Региональная идентичность как форма коллективной идентичности и ее структура // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. № 5. С. 42—50.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
4. Вендина О. И. Московская идентичность и идентичность москвичей // Известия РАН. Серия географическая. 2012. № 5. С. 27—39.
5. Дягилева Н. С., Журавлева Л. А. Городская идентичность: понятие, структура и основы формирования // Социология города. 2012. № 1. С. 46—61.
6. Яковлева М. В. Особенности социологического анализа городской символики как фактора формирования идентичности горожан // Вестник Удмуртского университета. Философия. Психология. Педагогика. 2008. № 1. С. 83—90.
7. Линч К. Образ города / пер. с англ. В. Л. Глазычева; сост. А. В. Иконников; под ред. А. В. Иконникова. М.: Стройиздат, 1982. 328 с.
8. Разумова И. А. «Свобода» как один из ключевых определителей Севера // Живущие на Севере: вызов экстремальной среде: сб. статей. Мурманск: МГПУ, 2005. С. 91—95.

9. Жирякова С. Н. Столичность и провинциальность как показатели территориального сообщества // Регионология. 2008. № 2. С. 317—319.

10. Ефремова Ж. Д. Формирование и функционирование менталитета населения малого провинциального города : автореф. дисс... канд. социол. наук. М., 2006. 248 с.

REFERENCES

1. Malakhov V. S. [Inconveniences connected with identity]. *Voprosy filosofii* [Philosophy issues], 1998, no. 2, pp. 43—54.

2. Golovneva E. V. [Regional identity as a form of collective identity and its structure]. *Labirint. Zhurnal sotsial'no-gumanitarnykh issledovaniy* [Labyrinth. Journal of Philosophy and Social Sciences], 2013, no. 5, pp. 42—50.

3. Berger P., Lukman T. *Sotsial'noe konstruirovaniye real'nosti. Traktat po sotsiologii znaniya* [Social design of the reality. Tractate on sociology of knowledge]. Moscow, Medium Publ., 1995. 323 p.

4. Vendina O. I. [Moscow Identity and the Identity of Muscovites]. *Izvestiya RAN. Seriya geograficheskaya* [Regional Research of Russia], 2012, no. 5, pp. 27—39.

5. Dyagileva N. S., Zhuravleva L. A. [Town identity: concept, structure, bases of formation]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2012, no. 1, pp. 46—61.

6. Yakovleva M. V. [Sociology of city symbolic as notion element]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika* [Bulletin of Udmurt University. Philosophy. Psychology. Pedagogy], 2008, no. 1, pp. 83—90.

7. Ikonnikov A. V. *Obraz goroda* [Image of the City]. Moscow, Stroiizdat Publ., 1982. 328 p.

8. Razumova I. A. [“Freedom” as one of the key determinants of the North]. *Zhivushchie na Severe: vyzov ekstremal'noi srede: sb. statei* [People living in the north: challenge to the extreme environment: set of articles]. Murmansk, MSPU Publ., 2005. Pp. 91—95.

9. Zhiryakova S. N. [Capital character and provinciality as indicators of territorial community]. *Regionologiya* [Regionology], 2008, no. 2, pp. 317—319.

10. Efremova Zh. D. *Formirovaniye i funktsionirovaniye mentaliteta naseleniya malogo provintsial'nogo goroda* [Formation and functioning of the mentality of the population of a small country town. Cand. Soc. Sci. Dis.]. Moscow, 2006. 248 p.

© Недосека Е. В., Ануфриева Т. В., 2015

Поступила в редакцию
в июле 2015 г.

Ссылка для цитирования: Недосека Е. В., Ануфриева Т. В. Особенности городской идентичности молодежи г. Мурманска // Социология города. 2015. № 3. С. 22—31.

For citation: Nedoseka E. V., Anufrieva T. V. [Peculiarities of the urban identity of the youth in Murmansk]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2015, no. 3, pp. 22—31.

УДК 316.35

*Е. А. Реймер***РАННЕЕ МАТЕРИНСТВО
В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ**

Статья посвящена рассмотрению особенностей феномена раннего материнства в городской среде. По результатам глубинных интервью, проведенных с несовершеннолетними матерями, в данной статье определены причины раннего материнства в большом городе, трудности, которые испытывают юные матери, а также возможности, которые открывает большой город для несовершеннолетних матерей.

Ключевые слова:

раннее материнство,
несовершеннолетние матери,
причины раннего материнства,
особенности раннего
материнства в городской среде.

*E. A. Reimer***TEENAGE MOTHERHOOD
IN A BIG CITY**

The article is devoted to the peculiarities of the phenomenon of the teenage motherhood in urban environment. According to depth interviews with adolescent mothers the authors define the reasons of teenage motherhood in a big city, the difficulties which young mothers have, as well as opportunities which teenage mothers have in big cities.

Keywords:

teenage motherhood,
adolescent mothers,
reasons of teenage motherhood,
peculiarities of teenage motherhood
in urban environment.

В современном мире раннее материнство является типичным социальным явлением в связи с ростом сексуальной активности подростков, со снижением возраста начала половой жизни, низкой контрацептивной культурой [1—3]. По данным Росстата, в России каждый год более 200 тысяч несовершеннолетних девочек становятся матерями. Волгоград — развитый российский город-миллионник — не является исключением. По данным официальной статистики, динамика численности несовершеннолетних матерей в Волгоградском регионе за период 2009—2013 гг. такова: в 2009 г. 608 несовершеннолетних девушек стали матерями, в 2010 г. — 454, в 2011 — 245, в 2012 — 424, в 2013 — 411.

Можно проследить, что в Волгоградском регионе отмечается устойчивая тенденция снижения количества несовершеннолетних матерей, однако случаи раннего материнства по-прежнему существуют, и данная проблема требует изучения и выработки практических рекомендаций [4, 5].

В данной статье приводятся результаты исследования проблемы раннего материнства в городской среде, направленного на выявление специфики раннего материнства как социального явления в большом городе.

В ходе исследования было проведено 6 глубинных интервью с несовершеннолетними матерями, проживающими в г. Волгограде, в декабре 2014 — январе 2015 гг.

Респондентка К., 14 лет. Проживает вместе с бабушкой, находящейся на пенсии, и дочерью (1,5 года). Финансово-материальное состояние своей семьи оценивает как удовлетворительное. К. ранее обучалась в общеобразовательной школе, но в связи с рождением ребенка прекратила обучение. Родные и близкие К. негативно отнеслись к известию о ее беременности. С отцом ребенка К. не поддерживает отношения. Помощь в воспитании ребенка К. оказывают бабушка и сестра. Примечательно, что мать К. тоже родила ее до своего совершеннолетия (в 17 лет). Основная трудность, с которой столкнулась К. после рождения ребенка, — отсутствие свободного времени. К. отметила, что «еще не поняла, материнство — это ли счастье для нее, но скорее да, чем нет».

Об авторе:

Реймер Екатерина Александровна – преподаватель кафедры социальной работы с курсом педагогики и образовательных технологий, Волгоградский государственный медицинский университет (ВолГМУ), Российская Федерация, г. Волгоград, 400131, пл. Павших Борцов, 1, ekaterina.reimer@gmail.com

Reimer Ekaterina Aleksandrovna – Lecturer of Social Work Department with the Course of Pedagogy and Educational Technologies, Volgograd State Medical University, 1, Square of Fallen Soldiers, 400131, Volgograd, Russian Federation, ekaterina.reimer@gmail.com

Респондентка К., 15 лет. Проживает вместе с матерью, отцом и сыном (6 мес.). Свою семью К. определяет как семью со средним уровнем доходов. Учится в вечерней школе на «хорошо». Отметила, что родители в целом нормально отнеслись к известию о том, что у К. будет ребенок, только отец «поругал чуть-чуть». С отцом ребенка К. живет раздельно, но он принимает участие в воспитании ребенка. Также в воспитании ребенка принимают участие родители К. и мать отца ребенка. К. рассказала о том, что после рождения ребенка она осознала, что «сама еще маленькая, еще ребенок» и то, что у нее «теперь нет друзей».

Респондентка Т., 17 лет. Проживает с родителями, мужем и дочерью (3 мес.). Учится в общеобразовательной школе на «хорошо». Свою семью Т. определяет как семью со средним уровнем доходов. Родные и близкие, друзья отнеслись к известию о беременности Т. положительно — «обрадовались». Т. указывает на собственную усталость, проблемы со здоровьем, нехватку времени и денег. Имеет инвалидность. Отметила, что «материнство — это самое лучшее, что было и есть в моей жизни».

Респондентка Н., 16 лет. Проживает вместе с мамой, бабушкой, братом и дочерью (4 мес.). Социальные категории тех, с кем проживает девушка — пенсионеры и безработные. Финансово-материальное положение оценивает как удовлетворительное. Тема для беспокойства у Н. — благополучие в ее семье, страх остаться одной. В своих планах девушка на первое место ставит получение престижной высокооплачиваемой работы. Н. обучается в вечерней школе на отметки «хорошо» и «удовлетворительно», ранее обучалась в обычной общеобразовательной школе. Реакция родных и близких на то, что у Н. будет ребенок, была положительная. Аналогично отнеслись к этому и друзья Н. Отец ребенка в настоящее время в армии, однако Н. и отец ребенка поддерживают отношения. Свободное время Н. проводит с ребенком. Девушка отмечает, что для нее материнство — это счастье. Помогают воспитывать ребенка юной маме собственные отец и мать, а также родители отца ребенка.

Респондентка И., 17 лет. Девушка проживает с сыном (11 мес.) и молодым человеком, который не является отцом ее ребенка. По словам И., с отцом ребенка они не общаются, он был против оставления ребенка. В воспитании ребенка принимают участие молодой человек и мать И. Состояние своего здоровья И. оценивает как удовлетворительное, «иногда болею». Вредных привычек И. не имеет. Респондентка учится в 11 классе, отмечает, что стало трудно учиться, оценки удовлетворительные. Достаточно переживаний у И. по поводу продолжения обучения в высшем учебном заведении: сможет ли она совместить роль «полноценной» матери для сына и роль студентки, в какое учебное заведение поступать, справится ли она с вступительными испытаниями, ведь на подготовку не будет много времени, и т. д. Свободное время И. проводит, гуляя с ребенком и готовясь к экзаменам, «на себя времени не хватает». Друзья И. отнеслись к известию о ее беременности «по-разному, но больше положительно». Рассказала, что материнство для нее это «огромное счастье, которое не выразить словами».

Респондентка Е., 17 лет. Вместе с отцом, матерью, братом и дочерью (3 года) проживает совместно в 3-х комнатной квартире. Отмечает, что семья имеет высокий уровень доходов благодаря семейному бизнесу отца и брата. Отношения с отцом ребенка Е. не поддерживает. В воспитании дочери принимают участие мать и отец респондентки. На вопрос о трудностях, с которыми столкнулась после рождения ребенка, Е. не нашла, что ответить. Е. после рождения дочери продолжает обучение в школе, заканчивает 11 класс и строит планы по продолжению образования. По словам Е., друзья отреагировали положительно на известие, что у нее будет ребенок. Однако в настоящее время на общение с друзьями времени почти не остается, правда, они не проявляют интереса к встречам с Е., если ей не с кем оставить дочь.

Анализируя глубинные интервью, мы определили причины несовершеннолетнего материнства в большом городе, трудности, которые испытывают юные матери, а также возможности, которые открывает большой город для несовершеннолетних матерей.

Причины несовершеннолетнего материнства:

- невежество в области репродукции: девушки беременеют из-за отсутствия знаний, касающихся процесса зачатия и контрацепции;
- желание получать социальные пособия и тем повысить свой материальный уровень;
- психологическая потребность в материнстве;
- воздействие социальных норм и их неверная интерпретация;
- влияние гормональных изменений, происходящих в организме подростка, физиологическая причина раннего материнства: половой акт, который совершается под непосредственным влиянием гормональных изменений, приводит к беременности и рождению ребенка;
- отсутствие надзора со стороны родителей: низкая психолого-педагогическая культура родителей является причиной беременности и рождения детей в семьях родителей-одиночек [6, 7].

По результатам исследований в Великобритании девушки из малообеспеченных и неблагополучных семей в большей степени подвержены риску стать несовершеннолетней матерью [8].

Конечно, все перечисленные причины раннего материнства могут быть таковыми и в городской среде. Согласно данным, полученным при анализе глубинных интервью, *наиболее частые причины несовершеннолетнего материнства в большом городе* это:

1) отсутствие надзора со стороны родителей, потому что, как правило, родители большую часть времени проводят на работе и на контроль девочки-подростка часто не остается времени [9];

2) так называемая «беременность по ошибке», когда девушка в силу невежества в области контрацепции, алкогольного опьянения или желания показаться «смелой и крутой» имеет незащищенный половой контакт, вследствие чего беременеет.

Наиболее специфичной причиной раннего материнства в большом городе является осведомленность несовершеннолетних городских жительниц о доступности и относительной безопасности проведения аборт на ранних сроках беременности и вследствие этого легкомысленное отношение к половому акту без использования средств контрацепции.

Трудности, с которыми сталкиваются несовершеннолетние матери в большом городе. 1. Основная трудность, с которой сталкиваются практически все юные матери, проживающие в большом городе, — это материальные проблемы. Даже удовлетворение минимальных потребностей (питание, необходимая одежда, коммунальные платежи) влечет за собой высокие траты, жить в большом городе дорого. Как правило, несовершеннолетние матери живут в семьях с низким и средним уровнем доходов, и непредвиденное рождение нового члена семьи и, следовательно, появление новой большой статьи расходов негативно сказывается на финансовом положении семьи. Так, по данным зарубежного лонгитюдного исследования причин и последствий раннего материнства, несовершеннолетнее материнство ведет к длительным экономическим затруднениям, которые могут длиться вплоть до десяти лет [10].

2. Вторая по значимости проблема, с которой сталкивается несовершеннолетняя мать, — это жилищный вопрос. Он стоит остро в городской среде, так как цены на недвижимость неоправданно высоки. С появлением нового члена семьи имеющееся жилье, как правило, становится неподходящим, тесным для проживания. Решить проблему можно, арендовав или купив жилплощадь, но в условиях дефицита средств такое не всегда возможно. Кроме того, сложившаяся ситуация негативно сказывается на психологическом климате в семье юной матери.

3. Следующая трудность несовершеннолетней матери заключается в том, что в семье, проживающей в большом городе, все ее трудоспособные члены работают, следовательно, юной матери в основном приходится рассчитывать только на собственные силы в воспитании ребенка.

4. Проблемой для юной матери становится нехватка рекреационных зон для детей — скверов, парков, оборудованных игровых площадок. Конечно, работа по обустройству городов в этом направлении проводится, однако проблема до конца не решена.

Возможности, которыми обладают несовершеннолетние матери в большом городе. Несмотря на то, что в настоящее время медико-социальная работа с несовершеннолетними матерями носит фрагментарный и несистемный характер, несовершеннолетние матери, проживающие в большом городе,

имеют возможность получить своевременную высококвалифицированную медицинскую помощь, воспользоваться консультационными услугами психологического и юридического характера в учреждениях социальной защиты, принять участие в «школах будущих матерей» и других социальных программах и проектах, разрабатываемых в центрах репродуктивного здоровья и планирования семьи и в центрах социального обслуживания [11].

Кроме того, несовершеннолетние матери могут с большей вероятностью продолжить обучение как в школе, так и в высшем учебном заведении, воспользовавшись услугами государственных и частных учреждений дошкольного образования, волонтерских детских комнат.

В большом городе развита культурно-развлекательная инфраструктура, с ее помощью несовершеннолетняя мать может разнообразно и эффективно организовывать совместный досуг для себя и ребенка («трогательные» зоопарки, батутные центры, интерактивные музеи для детей и др.).

Отмечая положительные аспекты раннего материнства в большом городе психологического характера, следует отметить, что случаи рождения ребенка несовершеннолетней матерью не являются чем-то исключительным. Городские жители более терпимо, толерантно относятся к несовершеннолетним матерям, вследствие этого таким девушкам более комфортно жить в городской среде: в школе такое событие не получит большой огласки, не пострадают отношения с учителями и сверстниками, девушка не станет социально дезадаптированной.

Итак, феномен раннего материнства в большом городе имеет свои особенности. Беременеют и рожают девушки-подростки, как правило, из-за отсутствия контроля со стороны родителей, занятых на работе, и собственного желания поэкспериментировать, по причине осведомленности о способах проведения абортов, а не о способах контрацепции. Быстрый ритм городской жизни, высокий уровень культуры и воспитания у горожан, развитая система здравоохранения, образования и социальной защиты, разнообразная культурно-развлекательная инфраструктура благоприятно сказываются на жизни несовершеннолетних матерей и их детей. Дороговизна жизни в городской среде и трудности с решением жилищного вопроса накладывают негативный отпечаток на проживание юной матери в большом городе. Таковы результаты проведенного исследования раннего материнства в городской среде.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Навроцкий Б. А., Деларю В. В.* Проблемы биоэтики в социологических исследованиях городской тематики // *Биоэтика*. 2014. № 1. С. 31—34.
2. *Соснина И. Г., Ушкова У. Э.* Эмоционально-личностные особенности несовершеннолетних матерей // *Фундаментальные исследования*. 2013. № 10-2. С. 446—449.
3. *Стукалова А. В.* Малолетнее материнство как социальный феномен // *Педагогический журнал Башкортостана*. 2011. № 1(32). С. 66—73.
4. *Ковалева А. В.* Социальная работа с несовершеннолетними беременными, сохраняющими беременность // *Ученые заметки ТОГУ*. 2014. Т. 5. № 1. С. 121—126.
5. *Новикова Е. Н.* Влияние городской среды на добрачное поведение молодежи // *Социология города*. 2011. № 2. С. 16—22.

6. Крысько А. А., Ланцбург М. Е. Подростковая беременность и юное материнство. Причины, проблемы и пути решения (Из опыта работы Института прикладных наук, Гамбург, Германия) // Современная зарубежная психология. 2013. Т. 2. № 1. С. 88—99.
7. Нартова Н. А. Маленькие мамы: стратегии субъективации материнства // Здоровье и интимная жизнь: социологические подходы. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2012. С. 300—322.
8. Kiernan K. Teenage Motherhood — Associated Factors and Consequences — the Experiences of a British Birth Cohort // Journal of Biosocial Science. 1980. Vol. 12. № 4. Pp. 393—405. DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/S0021932000013006>
9. Седова Н. Н., Кантемирова Г. А., Каплунов К. О. Родители-горожане глазами врачей (на материале городского детского инфекционного стационара) // Социология города. 2014. № 4. С. 45—52.
10. Early Motherhood and Long-Term Economic Outcomes: Findings From a 30-Year Longitudinal Study / S. J. Gibb, D. M. Fergusson, L. J. Horwood, J. M. Boden // Journal of Research on Adolescence. 2014. №. 25. Pp. 163—172.
11. Бязрова М. А., Ковалева М. Д. Этика отношений социального работника и врача акушера-гинеколога // Биоэтика. 2013. № 2. С. 43—45.

REFERENCES

1. Navrotskii B. A., Delaryu V. V. [Problems of Bioethics in Sociology City Themes]. *Bioetika* [Bioethics], 2014, no. 1, pp. 31—34.
2. Sosnina I. G., Ushakova U. E. [Emotional and Personality Traits of Adolescent Mothers]. *Fundamentalnye issledovaniya* [Fundamental Research], 2013, no. 10-2, pp. 446—449.
3. Stukalova A. V. [Teenage Motherhood as the Social Phenomenon]. *Pedagogicheskii zhurnal Bashkortostana* [Bashkortan Pedagogical Journal], 2012, no. 1, pp. 66—73.
4. Kovaleva A. V. [Work with Minor Pregnant, Preserving Pregnancy]. *Uchenye zametki TOGU* [Scientists Notes PNU], 2014, 5(1), pp. 121—126.
5. Novikova E. N. [Urban Environment Influence on Antenuptial Behavior of Youth]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2011, no. 2, pp. 16—22.
6. Krys'ko A. A., Lantsburg M. E. [Teenage pregnancy and early maternity. Reasons, problems and ways out (By experience of Hamburg Institute of Applied Sciences, Germany)]. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya* [Journal of Modern Foreign Psychology]. 2013, 2(1), pp. 88—99.
7. Nartova N. A. [Teenage mothers: the strategies of the motherhood subjectification]. *Zdorov'e i intimnaya zhizn': sotsiologicheskie podhody* [Health and intimacies: sociological approaches]. Saint Petersburg, Publishing House of European University in Saint Petersburg, 2012. Pp. 300—322.
8. Kiernan K. Teenage Motherhood — Associated Factors and Consequences — the Experiences of a British Birth Cohort. *Journal of Biosocial Science*, 1980, 12(4), pp. 393—405. DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/S0021932000013006>
9. Sedova N. N., Kantemirova G. A., Kaplunov K. O. [Parents-citizens through the eyes of doctors (on the material of the municipal children's infectious hospital)]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2014, no. 4, pp. 45—52.
10. Gibb S. J., Fergusson D. M., Horwood L. J., Boden J. M. Early Motherhood and Long-Term Economic Outcomes: Findings From a 30-Year Longitudinal Study. *Journal of Research on Adolescence*, 2014, no. 25, pp. 163—172.

11. Byazrova M. A., Kovaleva M. D. [Ethics of Relations Social Worker and Physician Obstetrician-Gynecologist]. *Bioetika* [Bioethics], 2013, no. 2, pp. 43—45.

© Реймер Е. А., 2015

*Поступила в редакцию
в июле 2015 г.*

Ссылка для цитирования: Реймер Е. А. Раннее материнство в большом городе // Социология города. 2015. № 3. С. 32—38.

For citation: Reimer E. A. [Teenage motherhood in a big city]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2015, no. 3, pp. 32—38.

УДК 316.653:614.2-054.5

*Н. Н. Седова,
Б. А. Навроцкий***ОТНОШЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ
КРУПНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО
ГОРОДА
К ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННОЙ
МЕДИЦИНЕ***Статья подготовлена при
поддержке Гранта РФФ № 15-18-30057.*

Персонализированная (индивидуализированная, персонифицированная) медицина — сравнительно новое направление современной медицины. Оно развивается, преимущественно, в высокотехнологичных медицинских центрах крупных промышленных городов, где существует объективная возможность сохранения тайны персональных данных пациентов, анонимность тестирования и операционально-манипуляционная диагностическая база. Нужно ли развивать персонализированную медицину в средних и малых городах, пока не обсуждается. Существует два пути развития персонализированной медицины — интенсивный (совершенствование существующих и внедрение новых технологий на уже имеющихся базах) и экстенсивный (расширение сферы услуг персонализированной медицины — от крупных городов к средним и малым). Мнение жителей городов, где уже практикуется персонализированная медицина, во многом определит выбор пути ее развития.

Ключевые слова:

персонализированная медицина,
крупный промышленный город,
предуктивная медицина,
генетическое тестирование,
лекарственное средство (ЛС),
земский врач,
модели врачевания.

Термин «personalized medicine» впервые появился в названии монографии К. Jain (1998) [1]. А с 1999 г. он уже появился в библиографической базе данных Medline. Но в России к данному термину пока прохладное отношение, потому что традиции отечественной медицинской школы включали индивидуальный подход к больному как медицинскую максимум любой модели врачевания [2]. Более того, идея индивидуализации лечения высказывалась еще в трудах Гиппократов, в этике Парацельса, в известном тезисе «лечить больного, а не болезнь» [3].

Иногда персонализированную медицину (ПМ) называют предуктивной, акцентируя внимание на ее диагностически-профилактическом значении. В этом смысле ее определяют как «приспособление методов лечения к индивидуальным особенностям каждого пациента».

И здесь следует сказать, что немалую роль в становлении и развитии персонализированной и, в частности, предуктивной медицины сыграла урбанизация. Только крупные промышленные и научные центры предоставляют условия для практического применения достижений ПМ. К ним мы относим:

1) наличие высокотехнологичных медицинских центров (наука + технологии + диагностика и лечение);

2) наличие крупных частных клиник и системы соответствующих платных услуг (предуктивная медицина и последующее медицинское сопровождение пациента не включены в программы ОМС и ДМС);

3) муниципальная система медицинской помощи и ОМС, исключающая индивидуальный подход к пациентам при сохранении со стороны последних потребности в таком подходе;

4) реализация типично «городской» модели врачевания: контрактной, при наличии строгих мер конфиденциальности, не реализуемой в условиях малых городов или сельской местности.

Персонализированная медицина — это благо, которое во многом обязано своим существованием урбанизированной среде. Но причины ее появления — в неэффективности лекарственной терапии, поскольку существующие в настоящее время лекарственные препараты оказываются неэффективными для 30...60 % пациентов, а за-

**N. N. Sedova,
B. A. Navrotskii**

**ATTITUDE
OF THE RESIDENTS
OF LARGE INDUSTRIAL CITIES
TO PERSONALIZED MEDICINE**

*The article is prepared with the support
of Grant RNF # 15-18-30057*

Personalized (customized) medicine is a relatively new field of modern medicine. It mainly develops in high-tech medical centers of large industrial cities, where there is an objective possibility of secrecy of patients' personal data, anonymity of testing and operationally manipulation diagnostic facilities. The issue of the necessary to develop personalized medicine in medium and small cities has not been discussed yet. There are two ways of the development of personalized medicine – intensive (improvement of existing and introduction of new technologies using existing databases) and extensive (expanding the scope of services of personalized medicine – from large cities to medium and small ones). The opinion of the residents of the cities, where personalized medicine is being practiced, will largely determine the choice of the way of its development.

Key words:

personalized medicine,
large industrial city,
predictive medicine,
genetic testing,
medicine (drugs),
zemsky doctor,
models of healing.

Об авторах:

Седова Наталья Николаевна –
доктор философских наук,
доктор юридических наук,
зав. Отделом этической,
правовой и социологической
экспертизы в медицине,
Волгоградский медицинский
научный центр,
nanised@mail.ru

Sedova Natal'ya Nikolaevna –
Doctor of Philosophy, Doctor of Law,
the Head of the Department on Ethical,
Legal and Sociological Diligence
in Medicine,
Volgograd Medical Scientific Center,
nanised@mail.ru

частую наносят вред [4]. То есть задачей тех, кто занимается персонализированной медициной, является проведение типологии пациентов по критерию эффективности для них тех или иных ЛС. Такая стратификация пациентов позволит применять те или иные профилактические и терапевтические процедуры только для тех пациентов, которым они принесут пользу, и избежать ненужных затрат и негативных побочных эффектов для тех, которым они заведомо не подходят. В таком общем понимании персонализированная медицина не является чем-то абсолютно новым в медицинской практике. Стратификация пациентов, по сути дела, является основой для таких направлений, как трансплантология и переливание крови. Появление специального термина для обозначения этого подхода в современном понимании произошло в связи с расширением возможностей генотипирования индивидов.

Но спрос на достижения персонализированной медицины пока выше среди специалистов-медиков, чем среди пациентов. Почему?

Во-первых, рядовые горожане обеспокоены ответственностью, которая неизбежно возникнет, если персонализированная медицина станет каждодневной практикой. Об этом говорят исследования социологов тех западных стран, где персонализированная медицина уже обладает определенным институциональным статусом. Так, Ланкастер и Кардифф (Великобритания) проанализировали отношение людей к генетическому тестированию с целью индивидуального подбора и разработки препаратов. Они отметили высокий уровень тревожности у пациентов в связи с ожиданиями информации о предрасположенности к каким-то заболеваниям и растерянность по вопросу о том, как такой информацией пользоваться.

В трех крупных городах Германии был проведен опрос 328 пациентов и 378 врачей для оценки их отношения к фармакогенетическому тестированию. Большинство пациентов (96 %) и врачей (52 %) положительно оценили наличие фармакогенетических тестов. Примерно треть пациентов беспокоит нарушение неприкосновенности частной жизни (36 %).

Навроцкий Борис Александрович –
доктор философских наук,
профессор,
заведующий кафедрой
философии, социологии и психологии,
Волгоградский государственный
архитектурно-строительный
университет (ВолГАСУ),
Российская Федерация, г. Волгоград,
400074, ул. Академическая, 1,
banavr17@gmail.com

Navrotsky Boris Aleksandrovich –
Doctor of Philosophy, Professor,
Head of Philosophy, Sociology
and Psychology Department,
Volgograd State University of Architecture
and Civil Engineering (VSUACE),
1, Akademicheskaya St., 400074,
Volgograd, Russian Federation

Женщины были более склонны высказывать негативное отношение. Молодые пациенты чаще выражали оптимизм в отношении применения генетического тестирования. Врачи частной практики высказывали опасение, что пациенты с «предсказанными» заболеваниями могут быть подвергнуты дискриминации по месту работы или в частных страховых компаниях (61 %) [5].

А. Рогуш и Д. Праус описывают полуструктурированные интервью, проведенные с пациентами, которым был прописан азатиоприн для коррекции аутоиммунных реакций и профилактики острого отторжения после трансплантации почки. Кроме того, были проведены фокус-группы 1 — с пациентами и 2 — с медицинскими работниками, причем отбирались только те медицинские работники, которые оказывали помощь данной категории пациентов. Обе фокус-группы показали позитивное отношение к фармакогенетическому тестированию, но пациенты были настроены более оптимистично, чем врачи [6], настолько, чтобы считать персонализированную медицину более привлекательной, чем привычные формы медицинского обслуживания.

Так, например, были проведены интервью с больными раком легкого, толстой кишки и молочной железы для оценки осведомленности о персонализированной медицине и генетическом тестировании, которые показали, что пациенты или не имеют понятия о персонализированной медицине, или определяют ее не так, как это принято в медицинской науке. Многие респонденты выразили опасения по поводу психологического вреда и возможной дискриминации в результате генетического тестирования. Они не хотели проходить генетическое тестирование, т. к. не видели в нем очевидной пользы [7]. Имеются данные и о негативном отношении пациентов к персонализированной терапии, если первоначальная стратификация больных производится по признаку принадлежности к той или иной расе [8]. Для России, безусловно, подобную реакцию можно ожидать по поводу этнической стратификации пациентов.

В России вообще несколько иначе трактуют внедрение достижений персонализированной медицины, чем на Западе [9]. Так, например, опрос 2000 респондентов в городе Томске показал,

что 85 % хотели бы иметь информацию об индивидуальном риске заболеваний, еще больше — 88,5 % респондентов — заявили, что согласились бы изменить образ жизни в случае обнаружения высокого риска. Пока возможность генетической дискриминации вызывает опасения только у 48 % респондентов. При этом на отношение к генетическому тестированию влияют пол, возраст и физиологический статус. Основной причиной, определяющей желание пройти тест, является беспокойство о собственном здоровье, а причиной отказа от тестирования — невозможность оплатить тест и/или последующее лечение [10].

Для общества в целом понятие персонализированной медицины не сводится к достижениям науки и техники. Большинство людей ожидает от персонализированной медицины то, что обычно называется ориентированностью на пациента — более гуманного и чуткого подхода к пациентам, их потребностям, а не научных манипуляций с клетками [11]. Интервью с пациентами свидетельствуют, что смысл персонализированной медицины они видят в гуманизации медицинской практики и личностном отношении врача к пациенту [12].

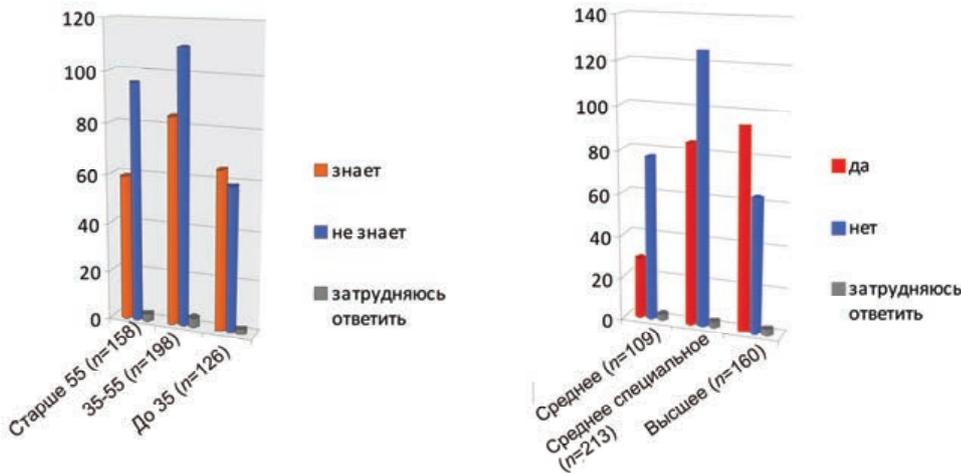
Это понимание персонализированной медицины особенно устойчиво в нашей стране, но распространено, в основном, в тех городах, где есть соответствующие научные центры. Нам представляется, что официальная попытка широкого применения индивидуального подхода к больному была предпринята в 90-х годах прошлого столетия, когда реализовывалась концепция семейной медицины. Это была попытка возрождения земской медицины в условиях новой технологической ситуации. Возможно, поэтому она закончилась неудачно: в городах семейные врачи применения не нашли, хотя в сельской местности они были востребованы. В настоящее время научный смысл понятия «персонализированная медицина» ничего общего с этим не имеет, но это с точки зрения врачей. Для горожан же смысл такой медицины акцентируется в слове «персонализированная», которое они однозначно трактуют как интеграцию а) диагностики, б) лечения, в) коммуникации с врачом в форме индивидуального подхода к больному.

Мы провели опрос горожан с целью определить степень соответствия понимания персонализированной медицины ими и медицинскими работниками. Сразу скажем, что прямых вопросов о персонализированной медицине задавать было нельзя, потому что только 4,4 % респондентов обладали информацией о ней.

А вот знания о генетическом тестировании были у 43,2 % респондентов (примерно поровну у мужчин и женщин). Информированность о генетическом тестировании зависела от возраста и уровня образования (рис.). Те, кто были осведомлены о сути генетического тестирования, также утвердительно ответили на вопрос о возможности определения индивидуальной реакции организма на ЛС при помощи специальных тестов. Больше половины респондентов интересуются своей предрасположенностью к заболеваниям и поэтому хотели бы пройти генетическое тестирование (61,4 %), причем такое желание чаще выражали мужчины (66,4 %), чем женщины (56,9 %). При этом люди в возрасте от 35 до 55 лет выражали такое желание более активно.

Интерес к фармакогенетическому тестированию оказался выше, чем заинтересованность в тестировании с целью определения предрасположенно-

сти к наследственным заболеваниям. 77,4 % опрошенных хотели ли бы пройти фармакогенетическое тестирование, чтобы узнать об индивидуальной реакции на назначенный лекарственный препарат, что сделает лечение более эффективным и безопасным (77,1 % женщин и 77,7 % мужчин).



Информированность о генетическом тестировании в зависимости от возраста и уровня образования

Впрочем, как платную услугу генетическое тестирование респонденты рассматривать упорно не хотят: только 5,2 % опрошенных готовы оплатить прохождение тестирования вне зависимости от его стоимости, для 42,7 % респондентов решение зависит от стоимости тестирования, а 52,1 % не желают его оплачивать вообще.

А вот тесты на лекарственную предрасположенность (фармакогенетические тесты), вне зависимости от их стоимости, готовы оплатить уже 6,4 % респондентов, 64,1 % заплатят, если цена будет приемлемой, 29,5 % платить не будут.

Более понятным для респондентов оказался вопрос о целесообразности прохождения медико-генетического тестирования при планировании семьи (таб.).

Мнения респондентов (мужчин и женщин), %, о необходимости медико-генетического консультирования при планировании семьи

Необходимо мужчинам и женщинам перед вступлением в брак		Необходимо беременным женщинам		Необходимо только лицам с наследственными заболеваниями		Нет необходимости	
М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж
39,7	49	35,6	21,7	19,2	23,7	3,4	2

Молодые люди моложе 35 лет чаще признают необходимость медико-генетического консультирования во всех без исключения случаях. Зависимости оценки необходимости медико-генетического консультирования при планировании семьи от уровня образования в результате анкетирования не обнаружено.

Сравнительно бóльшая заинтересованность населения в фармакогенетических тестах, чем в тестах для определения наследственной предрасположенности к определенным заболеваниям, открывает перспективы перед так называемой *тераностикой*. Этот термин образован от сочетания слов «терапия» и «диагностика» и означает медицинский подход, когда перед назначением лекарственной терапии пациента оценивают на предмет того, будет ли такая терапия персонально для него эффективной и безопасной.

Интервью с пациентами, которые уже имеют опыт генетического и/или фармакогенетического тестирования, показало позитивное отношение к персонализированной медицине. Большинство участников исследования выразили заинтересованность в получении информации о возможностях генетического тестирования. Генетическое тестирование было оценено как перспективная практика, которая позволит повысить эффективность лечения различных заболеваний. Вместе с тем пациенты выразили беспокойство по поводу возможной высокой стоимости новых методов диагностики и лечения.

Однако интервью с этими пациентами показало, что они также применяют расширенное понятие персонализированной медицины. Респонденты часто связывали персонализированную медицину с повышенным вниманием медицинских работников к их личности, с учетом психологических особенностей, опыта болезни и типа реакции на нее. Осведомленность о генетических технологиях, как и среди населения в целом, остается невысокой. Таким образом, для пациентов в персонализации медицины основное значение имеют гуманизация терапии и внимание врача к их личности, а не высокотехнологичная диагностика.

Следовательно, в персонализированной медицине горожане видят возможность восполнить те недостатки муниципального медицинского обслуживания, которые связаны с обязательным применением Стандартов оказания медицинской помощи, нехваткой времени у врача на личный контакт с пациентом, с бюрократизацией системы медицинского обслуживания. Дефицит внимания, типичный для городской среды, весьма оригинально ощущается пациентами при обращении к услугам персонализированной медицины. Известно, что связанная с урбанизацией тенденция унификации элиминирует возможность почувствовать собственную уникальность и неповторимость. Поиски взаимопонимания, впрочем, как и поиски одиночества, — типичное явление для жизни в большом городе. Медицина предоставляет возможность почувствовать ценность собственной личности каждому горожанину, но каким жестоким может быть разочарование, когда он узнает, что *персональный интерес врачей проявляют не к его личности, а всего лишь к его организму!*

В целом можно сделать вывод, что персонализированная медицина может быть хорошо адаптирована в городской среде, но необходимо выбрать оптимальные формы ее институализации. Нам представляется, что:

- Целесообразно создание Центров персонализированной медицины в крупных городах, а не дефрагментация ее услуг по частным клиникам, а такая тенденция уже наметилась.

- В штате таких Центров должны обязательно быть клинические психологи и социальные работники, должно быть представлено психосоматическое направление работы с пациентами, учитывая то, что персональный профиль болезни не только и не столько формируется на генетическом уровне, но подвержен влиянию психологических и социальных факторов.

- Необходима серьезная образовательная работа с горожанами для выработки культуры потребления услуг персонализированной медицины [13];
- ТФОМСам полезно было бы рассмотреть вопрос о квотировании услуг персонализированной медицины для людей, находящихся в трудной жизненной ситуации, сделать для них такие услуги бесплатными;
- И, разумеется, необходимо совершенствование юридической базы системы медицинской помощи с учетом рисков генетического и фармакогенетического тестирования, только надежные гарантии охраны прав пациентов в этой области могут помочь персонифицированной медицине выйти за границы крупных городов и стать общедоступным видом медицинской помощи.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Jain K. K. *Personalized Medicine*. Decision Resources Inc. Waltham, MA, USA, 1998.
2. Петров В. И. Биоэтика и персонализированная медицина // *Биоэтика*. 2014. № 2. С. 4—5.
3. Персонализированная медицина: современное состояние и перспективы / И. И. Дедов, А. Н. Тюльпаков, В. П. Чехонин, В. П. Баклаушев, А. И. Арчаков, С. А. Мошковский // *Вестник РАМН*. 2012. № 12. С. 4—12.
4. De Goma E. M., Rivera G., Lilly S. M., et al. Personalized vascular medicine: individualizing drug therapy // *Vascular Med*. 2011. № 16(5). Pp. 391—404.
5. Rogausch A., Prause D., Schallenberg A., et al. Patients' and physicians' perspectives on pharmacogenetic testing // *Pharmacogenomics*. 2006. № 7. Pp. 49—59.
6. Fargher E. A., Eddy C., Newman W., et al. Patients' and healthcare professionals' views on pharmacogenetic testing and its future delivery in the NHS // *Pharmacogenomics*. 2007. № 8. Pp. 1511—1519.
7. Attitudes of patients with cancer about personalized medicine and somatic genetic testing / S. W. Gray, K. Hicks-Courant, Ch. S. Lathan, L. Garraway, E. R. Park, J. C. Weeks // *Journal of Oncology Practice*. 2012. № 8(6). Pp. 329—335.
8. Patient reactions to personalized medicine vignettes: An experimental design / M. Butrick, D. Roter, K. Kaphingst, L. H. Erby, C. Haywood Jr., M. C. Beach and H. P. Levy // *Genetics in Medicine*. 2011. № 13(5). Pp. 421—428. doi:10.1097/GIM.0b013e3182076633
9. Седова Н. Н. Роль биоэтики в сохранении этносов // *Биоэтика*. 2014. № 2. С. 5—9.
10. An epidemiologic-based survey of public attitudes towards predictive genetic testing in Russia / O. A. Makeeva, V. V. Markova, A. D. Roses, V. P. Puzyrev // *Personalized Medicine*. 2010. № 7(3). Pp. 291—300.
11. Personalized medicine: a windfall for science, but what about patients? / G. Browman, P. C. Hébert, J. Coutts, M. B. Stanbrook, K. Flegel, N. E. MacDonald // *CMAJ*. 2011. December 13, 183: E1277. doi:10.1503/cmaj.110607
12. Individualised medicine from the perspectives of patients using complementary therapies: a meta-ethnography approach / B. Franzel, M. Schwiengershausen, P. Heusser, B. Berger // *BMC Complementary and Alternative Medicine*. 2013. 13: 124.
13. Карымов О. Н., Рахимуллина О. А. Этические проблемы персонализированной медицины в дерматологии // *Биоэтика*. 2013. № 2 (12). С. 36—38.

REFERENCES

1. Jain K. K. *Personalized Medicine*. Decision Resources Inc. Waltham, MA, USA, 1998.
2. Petrov V. I. [Bioethics and Personalized Medicine]. *Bioetika* [Bioethics], 2014, no. 2, pp. 4—5.

3. Dedov I. I., Tyul'pakov A. N., Chekhonin V. P., Baklaushev V. P., Archakov A. I., Moshkovskii S. A. [Personalized Medicine: State-of-the-art and Prospects]. *Vestnik Rossiiskoi akademii meditsinskikh nauk* [Annals of the Russian Academy of Medical Sciences], 2012, no. 12, pp. 4—12.
4. De Goma E. M., Rivera G., Lilly S. M. Personalized vascular medicine: individualizing drug therapy. *Vascular Med.*, 2011, no. 16(5), pp. 391—404.
5. Rogausch A., Prause D., Schallenberg A. Patients' and physicians' perspectives on pharmacogenetic testing. *Pharmacogenomics*, 2006, no. 7, pp. 49—59.
6. Fargher E. A., Eddy C., Newman W. Patients' and healthcare professionals' views on pharmacogenetic testing and its future delivery in the NHS. *Pharmacogenomics*, 2007, no. 8, pp. 1511—1519.
7. Gray S. W., Hicks-Courant K., Lathan Ch. S., Garraway L., Park E. R., Weeks J. C. Attitudes of patients with cancer about personalized medicine and somatic genetic testing. *Journal of Oncology Practice*, 2012, no. 8(6), pp. 329—335.
8. Butrick M., Roter D., Kaphingst K., Erby L. H., Haywood Jr. C., Beach M. C. and Levy H. P. Patient reactions to personalized medicine vignettes: An experimental design. *Genetics in Medicine*, 2011, 13(5), pp. 421—428. doi:10.1097/GIM.0b013e3182076633
9. Sedova N. N. [The Role of Bioethics in the Preservation of the Ethnic Group]. *Bioetika* [Bioethics], 2014, no. 2, pp. 5—9.
10. Makeeva O. A., Markova V. V., Roses A. D., Puzyrev V. P. An epidemiologic-based survey of public attitudes towards predictive genetic testing in Russia. *Personalized Medicine*, 2010, 7(3), pp. 291—300.
11. Browman G., Hébert P. C., Coutts J., Stanbrook M. B., Flegel K., MacDonald N. E. Personalized medicine: a windfall for science, but what about patients? *CMAJ*, December 13, 2011, 183:E1277; published ahead of print July 18, 2011, doi:10.1503/cmaj.110607
12. Franzel B., Schwiegershausen M., Heusser P., Berger B. Individualised medicine from the perspectives of patients using complementary therapies: a meta-ethnography approach. *BMC Complementary and Alternative Medicine*, 2013; 13: 124.
13. Karymov O. N., Pakhimullina O. A. [Ethical Problems of Personalized medicine in Dermatology]. *Bioetika* [Bioethics], 2013, no. 2(12), pp. 36—38.

© Седова Н. Н., Навроцкий Б. А., 2015

Поступила в редакцию
в июле 2015 г.

Ссылка для цитирования: Седова Н. Н., Навроцкий Б. А. Отношение жителей крупного промышленного города к персонализированной медицине // Социология города. 2015. № 3. С. 39—46.

For citation: Sedova N. N., Navrotskii B. A. [Attitude of the residents of large industrial cities to personalized medicine]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2015, no. 3, pp. 39—46.

УДК 614.2

*К. Р. Амлаев,
М. Г. Гейвандова,
Е. Ю. Хорошилова*

ДОСТУПНОСТЬ КАЧЕСТВЕННОЙ ОНКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ В УСЛОВИЯХ ГОРОДА

Причинами низкой доступности качественной медицинской помощи считаются: рост доли платных услуг, дефицит бюджета здравоохранения, принадлежность к социально незащищенным группам, территориальная удаленность медицинских организаций. Целью данной работы было изучение доступности качественной медицинской помощи пациентам с онкологическими заболеваниями в Ставропольском крае. Было проведено анкетирование 1000 пациентов онкологического диспансера Ставропольского края с помощью специально разработанного валидизированного вопросника. Было установлено, что репутация медицинской организации и уровень образования пациента являются определяющими факторами при выборе места получения медицинских услуг. Только каждый десятый пациент недоволен качеством полученной медицинской помощи. Наибольшее число пациентов, не удовлетворенных стоимостью лечения, являются представителями группы с низким уровнем дохода. Кроме того, пациентам с высоким уровнем дохода легче госпитализироваться в стационар. Значительная часть респондентов не удовлетворена качеством информации, предоставленной им в медицинской организации. Мерами по повышению доступности качественной медицинской помощи населению и его удовлетворенности оказанными медицинскими услугами могут стать: повышение территориальной, ценовой доступности медицинской помощи, акции по оказанию адресной медицинской помощи уязвимым группам населения, обучение населения медицинской грамотности.

Ключевые слова:

доступность медицинской помощи, онкология, медицинская организация, городской онкологический стационар, информированность горожан, платные медицинские услуги.

Онкология — это динамично развивающаяся область клинической деятельности, поскольку потребность в ее услугах, к сожалению, не снижается. Качество онкологической помощи должно соответствовать уровню мировых стандартов, предоставляя возможность решать проблемы пациентов в сфере персонализированной медицины. Одним из ключевых моментов является оптимизация медицинской помощи в онкологическом диспансере, включающем стационар. Этот вид помощи возможен в настоящее время только в условиях города, причем речь не идет о малых городах [1].

Успех борьбы с онкологическими заболеваниями зависит от двух взаимосвязанных компонентов: доступности медицинской помощи и ее качества. С каждым годом эффективность такой помощи возрастает, но вот становится ли она доступнее?

Проблема доступности услуг здравоохранения включает в себя не просто возможность попасть к врачу или в медицинское учреждение, а своевременное получение качественной помощи, адекватной потребностям горожан и дающей наилучшие из возможных результаты для здоровья. При этом пациенты ожидают, что их личные расходы на медицинские услуги не должны становиться непосильным бременем для семейного или личного бюджета и тем более являться причиной отказа от лечения. Качество медицинской помощи может быть определено как выполнение профессиональных медицинских стандартов и соответствие оказанной медицинской помощи ожиданиям пациента.

Среди причин, ведущих к ухудшению доступности качественной медицинской помощи в крупных городах, отмечают: нарастание платности, становление новых взаимоотношений с пациентами, разрушающих основы медицинской этики и позволяющих рассматривать пациента в качестве еще одного источника дохода, хронический дефицит финансовых средств в здравоохранении, исключение некоторых групп населения из системы оказания медицинской помощи (бомжей, беспризорных детей, мигрантов, а зачастую просто необеспеченных людей, которые лишены элементарной медицинской помощи), обостряющаяся в последнее время проблема обезболивания при онкологических заболеваниях [2].

*K. R. Amlaev,
M. G. Geivandova,
E. Yu. Khoroshilova*

**ACCESS TO QUALITY
CANCER CARE IN THE CITY**

The reasons for the low availability of quality health care are the following: increase in the share of paid services, the deficit of the health budget, belonging to vulnerable groups, the territorial remoteness of health care organizations. The aim of this work is to study the availability of quality health care to patients with cancer in Stavropol Krai. 1000 patients of the Cancer Center in Stavropol Krai were questioned with the help of a specially developed validated questionnaire. It was found that the reputation of the medical organization and the level of patient's education are the determining factors in choosing where to receive care. Only every tenth patient is dissatisfied with the quality of medical care. The greatest number of patients who are not satisfied with the cost of treatment are the representatives of groups with low income. Besides, for the patients with a high level of income it is easier to be hospitalized. Most of the respondents are not satisfied with the quality of information provided to them in a medical organization. Measures to improve access to quality medical care and satisfy the population with the provided medical services could be: improvement of territorial affordability of health care, campaigns to provide targeted medical care to vulnerable groups of the population, health literacy training.

Key words:

access to medical care,
oncology,
medical organization,
city cancer center,
awareness of citizens,
paid medical services.

Целью нашего исследования было изучение доступности качественной медицинской помощи пациентам с онкологическими заболеваниями в крупном городе.

Было проведено анкетирование 1000 пациентов онкологического диспансера Ставропольского края¹. Исследование проводилось в виде одномоментного количественного исследования и структурированного интервью (самозаполнение анкет).

В анкете респонденту предлагалось оценить деятельность учреждения, в котором он находится, и качество предоставляемых услуг по определенным параметрам, выбрав один из нескольких предложенных вариантов ответов на оценочной шкале. Оцениваемые параметры в анкете сгруппированы по основным факторам, которые окружают пациента в стационарном учреждении при получении им медицинской помощи: отношение медицинских работников; условия пребывания пациента; организация работы; доступность медицинской помощи; эффективность (результативность) полученной медицинской помощи; работа учреждения в целом. Пациенту объяснялась цель исследования и предлагалось принять участие в опросе.

Анкета содержала несколько смысловых блоков:

- о здоровье и самочувствии респондентов;
- об их образе жизни;
- об окружающей среде;
- об отношении респондентов к различным социальным институтам и службам;
- о социально-демографических характеристиках респондентов;
- о качестве оказания медицинской помощи, доступности медицинской помощи и удовлетворенности пациентов ею;
- об этических взглядах пациентов;
- о медицинской грамотности пациентов;
- о приверженности пациентов лечению.

Исследование проводилось в соответствии с разработанным протоколом и инструкцией. Во время опроса анкетеры посещали каждое ЛПУ, участвующее в исследовании, имея при себе не-

¹ По данным канцер-регистра в г. Ставрополе на онкологическом учете состоят 7830 чел. (в т. ч. 300 пациентов с IV клинической группой). Генеральная совокупность, следовательно, составила 7530 чел.

Об авторах:

Амлаев Карэн Робертович – доктор медицинских наук, профессор кафедры общественного здоровья и здравоохранения, Ставропольский государственный медицинский университет. Российская Федерация, г. Ставрополь, 355017, ул. Мира, 310, kum672002@mail.ru

Amlaev Karen Robertovich – Doctor of Medical Science, Professor of Public Health and Healthcare Department. Stavropol State Medical University. 310, Mira St., 355017, Stavropol, Russian Federation, kum672002@mail.ru

Гейвандова Маргарита Грантовна – кандидат медицинских наук, доцент кафедры биологии, Ставропольский государственный медицинский университет. Российская Федерация, г. Ставрополь, 355017, ул. Мира, 310, uchpro@stgmu.ru

Gelvandova Margarita Grantovna – Candidate of Medical Science, Docent of Biology Department, Stavropol State Medical University. 310, Mira St., 355017, Stavropol, Russian Federation, uchpro@stgmu.ru

Хорошилова Елена Юрьевна – врач по медицинской профилактике, Городской центр медицинской профилактики. Российская Федерация, г. Ставрополь, 355000, пер. Макарова, 26, lana30hor@mail.ru

Khoroshilova Elena Yur'evna – Doctor on Medical Prevention, City Center of Medical Prevention, 26, Makarova St., 355000, Stavropol, Russian Federation, lana30hor@mail.ru

обходимое число анкет. Анкеты раздавались лично в руки. Таким образом, респондентам предоставлялась возможность самостоятельного заполнения анкет. Заполненные анкеты опускались респондентами в специально предназначенный для этой цели ящик. После окончания опроса все анкеты вынимались из ящика ответственным за проведение опроса лицом.

Для ввода в компьютер результатов опроса была создана электронная база данных. Оценка различий в ответах пациентов производилась в зависимости от их принадлежности к половозрастной группе, социальным группам, уровня образования, благосостояния, места проживания, нозологии и от других характеристик. Работа с большими базами первичной информации определила выбор методов, реализация которых стала возможна на основе алгоритмического и программного обеспечения пакетов статистических программ SPSS 12 версии.

Все респонденты страдали различными онкологическими заболеваниями. Большинство респондентов имели локализацию процесса в желудочно-кишечном тракте — $39,4 \pm 2,3$ %, респонденты с локализацией процесса в области молочных желез, мочеполовой системе, легких составили соответственно $18,8 \pm 1,9$ %, $16,4 \pm 1,8$ %, $14,4 \pm 1,7$ %. Онкологический процесс другой локализации диагностирован у $11,1 \pm 1,5$ % респондентов.

Число респондентов по возрастным группам увеличивалось прогрессивно с возрастом, достигая максимума в 2-х группах: 56—60 лет — $21,8 \pm 2,0$ % и старше 65 лет — $26,2 \pm 2,1$ %. Женщины составляли $69,7 \pm 2,2$ %, мужчины $30,3 \pm 2,2$ %.

Большинство респондентов проживали в официально зарегистрированном браке — $56,7 \pm 2,4$ %, вдовых было $21,5 \pm 2,0$ %, остальные категории были представлены холостыми — $6,3 \pm 1,2$ %, проживающими в гражданском браке — $7,6 \pm 1,3$ %, разведенными — $7,9 \pm 1,3$ %.

Большая часть респондентов имели средне-специальное и высшее образование ($38,7 \pm 2,3$ % и $29,9 \pm 2,2$ % соответственно), полное среднее образование — $16,4 \pm 1,8$ %, начальное профессиональное образование — $5,3 \pm 1,1$ % респондентов. Без среднего образования в общей сложности $9,7 \pm 1,0$ % опрошенных.

Результаты исследования. Нами было установлено, что чем выше уровень образования пациента, тем выше вероятность того, что он сам будет выбирать лечащего врача. Если 63,4 % пациентов со средним образованием идут по направлению в лечебное учреждение, то среди пациентов с высшим образованием — только 36,4 % (Хи-квадрат Пирсона 18,351^а). Нужно отметить, что сведения о качестве оказываемых медицинских услуг, об отношении к пациентам, о платных услугах и т. п. очень быстро распространяются в городской среде и формируют стереотипы выбора того или иного учреждения [3]. Но интересуются такой информацией преимущественно те, кто имеет возможность выбора и уделяет достаточно внимания своему здоровью, поэтому не удивительно, что самостоятельный выбор клиники предпочитают люди с высшим образованием.

В выборе лечебного учреждения играет роль его репутация. Выявлена зависимость между уровнем образования пациентов и важностью для них престижа клиники. Если в подгруппах пациентов с полным и неполным средним образованием обращали внимание на репутацию клиники не более 27 %, то в подгруппе пациентов с высшим образованием — 38,8 % (Хи-квадрат Пирсона 16,429^а).

Чем выше уровень образования пациента, тем выше вероятность того, что он сам будет выбирать и лечащего врача. Если 63,4 % пациентов со средним образованием идут по направлению в лечебное учреждение, то среди пациентов с высшим образованием — только 36,4 % (Хи-квадрат Пирсона 18,351^а).

Удовлетворенность качеством лечения в онкостационаре зависит также от территории проживания пациента. Наибольшую удовлетворенность качеством лечения демонстрируют жители городов Ставропольского края — 52,6 % — и инокраевые пациенты — 55,8 %. Однако в этих же подгруппах и наибольшее количество полностью не удовлетворенных качеством лечения пациентов: в городах Ставропольского края — 6 %; среди инокраевых — 4,7 % (Хи-квадрат Пирсона 22,698^а).

При этом 59,6 ± 2,4 % пациентов полностью устраивает, а 22,6 ± 2,0 % скорее устраивает, чем нет, отношение к пациентам в стационаре. Не устраивает отношение в стационаре к пациентам 12,1 ± 1,1 % респондентов.

Больше всего недовольны пациенты стоимостью платных услуг: она не устраивает или скорее не устраивает 21,2 ± 1,3 % пациентов. На втором месте — отрицательные оценки отношения к пациентам со стороны персонала (6,7 ± 0,8 %), на третьем — недовольство качеством лечения (5,9 ± 0,7 %). В последнем случае полученные ответы не являются показательными, поскольку речь идет об онкологических больных, чей недуг далеко не всегда поддается успешному лечению, их ожидания не оправдываются по объективным причинам, не зависящим от врачей.

Чем выше уровень благосостояния, тем выше процент тех, кого устраивает качество лечения в стационаре. 42,4 % респондентов из подгруппы «тратящие менее половины дохода» довольны качеством лечения, в то же время опрошенные из подгруппы «тратящие более половины дохода» только в 14,4 % случаев удовлетворены качеством лечения в стационаре (Хи-квадрат Пирсона 29,706^а).

Чем выше уровень благосостояния, тем легче пациентам госпитализироваться в стационар. Ответ «легко» дали 31,3 % респондентов из подгруппы «тратящие менее половины дохода»; 16,4 % из подгруппы «тратящие около половины дохода» и 14,3 % опрошенных в подгруппе «тратящие более половины дохода». Почти 20 % респондентов отметили, что госпитализироваться в стационар им «сложно» или «скорее сложно» (Хи-квадрат Пирсона 34,080^а).

При этом объемом и качеством полученной от медицинских работников информации удовлетворены только 36,9 % мужчин и 52,2 % женщин (Хи-квадрат Пирсона 9,708^а). Очевидно, что женщины относятся к своему заболеванию более ответственно и стремятся получить дополнительную информацию от доктора [4].

Выводы

1. В системе онкологической службы крупного города на выбор лечебного учреждения и врача влияют их репутация и уровень образования пациента.

2. Удовлетворенность качеством лечения в онкостационаре зависит от территории проживания пациента: городские жители дают более высокие оценки этому параметру.

3. Большинство пациентов устраивает качество лечения в онкостационаре, противоположного мнения придерживаются лишь 12,1 ± 1,1 % респондентов.

4. Максимальное недовольство среди респондентов вызывает стоимость платных услуг в онкодиспансере, ею недоволен каждый пятый (21,2 ± 1,3 %). Большая часть давших такой ответ находится в группе респондентов с низким уровнем доходов.

5. Чем выше уровень благосостояния респондентов, тем легче им госпитализироваться в стационар.

6. Значительная часть респондентов не удовлетворена информацией, полученной от врача в стационаре, среди них преобладают мужчины.

Заключение

Мерами по повышению доступности качественной медицинской помощи населению и удовлетворенности оказанными медицинскими услугами могут стать:

- приближение к компактно проживающему населению аптек, учреждений, оказывающих первичную медицинскую помощь, и оздоровительных учреждений;

- санитарное образование населения, повышение уровня санитарной культуры и грамотности, обучение простейшим методам доврачебной самопомощи и взаимопомощи;

- организация парамедицинского или медсестринского патронажа, интегрированного медицинского ухода на дому (дневного или круглосуточного), создание муниципальных или межрайонных домов сестринского ухода и хосписов;

- организация восстановления здоровья и трудоспособности, создание реабилитационных центров;

- проведение профилактических, целевых, периодических осмотров и диспансеризации больных и здоровых, раннее выявление заболеваний, оказание первичной медицинской помощи;

- выявление социально уязвимых групп населения и организация им необходимой и адресной поддержки [5—7].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антонова Т. А. Проблемы социальной незащищенности в онкологии (по материалам фокус группы) // Социология медицины — реформе здравоохранения. Волгоград, 2013. С. 64—68.
2. Каминская И. А., Вешнева С. А., Скрипченко Л. Г. Морально-этические аспекты наркотического обезболивания онкологических больных // Биоэтика. 2015. № 1. С. 54—47.
3. Ненарокомов А. Ю., Антонова Т. А., Барковская А. Ю. Межличностный конфликт в онкологии // Биоэтика. 2012. № 1. С. 36—39.
4. Кураков Д. А., Антонова Т. А. Информированность городского населения об онкологических рисках и способах их профилактики // Социология города. 2013. № 2. С. 58—66.
5. Амлаев К. Р., Муравьев К. А., Шалина Е. П. Качество и доступность медицинской помощи в условиях реализации национального проекта «Здоровье» // Врач. 2008. № 1. С. 82—84.
6. Курбатов А. В., Амлаев К. Р., Муравьев К. А. Современные подходы к формированию политики снижения неравенства в здоровье населения // Медицинский вестник Северного Кавказа. 2010. № 2 (22). С. 67—72.
7. Амлаев К. Р., Курбатов А. В. Современное состояние проблемы неравенства в здоровье (обзор) // Профилактическая медицина. 2012. № 1. С. 10—15.

REFERENCES

1. Antonova T. A. [Problems of social insecurity in Oncology (materials focus groups)]. *Sotsiologiya meditsiny — reforme zdravoookhraneniya* [Sociology of medicine — health care reform]. Volgograd, 2013, pp. 64—68.
2. Kaminskaya I. A., Vishneva S. A., Skripchenko L. G. [Moral and Ethical Aspects of Cancer Patients Narcotic Anesthesia]. *Bioetika* [Bioethics], 2015, no. 1, pp. 45—47.
3. Nenarokomov A. Yu, Antonova T. A., Barkovskaja A. Yu. [Interpersonal Conflict in an Oncologic Practic]. *Bioetika* [Bioethics], 2012, no. 1, pp. 36—39.
4. Kurakov D. A., Antonova T. A. [Awareness of Urban Population about Oncological Risks and Ways of Their Prevention]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2013, no. 2, pp. 58—66.
5. Amlaev K. R., Murav'ev K. A., Shalina E. P. [The Quality and Availability of Medical Care in the Conditions of Realization of the National Project “Health”. *Vrach* [Doctor], 2008, no. 1, pp. 82—84.
6. Kurbatov A. V., Amlaev K. R., Murav'ov K. A. [Modern approach to policy of health inequalities reducing in population]. *Meditsinskii vestnik Severnogo Kavkaza* [Medical News of North Caucasus], 2010, no. 2 (22), pp. 67—72.
7. Amlaev K. R., Kurbatov A. V. [Inequality in health: State-of-the-art (a review)]. *Profilakticheskaya meditsina* [Preventive Medicine], 2012, no. 1, pp. 10—15.

© Амлаев К. Р., Гейвандова М. Г., Хорошилова Е. Ю., 2015

Поступила в редакцию
в июле 2015 г.

Ссылка для цитирования: Амлаев К. Р., Гейвандова М. Г., Хорошилова Е. Ю. Доступность качественной онкологической помощи в условиях города // Социология города. 2015. № 3. С. 47—52.

For citation: Amlaev K. R., Geivandova M. G., Khoroshilova E. Yu. [Access to quality cancer care in the city]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2015, no. 3, pp. 47—52.

*Л. И. Савинов,
Л. А. Дудочкина*

СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ЖИЛЬЯ ДЛЯ МОЛОДЫХ СЕМЕЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

В статье рассматривается возникновение понятий «жилищный вопрос» и «жилищная нужда» в историческом аспекте, их тесная связь с эпохой индустриализации и притоком жителей в города. Выделение молодых семей в самостоятельную социальную группу и формирование государственной политики по отношению к ним необходимо для улучшения демографической ситуации в стране. На примере опроса молодых семей городского округа Саранск анализируется социальная значимость жилищного вопроса в жизни молодой семьи как фактора, влияющего на репродуктивные установки. Потребность в собственном благоустроенном жилье молодые супруги ставят в ранге ценностей на 3–4 место. На федеральном, региональном и местном уровнях разрабатываются меры по поддержке молодых семей. В области жилищной политики на сегодняшний день успешно реализуется подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2011–2015 годы. Также в статье приведены данные об обеспеченности жильем молодых семей, проживающих на территории Приволжского федерального округа, и рассмотрены факторы, влияющие на уровень доступности жилья.

Ключевые слова:

молодая семья,
государственная поддержка,
улучшение жилищных условий,
жилищный вопрос,
семейно-демографическая политика,
городской образ жизни,
население города.

Жилище является главнейшим материальным условием жизни человека наряду с пищей, одеждой, водой, воздухом и т. д. Потребность человека в жилье возникает с момента его рождения и сохраняется на всем протяжении его жизни, т. е. носит постоянный характер, видоизменяясь с возрастом, появлением семьи и детей.

На различных этапах развития общества менялось представление о жилье и в материальном, и в социальном, и в юридическом отношениях. Сами понятия «жилищный вопрос» и «жилищная нужда» в их современном понимании возникли не так давно и тесно связаны именно с эпохой индустриализации и массовым притоком новых жителей в города.

С ростом городов менялся сам дом как материальный объект, происходила смена его конструкций, плана, фасадов, этажности, усложнялись требования к его санитарному обустройству, пожарной безопасности. Изменялись формы собственности на жилье, а также характер его использования. Долгое время в городе преобладала личная собственность на дома, сам же дом был предназначен в подавляющем большинстве случаев для личного проживания хозяина и его семьи, слуг и работников, а также для его производственных нужд. В средневековой мастерской жилые и производственные помещения часто не разделялись. Наниматель предоставлял работнику жилье. Для кратковременного проживания существовали трактиры и постоянные дворы, для бедных и нуждающихся — приюты и ночлежки при церкви. Переход к мануфактурному производству, рост разделения труда и массовое привлечение наемных работников в города привели к возникновению жилищного рынка и жилищного бизнеса.

Для жилищного рынка было характерно большое разнообразие, рассчитанное на разный достаток нанимателя (от роскошных особняков и квартир до ночлежных домов), его вкусы и потребности (от скромных «меблирашек» до пансионов с широким набором услуг) и срок найма (от длительного проживания до временного в гостиницах разного калибра). Спрос на жилье превысил реальное предложение, в том числе из-за нехватки средств у нуждающихся в жилье и из-за миграции в город сельских жителей. Так

*L. I. Savinov,
L. A. Dudochkina*

**SOCIAL SIGNIFICANCE
OF HOUSING FOR YOUNG
FAMILIES
UNDER CONDITIONS
OF A MODERN CITY**

The article observes the origin of "housing problem" and "housing need" concepts in historical perspective, their close connection with the era of industrialization, and the influx of residents to the cities. The selection of young families in a separate social group and the formation of public policy in relation to them are necessary for the improvement of the demographic situation in the country. By the example of the poll of young families in the urban district of Saransk, the social importance of housing problem in the life of a young family as a factor influencing reproductive preferences is analyzed. Young couples give the demand for their own comfortable accommodation in the rank of values the 3–4th places. At the federal, regional and local levels measures to support young families are being developed. Currently, in the area of housing policy the subprogram "Providing housing for young families" of the federal target program "Housing" for 2011–2015 years is being successfully implemented. The article also presents data on housing for young families living on the territory of the Volga Federal district and the factors influencing the housing affordability level are examined.

Key words:

young family,
government support,
housing improvement,
housing problem,
family-demographic policy,
urban lifestyle,
town population.

Об авторах:

*Савинов Леонид Иванович –
доктор социологических наук,
профессор, заведующий кафедрой
социальной работы,
Мордовский государственный
университет им. Н. П. Огарева.
Российская федерация, г. Саранск,
430023, ул. Большевикская, 68,
nju7ja@mail.ru*

возник «жилищный вопрос» и жилищная нужда, когда из-за недостаточности предложения жилья на рынке малообеспеченные наниматели были вынуждены снимать жилье самого низкого качества на самых невыгодных условиях, ютятся зачастую в помещениях, не отвечающих самым элементарным санитарным нормам.

Благотворительность предлагала использовать средства богатых для устройства жилья бедным. Известны достаточно ранние примеры таких дарений, сначала индивидуальных, затем коллективных, и, наконец, помощи со стороны заводчиков и фабрикантов своим рабочим (не лишенной некоторого практического интереса, связанного с закреплением кадров и повышением производительности труда). Однако рассчитывать на регулярность и объем такой благотворительности невозможно. Поэтому на смену личным средствам, своим или чужим, пришла кооперация малых капиталов в жилищной сфере (массовый характер кооперация приобрела в 70-х гг. XIX в.) [1].

На протяжении многих веков о жилье каждый должен был заботиться сам в меру своих возможностей и средств. С развитием капиталистических отношений приток новых жителей в города рос, а вместе с ним росло и число малоимущих, не имеющих возможности и средств создать себе жилье. Строительство с трудом успевало за этим процессом. 1899 г. следует признать переломным в разрешении жилищного вопроса. Именно с этого года страны Европы и Америки начали принимать государственные жилищные законы. Жилищное законодательство в России в этот период развито пока слабо, но уже выходят первые теоретические работы. Признается тот факт, что жилищную проблему можно разрешить лишь совместными усилиями частных лиц и властей. Следовательно, такие технологии, как самопомощь и помощь групповая, в решении жилищной проблемы для молодежи становятся не единственными, а зачастую и неэффективными.

Первая мировая война блокировала приток капиталов в жилищный сектор и выявила как всеобщую трудность, так и острую нехватку средств на строительство, эксплуатацию и оплату найма жилья. В начале XX в. в условиях де-

Savinov Leonid Ivanovich –
Doctor of Sociological Sciences,
Professor, Head of Social Work Department,
Mordovia N. P. Ogarev State University,
68, Bolshevistskaya St., 430023,
Saransk, Russian Federation,
nju7ja@mail.ru

Дудочкина Людмила Александровна –
магистрант кафедры
социальной работы,
Мордовский государственный
университет им. Н. П. Огарева.
Российская Федерация, г. Саранск,
430027, ул. Большевикская, 68,
dudochkina13@mail.ru

Dudochkina Lyudmila Aleksandrovna –
Magistrant of Social Work Department,
Mordovia N. P. Ogarev State University,
68, Bolshevistskaya St., 430023,
Saransk, Russian Federation,
dudochkina13@mail.ru

фицита средств строительство уступило место задачам сохранения и восстановления разрушенного войной жилья. В новой жилищной политике активно использовались законодательные запреты на снос любого жилья без специальной аргументации, запреты на изменение жилищных функций, повышение процентов на ипотеку и кредиты.

В России при дефиците средств наблюдался отток капиталов в военную промышленность, рост беженцев и вынужденное использование жилья под госпитали при высоком уровне инфляции. Попытки увеличения квартирной платы блокировались специально принятыми на время войны законами о нормировании квартирной платы. Следствием замораживания квартплаты при росте дороговизны жизни явилось прекращение ремонтов и катастрофическое разрушение жилья.

В борьбе за власть советское правительство делало упор на передел уже существующего жилого фонда, возможный только в условиях национализации жилья. Жилищный передел и связанная с ним национализация (муниципализация) привели к окончательному исчезновению хозяев жилья как лиц, заинтересованных в его сохранении.

В декабре 1919 г. VII Всероссийский съезд советов принял курс на децентрализацию хозяйственного управления. Большая часть жилья к этому времени оказалась в ведении местных советов, которые занимались распределением жилья, взиманием квартирной платы, выселением, расселением, уплотнением граждан. При отсутствии средств приоритеты отдавались сохранению и восстановлению жилья, строительство жилья было отложено на будущее.

В России XX в. активный процесс урбанизации начался в постреволюционный период. Существенно увеличившийся отток населения из сельской местности в города был обусловлен и изменившимися условиями хозяйствования на селе, и потребностями промышленного развития и индустриализации.

Семейная политика советского государства в условиях быстрого роста численности городского населения была ориентирована именно на городскую семью. Демократизация внутрисемейных отношений способствовала изменению

взглядов, сложившихся в обществе ранее, на брак, семью, детность, ограничивала авторитарно-патриархальные традиции, свойственные семье конца XIX — начала XX вв., что получило свое дальнейшее развитие в 1920-е гг. Изучение брачности и семейного состояния населения России показывает, что в 1920-е гг. основным типом семьи оставалась семья с брачной парой и детьми во главе с мужчиной. В российских городах семья в 1920 г. состояла в основном из 3—4 человек, сложная семья из 6—7 человек. Снижение количества детей в городской семье было связано с постепенной переоценкой, особенно у молодых женщин, своей роли в браке, семье, обществе и переориентацией их с семейно-бытовых приоритетов на общественные. Происходящие перемены сказывались на изменении традиционного репродуктивного поведения женщин, что проявлялось в усилении контроля над рождаемостью.

Население, оказавшись в условиях урбанизации, постепенно меняло свое демографическое поведение, социальное лицо, образ жизни и психологию. Это отражалось на всех уровнях организации общества: на населении города в целом, на отдельных социальных группах (их количестве, составе и организованности), включая трудовые коллективы, соседские сообщества и малые социальные группы — семьи, на особенностях их развития, на жизнедеятельности семей, на формировании самого человека, его образовании, морали, ценностных ориентациях, поведении.

В городе население переходило на другую модель воспроизводства — малодетную семью. Все более четко проявлялся процесс нуклеаризации семей, то есть семьи становились простыми нуклеарными, состоящими из двух поколений (родителей и детей), в отличие от сельских — сложных и многопоколенных семей. Возрастала доля неполных семей с матерью-одиночкой, существование которых в условиях города при патерналистской семейной политике становилось все более возможным [2].

В конце 1921 г. вышел Декрет о демунICIPализации (приватизации) небольших жилых зданий. ДемунICIPализации подлежали только небольшие дома, поэтому в 1922 г. вышел Декрет «О жилищных товариществах». Здание передавалось в аренду жилищному товариществу, объединяющему проживающих в нем жителей. Привлекала возможность внеочередного получения жилья (по нормам) внутри кооператива для членов кооперативов и их семей и предполагаемая в будущем возможность выкупить жилье в собственность, причем с большой рассрочкой.

17 октября 1937 г. ЦИК и СНК СССР издали Закон о сохранении жилищного фонда и улучшении жилищного хозяйства в городах. По существу, принципиальные положения этого закона сохранялись во всех последующих законах о жилье. В соответствии с этим законом почти весь жилищный фонд объявлялся государственной собственностью. Государство стало практически чуть ли не единственным собственником жилья. Понятие «частная собственность» было заменено на понятие «личная собственность».

Как самостоятельная отрасль законодательства жилищное законодательство Российской Федерации сформировалось с принятием Верховным Советом РСФСР на базе общесоюзных Основ жилищного законодательства в 1983 г. Жилищного кодекса РСФСР. Данная отрасль российского законодательства стала более консолидированной, внутренне согласованной системой.

В СССР в 80-х годах десятки тысяч молодых семей смогли решить жилищную проблему благодаря молодежным жилым комплексам (МЖК). Основными правовыми документами стали постановления Совета Министров СССР от 5 июня 1986 года № 268 «О дополнительных мерах по строительству молодежных жилищных комплексов и кооперативных жилых домов для молодежи» и от 12 июня 1986 года № 690 «О некоторых вопросах, связанных с проектированием и строительством МЖК», а также «Положение о молодежном жилом комплексе», утвержденное II пленумом ЦК ВЛКСМ от 12 декабря 1987 г., где было определено, что:

- финансирование МЖК осуществляется в пределах государственных капитальных вложений, выделяемых министерствами и ведомствами, и средств предприятий-дольщиков;

- непосредственное трудовое участие нуждающихся в улучшении жилищных условий молодых людей в строительстве МЖК может осуществляться, как правило, с отвлечением от основного места работы;

- вся жилая площадь в домах МЖК предоставляется рабочим и служащим, выполнившим трудовую программу участия в проектировании и строительстве МЖК.

Положение дает определение МЖК: «Молодежный жилой комплекс (МЖК) представляет собой жилые дома, объекты социального, культурно-бытового и спортивного назначения, предназначенные для проживания и обслуживания рабочих и служащих, принимавших непосредственное участие в их возведении». МЖК представлял собой оригинальную форму осуществления жилой застройки, которая позволяла в комплексе решать финансовые, организационные, архитектурные и социальные проблемы.

Эксперимент по созданию МЖК начал сворачиваться в начале 90-х годов по мере прекращения финансирования жилищного строительства из средств государственного бюджета. Критическая ситуация в жилищно-строительном комплексе наступила в 1992 г., когда было заморожено подавляющее большинство жилых и социально-бытовых объектов МЖК.

Молодежные жилые комплексы являются одним из возможных путей обеспечения молодых семей жильем. Особенность такого метода решения жилищных проблем заключается в следующем. МЖК возник в период определенного экономического развития страны, когда государство имело достаточно средств на решение жилищного вопроса, но имело дефицит рабочей силы в строительной индустрии. Строительный комплекс получал дешевую рабочую силу, а молодые семьи своими руками строили себе жилье.

29 марта 1996 г. Президент России издал Указ «О новом этапе реализации государственной целевой Программы «“Жилище”», в котором поставлены следующие задачи:

- обеспечить возможность улучшения жилищных условий для семей со скромным и средним достатком путем внедрения в практику долгосрочных жилищных кредитов на приемлемых условиях, предоставления субсидий на строительство и приобретение жилья, оказания помощи в развитии индивидуального жилищного строительства и других мер государственной поддержки граждан, нуждающихся в жилье;

- увеличить объемы и повысить качество жилищного строительства.

По мере развития экономических реформ жилищная проблема обострялась все сильнее. Существенно сократилось строительство государственного и муниципального жилья. Кроме того, к тем гражданам, которые стояли в очереди в качестве нуждающихся в улучшении жилищных условий, добавились сотни тысяч беженцев, вынужденных переселенцев, лиц, лишившихся жилого помещения в результате межнациональных конфликтов. С каждым днем становилось все более ясно, что государство не может гарантировать каждому гражданину, нуждающемуся в улучшении жилищных условий, предоставление жилого помещения бесплатно. При этом не надо забывать, что многие граждане проживали в общежитиях, пользовались жилым помещением на условиях поднайма, словом, не имели «постоянного жилья» в пользовании [3].

Социологи должны учитывать и то, что в современных условиях трансформации городского общества интересы, взгляды и ожидания одной семьи могут находиться в противоречии с нормами и ожиданиями социума в целом [4]. Городской образ жизни, безусловно, притягателен для молодых людей возможностью профессионального и социального самоопределения, культурного развития. Современные города — это крупные населенные пункты, развитые административные, промышленные и культурные центры, но вместе с тем городская жизнь зачастую связана с трудностями адаптации к не вполне благоприятным социально-экономическим условиям [5].

1 марта 2005 г. был введен в действие новый Жилищный кодекс, регулирующий современные жилищные отношения. Без преувеличения можно сказать, что произошло кардинальное реформирование жилищной сферы.

В последнее время в России на уровне государства и общества происходило постепенное осознание необходимости проведения активной семейно-демографической политики, так как достаточно длительное время (в постсоветский период) в этой сфере не предпринималось практически никаких мер. Впервые в современной России решение демографических проблем рассматривается не на уровне деклараций или концепций, а в качестве конкретной программы действий в Послании Президента РФ от 10 мая 2006 г. Президентское послание свидетельствует о том, что власть всерьез озабочена сильным сокращением численности населения страны, угрожающим национальной безопасности и российской государственности [6].

Собственный дом, благоустроенное жилье важны не только как условия жизнедеятельности и воспроизводства рабочей силы, но и как условия позитивного мироощущения людей, уверенности в завтрашнем дне, доверия к политическим институтам страны.

Острота жилищных проблем и важность их решения для социально-экономического развития России привели к разработке и реализации приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье — гражданам России». Важным направлением данного Национального проекта, в рамках которого в настоящее время реализуется федеральная целевая программа «Жилище» на 2011—2015 годы по предоставлению жилья категориям граждан, установленным федеральным законодательством, является обеспечение жильем молодых семей. В 2012 г. число молодых семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия, составило 40,8 тыс. (на 26 % больше, чем в 2011 г.).

По данным Федеральной службы государственной статистики общее число семей, состоящих на учете в качестве нуждающихся в жилье по Российской Федерации, на 1 января 2013 г. составило 2 748 252 единиц. Из них 649 856 семьи Приволжского федерального округа (23,6 %) (далее — ПФО), в том числе 156 168 молодых семей (24 % от семей ПФО). Данные по субъектам ПФО приведены на рис. 1.

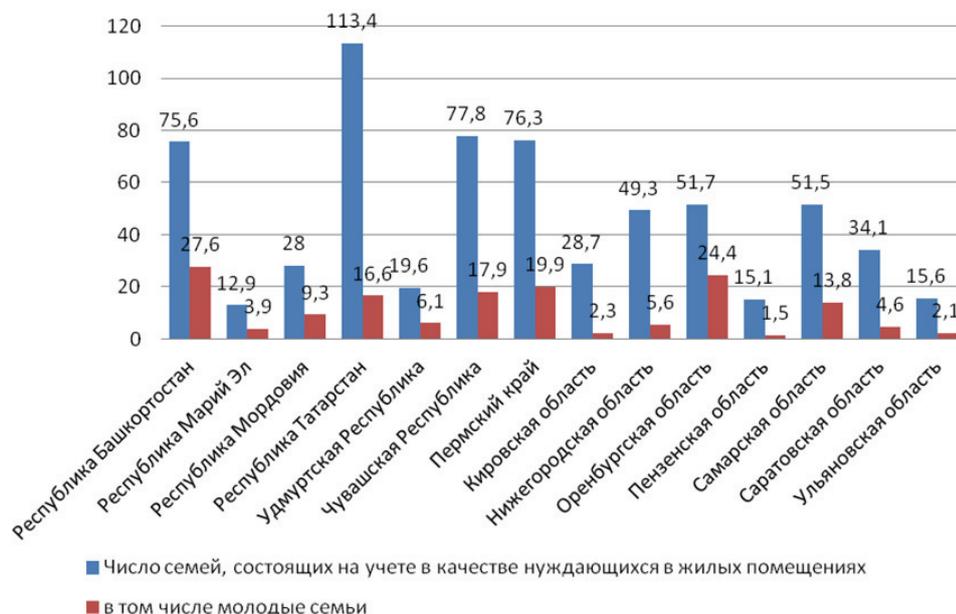


Рис. 1. Число семей, состоящих на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях, по субъектам ПФО на 1 января 2013 г.

Выделение молодых семей в самостоятельную социальную группу и формирование государственной политики по отношению к ним как части государственной семейной политики способствуют повышению устойчивости молодых семей за счет реализации комплекса специальных целенаправленных мер по оказанию им социальной поддержки [7].

Для выявления наиболее важных проблем, стоящих перед молодыми семьями, нами были опрошены 40 представителей данной категории семей городского округа Саранск в возрасте от 18 до 35 лет. Из них 34 состоят в зарегистрированном браке, 6 неполных семей (одиноким матери, воспитывающие детей). 4 супружеские пары не имеют детей, 20 семей воспитывают двух детей, а 16 имеют одного ребенка.

Для 87 % опрошенных респондентов на первом месте стоят финансовые проблемы («неудовлетворенность уровнем заработной платы», «низкий уровень доходов»). В качестве самой важной проблемы 25 % опрошенных назвали «проблему трудовой занятости». Для 65 % опрошенных молодых семей жилищная проблема остается актуальной на сегодняшний день. Основными источниками формирования бюджета молодой семьи являются заработная плата (85 %) и финансовая помощь родителей (22 %).

Молодая семья сталкивается и с большими жилищными трудностями. Среди респондентов:

- а) 35 % молодоженов проживают в собственной квартире;
- б) 10 % молодоженов проживают в квартире родителей, но без них;
- в) 30 % молодоженов проживают совместно с родителями одного из супругов;
- г) 25 % молодоженов снимают жилье.

Жилищные условия, наряду с доходами молодых семей, относятся к важнейшим причинам, определяющим мотивацию молодой семьи в вопросах рождения детей. Как правило, молодые семьи не могут получить доступ на рынок жилья без бюджетной поддержки.

80 % молодых супругов считают, что социальная политика в отношении молодых семей в первую очередь должна быть направлена на решение жилищных проблем, 36 % — на развитие социально-трудовой сферы. Молодые семьи являются мобильной частью населения, поэтому демонстрируют высокий уровень осведомленности о государственных жилищных программах поддержки молодых семей. Среди известных мер поддержки молодых семей в жилищной сфере молодые люди выделили «улучшение жилищных условий с использованием материнского капитала» — 90 %, «обеспечение жильем молодых семей» — 85 %. Респонденты деятельность государства по поддержке молодых семей на современном этапе оценивают «скорее неэффективно, чем эффективно» — 20 %, «неэффективно» — 63 %, «затруднились ответить» — 17 %.

Молодые люди, создавая семью, думают в первую очередь о материальных и жилищных проблемах. Плохие материальные условия жизни часто усиливают конфликтные ситуации, возникающие по другим причинам. Одни молодожены собираются жить совместно с родителями, другие предполагают жить в общежитии, на частной квартире. В целом, современной молодежи свойственно стремление к раздельному проживанию с родителями, хотя зависимость молодых людей от родителей еще велика.

Любое общество, как в периоды кризисов, так и в стабильные времена, стараясь избежать опасностей и рисков, опирается на разные социальные институты (культуру, государство, религию, семью и т. д.), имеющие огромный исторический опыт по отношению к тем или иным опасностям. Поэтому сделать анализ положения российской семьи в системе социальных рисков важно не только с теоретических позиций. От правильного ответа на вопрос о тенденциях развития семьи зависит эффективность семейно-демографической политики. Ошибки в этой сфере являются дорогостоящими, и их отрицательные последствия сказываются на жизнедеятельности нескольких поколений [8].

Доступность жилья в ранге ценностей для молодых супругов г. Саранска имеет первостепенное значение (табл.).

Из таблицы мы видим, что молодые супруги потребность в собственном благоустроенном жилье ставят в ранге ценностей на 3—4 место, а его доступность относят лишь к 11—12 позиции из 13 предлагаемых.

В нашем исследовании опрашиваемые молодожены отдают особую значимость материальным ценностям в жизнедеятельности своих семей, что позволяет исследовать данную значимость в качестве социокультурной за-

кономерности. Это, в свою очередь, подтверждает уже отмеченные нами отношения о взаимосвязи социальных закономерностей с социальными системами [9].

Соотношение рангов «ценности» и «доступности» у молодых супругов

Ценности	Место в ранге ценностей	Доступность	Разность рангов
1. Дети	1—2	3—4	2
2. Здоровье	3	6—7	3,5
3. Интересная работа	5—6	8—9	3
4. Любовь	8	6	-2
5. Материально обеспеченная жизнь	2—3	13	11,5
6. Наличие хороших друзей	7	1	-6
7. Образование	12	8	-4
8. Оказание помощи родителям	11	10	-1
9. Поддержка от родителей	10	6	-4
10. Свое благоустроенное жилье	3—4	11—12	8
11. Счастливая семейная жизнь	4	7	3
12. Уверенность в себе	9	2	-7
13. Уверенность в супруге	10	5	-5

Зарубежные ученые считают, что карьера, приносящая материальную независимость и самостоятельность, зачастую откладывает реализацию потребности у молодежи в семье и родительстве. Современные молодые люди сталкиваются с более широким диапазоном неопределенности и проблем, чем в любой предыдущей эпохе [10]. Неопределенность эта связана с желанием и возможностью молодежи построить новую модель жизненного пути, сосредоточенную на карьере [11].

Желание построить карьеру, приобрести финансовую независимость и самостоятельность влияют на возраст вступления в браки, рождения детей. Длительные периоды образования и неустойчивость на рынке труда, как правило, усложняют достижение такой независимости. Чем больше молодой человек добивается успешной карьеры и самостоятельности, тем дольше он откладывает формирование семьи и родительство [12].

На федеральном, региональном и местном уровне разрабатываются меры по поддержке молодых семей. В области жилищной политики на сегодняшний день успешно реализуется подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2011—2015 годы, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2010 г. № 1050, определяющая условия и порядок улучшения жилищных условий молодых семей.

В рамках данной подпрограммы оказывается государственная поддержка в решении жилищных проблем молодым семьям, нуждающимся в улучшении жилищных условий, в форме предоставления социальных выплат на приобретение жилого помещения или строительство индивидуального жилого дома с привлечением собственных средств и (или) ипотечных жилищных кредитов (займов).

Участницей данной подпрограммы может быть молодая семья, в том числе неполная молодая семья, состоящая из одного молодого родителя и одного и более детей, соответствующая следующим условиям:

- а) возраст каждого из супругов либо одного родителя в неполной семье не превышает 35 лет;
- б) семья признана нуждающейся в жилом помещении;
- в) наличие у семьи доходов, позволяющих получить кредит, либо иных денежных средств, достаточных для оплаты расчетной (средней) стоимости жилья в части, превышающей размер предоставляемой социальной выплаты.

В городском округе Саранск наблюдается возрастающая потребность молодых семей в собственном благоустроенном жилье. Так, по данным администрации городского округа Саранск:

- за 2012 г. признаны участниками подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2011—2015 годы 1438 молодых семей;

- за 2013 г. признаны участниками подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2011—2015 годы 1584 молодые семьи.

Для сравнения: в 2012 г. получили государственную поддержку в приобретении жилья в рамках указанной подпрограммы 1 230 молодых семей городского округа Саранск, а в 2013 г. — только 210 молодых семей.

Это только официальная статистика, не учитывающая те семьи, которые по различным причинам не обратились в государственные органы, но испытывают жилищные затруднения. И таких семей в десятки раз больше. Основные причины неучастия молодежи в жилищных программах: недостаточная информированность молодых семей о возможности улучшения жилищных условий, низкий уровень платежеспособности (размер социальной выплаты составляет 30...35 % от расчетной стоимости жилья, оставшуюся часть семье необходимо оплатить за счет собственных или кредитных средств), отсутствие собственных средств, необходимых для приобретения жилья.

В 2013 г. число молодых семей, улучшивших жилищные условия по Российской Федерации, составило 35 958 единиц. В том числе 11 571 — это молодые семьи, проживающие в ПФО (рис. 2). Из 14 субъектов ПФО в 2013 г. лидирующие позиции по улучшению жилищных условий данной категории населения заняли: Пермский край — 1 858 семей, Самарская область — 1 718 семей, Удмуртская Республика — 1 683 семьи. В Республике Мордовия в 2013 г. улучшили свои жилищные условия 711 молодых семей (1,97 % от российского показателя) — 7 место среди субъектов ПФО.

Количество молодых семей — получателей социальной выплаты в планируемом году — зависит от размера субсидии, предоставляемой бюджету субъекта Российской Федерации на планируемый (текущий) год, с учетом объема субсидий, предоставляемых из федерального бюджета, размера бюджетных ассигнований, предусматриваемых в бюджете субъекта Российской Федерации и (или) местных бюджетах на соответствующий год. Согласно паспорту подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей», общий объем финансирования программы, действующей с 2011 по 2015 годы, должен составить 313,13 млрд руб., в том числе:

за счет средств федерального бюджета — 28,18 млрд руб.;
 за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов — 65,76 млрд руб.;
 за счет собственных и заемных средств молодых семей — 219,19 млрд руб.

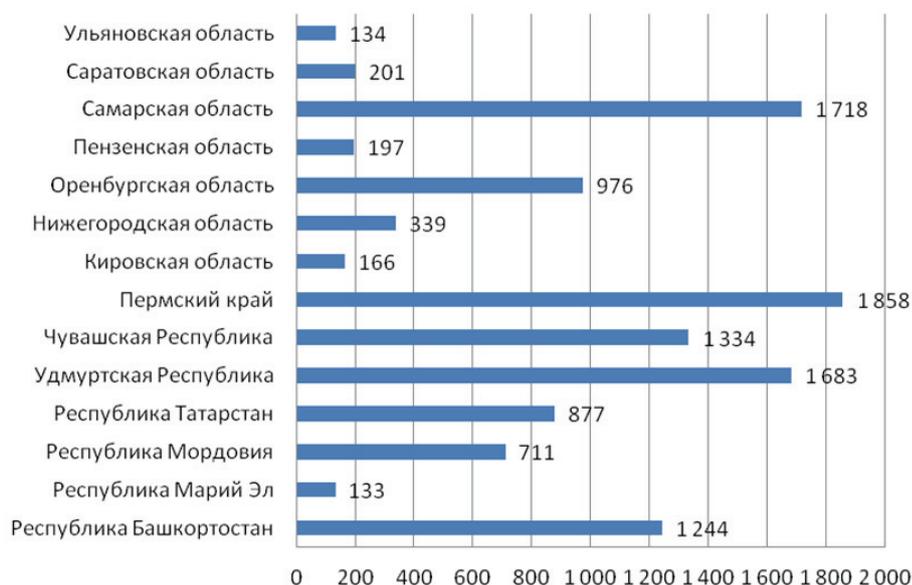


Рис. 2. Количество молодых семей, улучшивших жилищные условия в 2013 г. в Приволжском федеральном округе

Таким образом, предоставление государственной поддержки молодым семьям находится в прямой зависимости от бюджетной наполненности на региональном и местном уровне. Кризисные ситуации в стране, затрагивающие в той или иной степени различные регионы, уменьшают возможности субъекта в полном объеме выделять средства на софинансирование мероприятий подпрограммы на соответствующий год, в связи с чем не все молодые семьи, признанные нуждающимися в улучшении жилищных условий и включенные в списки на получение государственной поддержки, получают социальную выплату в минимальный срок (согласно законодательству при предоставлении субсидий из федерального, регионального и местного бюджетов на все молодые семьи, признанные участниками подпрограммы в установленном порядке и подтвердившие платежеспособность, молодая семья может рассчитывать на получение социальной выплаты на приобретение или строительство жилья через 1—2 года в зависимости от даты признания ее участником подпрограммы) и остаются в списках участников подпрограммы на следующие годы.

Так как уровень доходов молодых семей разный, некоторые из них либо не дожидаются государственной поддержки, либо, вообще не надеясь на помощь государства, вовсе не обращаются за ней в органы государственной власти и самостоятельно приобретают свое жилье. Зачастую при этом рождение детей молодожены планируют только после улучшения своих жилищных условий.

Важным фактором, влияющим на уровень доступности жилья, является рост цен на жилье как на первичном, так и на вторичном рынках. Средняя цена 1 м² общей площади квартир на рынке жилья по Российской Федерации в IV квартале 2013 г. на первичном рынке жилья составила 50 208 руб., на вторичном — 56 478 руб. По сравнению с концом предыдущего года цены на жилье на первичном рынке выросли на 4,07 %, на вторичном — на 0,19 %.

Соответственно в ПФО в IV квартале 2013 г. цена 1 м² на первичном рынке жилья составила 43 093 руб., на вторичном — 48 652 руб. Самые высокие показатели стоимости 1 м² у следующих субъектов ПФО:

- Нижегородская область: на первичном рынке — 53 229 руб., на вторичном — 60 919 руб.;

- Республика Башкортостан: на первичном рынке — 49 557 руб., на вторичном — 53 173 руб.;

- Пермский край: на первичном рынке жилья — 49 027 руб., на вторичном — 43 959 руб.

Средняя цена 1 м² общей площади квартир на рынке жилья по Республике Мордовия в IV квартале 2013 г. на первичном рынке жилья составила 43 990 руб., на вторичном — 37 876 руб.

Наряду с ростом цен на жилье имеет место и рост среднего размера квартиры во вновь построенном жилье (в 1995 г. средний размер квартиры составлял 68,2 м², в 2000 г. — 81,1 м², в 2008 г. — 83,4 м², в 2009 г. средний размер квартиры в построенном жилье составил 85,3 м²). С одной стороны, это свидетельствует о росте комфортности вновь вводимого жилья, а с другой — о снижении его доступности по причине роста площади квартиры при одновременном росте цены 1 м². Однако в 2010 г. средний размер квартиры в построенном жилье снизился на 4,5 % и составил 81,5 м², в 2011 г. — 79,3 м² (на 2,7 % меньше, чем в предыдущем году), в 2012 г. — 78,4 м² (на 1,1 % меньше). Снижение среднего размера квартир во введенных жилых домах происходит за счет опережающего роста числа однокомнатных квартир. По сравнению с 2011 г. их количество возросло на 10,6 %.

Подводя итог, отметим, что в иерархии жизненных потребностей людей жилище находится на одном из первых мест. Жилищные условия являются существенным фактором формирования личности, утверждения человеческого достоинства, сохранения здоровья, самореализации в трудовой и духовной сфере, непосредственно влияют на репродуктивные установки семей.

Государственная жилищная политика в области улучшения жилищных условий молодых семей непосредственно оказывает влияние на развитие и закрепление положительных демографических тенденций; укрепление семейных отношений и снижение социальной напряженности в обществе; закрепление молодых специалистов на местах. Ученые указывают, что для развития современной семейно-демографической политики в России необходимо повысить веру народа в государство [13].

Неотъемлемым принципом жилищной политики должна быть общая доступность удовлетворения жилищных потребностей на основе создания разнообразных форм предложения жилья и кредитования для дифференцированного его приобретения в соответствии с экономическим и социальным положением семей и отдельных граждан, достаточная информированность граждан о существующих программах по улучшению жилищных условий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Чуев А. В., Говоренкова Т. М., Савин Д. А. Жилищные реформы периода НЭПа и возможность применения их опыта в современной России // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. 2004. № 1(18).
2. Коломасова Е. Н., Романовская Е. С., Савинов Л. И. Семейно-демографическая политика в условиях урбанизации // Социология города. 2011. № 2. С. 23—29.
3. Алексеева О. Г. О праве граждан на жилище: новый жилищный кодекс Российской Федерации // ЧиновникЪ.уара.ру. URL [http:// chinovnik.uapa.ru](http://chinovnik.uapa.ru)
4. Касаркина Е. Н. Брачно-семейные установки и добрачные ценности финно-угорской молодежи современного города // Социология города. 2014. № 2. С. 102—114.
5. Новикова Е. Н. Влияние городской среды на добрачное поведение молодежи // Социология города. 2011. № 2. С. 16—22.
6. Савинов Л. И., Романовская Е. С. Эффективность и перспективы реализации семейно-демографической политики: социологический анализ на материалах Дальневосточного федерального округа и Магаданской области // Социальная политика и социология. 2010. № 10. С. 17—28. DOI: 10.17922/2071-3665
7. Васильева Н. У. Молодая семья: проблемы и перспективы социальной поддержки // Вестник ВЭГУ. Серия: Философия. Социология. Политология. 2010. № 4. С. 119—124.
8. Павленок П. Д., Савинов Л. И. Социология: учебное пособие. М.: Дашков и К, 2007. 580 с.
9. Savinov L. I. Regularities of Social Systems // Journal Reports Scientific Society is publishen in Thailand. 2014, № 1(4). Pp. 7—9.
10. Jeffrey C., Mcdowell L. Youth in a Comparative Perspective: Global Change, Local Lives // Youth & Society, Decembtr 2004. Vol. 36. Pp. 131—142. doi: 10.1177/0044118X04268375.
11. Vinken H. New life course dynamics?: Career orientations, work values and future perceptions of Dutch youth // Young — Nordic Journal of Youth, February 2007. Vol. 15. № 1. Pp. 9—30.
12. Oinonen E. Extended Presend, Faltering Future: Family Formation in the Process of Attaining Adult Status in Finland and Spain // Young — Nordic Journal of Youth. May 2003. Vol. 11. № 2. Pp. 121—140.
13. Савинов Л. И., Афанасьев В. С. Текущее состояние и направления развития семейно-демографической политики России // Вестник Мордовского университета. 2012. № 1. С. 183—187.

REFERENCES

1. Chuev A. V., Govorenkova T. M., Savin D. A. [Housing reforms of the NEP period and the possibility of applying their experience in modern Russia]. *Nedvizhimost' i investitsii. Pravovoe regulirovanie* [Real estate and investments. Legal regulation], 2004, no. 1(18).
2. Kolomasova Ye. N., Romanovskaya Ye. S., Savinov L. I. [Family and demographic policy in urbanization]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2011, no. 2, pp. 23—29.
3. Alekseeva O. G. [About the citizens' right to housing: the Russian Federation new housing code]. *Chinovnic.uapa.ru*. URL: <http:// chinovnik.uapa.ru>
4. Kasarkina E. N. [Marriage and family attitudes and premarital values of Finno-Ugric youth in a modern city]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2014, no. 2, pp. 102—114.

5. Novikova Ye. N. [Urban environment influence on antenuptial behavior of youth]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2011, no. 2, pp. 16—22.
6. Savinov L. I., Romanovskaya L. S. [Effectiveness and prospects of the family-demographic policy implementation: sociological analysis on the materials of the Far Eastern Federal District and Magadan Region]. *Sotsial'naya politika i sotsiologiya* [Social policy and sociology], 2010, no. 10, pp. 17—28. DOI: 10.17922/2071-3665
7. Vasil'eva N. U. [The young family: problems and prospects of social support]. *Vestnik VEGU. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Vestnik VEGU. Philosophy. Political Science. Sociology], 2010, no. 4, pp. 119—124.
8. Pavlenok P. D., Savinov L. I. *Sotsiologiya: uchebnoe posobie* [Sociology: tutorial]. Moscow, Dashkov and K, 2007. 580 p.
9. Savinov L. I. Regularities of Social Systems. *Journal Reports Scientific Society is publishen in Thailand*, 2014, no. 1(4), pp. 7—9.
10. Jeffrey C., Mcdowell L. Youth in a Comparative Perspective: Global Change, Local Lives. *Youth & Society*, Decembtr 2004, vol. 36, pp. 131—142. doi: 10.1177/0044118X04268375.
11. Vinken H. New life course dynamics?: Career orientations, work values and future perceptions of Dutch youth. *Young — Nordic Journal of Youth*, February 2007, 15(1), pp. 9—30.
12. Oinonen E. Extended Presend, Faltering Future: Family Formation in the Process of Attaining Adult Status in Finland and Spain. *Young — Nordic Journal of Youth*, May 2003, 11(2), pp. 121—140.
13. Savinov L. I., Afanas'ev V. S. [Current state and line development of the family-demographic policy in Russia]. *Vestnik Mordovskogo universiteta* [Mordovia University Bulletin], 2012, no. 1, pp. 183—187.

© Савинов Л. И., Дудочкина Л. А., 2015

Поступила в редакцию
в июле 2015 г.

Ссылка для цитирования: Савинов Л. И., Дудочкина Л. А. Социальная значимость жилья для молодых семей в условиях современного города // Социология города. 2015. № 3. С. 53—66.

For citation: Savinov L. I., Dudochkina L. A. [Social significance of housing for young families under conditions of a modern city]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2015, no. 3, pp. 53—66.

УДК 330.322

И. Ю. Зубкова

**СОЦИАЛЬНО
ОРИЕНТИРОВАННАЯ
ИНВЕСТИЦИОННАЯ
АКТИВНОСТЬ
В ГОРОДАХ
ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Инвестиционная активность является важнейшим инструментом экономического роста муниципальных образований, субъектов РФ и страны в целом. В связи с этим актуальным остается вопрос выявления причин недостаточной инвестиционной привлекательности многих российских городов, определения потенциала субъектов РФ с этой точки зрения и нахождения направлений и источников инвестиционных вложений. В данной работе оценивается текущее состояние и перспективы инвестиционной активности г. Волгограда и экономически связанных с ним муниципальных районов Волгоградского региона, имеющих значительный инвестиционный потенциал.

Ключевые слова:

инвестиции,
инвестиционный проект,
инвестиционная активность,
город,
социальная сфера.

I. Yu. Zubkova

**SOCIALLY-ORIENTED
INVESTMENT ACTIVITY
IN THE CITIES
OF VOLGOGRAD OBLAST**

Investment activity is the most important tool for economic growth of municipalities, the subjects of the Russian Federation and the country as a whole. In this regard, the question concerning the identification of the reasons for the lack of investment attractiveness of many Russian cities, the determination of the potential of the subjects of the Russian Federation in this context and searching the sources of investment remains. In this paper we assess the current state and prospects of investment activity in Volgograd and cost-related municipal districts of Volgograd Oblast with significant investment potential.

По данным рейтинга International Bank for Reconstruction And Development (The World Bank) по итогам 2014 г. Волгоград занимает 16-е место среди 30 крупнейших российских городов по условиям ведения бизнеса (Doing Business 2015. Going Beyond Efficiency. Comparing Business Regulations for domestic firms in 189 Economies. A World Bank Group Flagship Report. 12th ed. 2014). Наиболее благоприятные условия в городе созданы для регистрации предприятий и собственности. Наименее благоприятные — для получения разрешения на строительство и подключения к системе электроснабжения, связанные с высокой длительностью прохождения всех процедур.

Обратная ситуация складывается в региональном субъекте, где в начале 2014 г. агентство Fitch Ratings изменило прогноз по рейтингам Волгоградской области со стабильного на негативный. Долгосрочные рейтинги региона в иностранной и национальной валюте подтверждены на уровне «ВВ-», краткосрочный рейтинг в иностранной валюте — на уровне «В», национальный долгосрочный рейтинг области — на уровне «А+(rus)» (Fitch Ratings Russia & CIS. URL: <http://www.fitchratings.ru>). Рейтинговое агентство «Эксперт РА» в 2014 г. сохранило рейтинг инвестиционной привлекательности Волгоградской области на уровне 3В1 — «Пониженный потенциал — умеренный риск», присвоенный ей в декабре 2012 г., и определило регион по показателю инвестиционного потенциала на 23-е место, по показателю инвестиционного риска — на 58-е. По первому показателю область за год потеряла одно место, по второму — восемь, и теперь находится в общем ранге в одном ряду с Республикой Саха (Якутия) (56-е место), Ивановской (57-е место), Костромской (59-е место) и Кемеровской областями (60-е место) (Регионы: Волгоградская область. Рейтинговое агентство «Эксперт РА». URL: <http://raexpert.ru/database/regions/volgograd>).

В связи с этим возникают особо острые вопросы выявления причин отрицательной динамики инвестиционной активности в регионе и его муниципальных образованиях, определения перспектив ее активизации и направлений вложения инвестиционных средств в будущем. Ведь экономический рост и развитие территории и

Key words:

investments,
investment project,
investment activity,
city,
social sphere.

Об авторе:

Зубкова Ирина Юрьевна –
кандидат технических наук,
Администрация Волгоградской
области.

Российская Федерация,
г. Волгоград, 400098,
пр. им. Ленина, 9,
kancel@volganet.ru

Zubkova Irina Yur'evna –
Candidate of Engineering Sciences,
the Administration of Volgograd Oblast,
9, Lenin Prospect, 400098,
Volgograd, Russian Federation,
kancel@volganet.ru

наращивание ее комплексного потенциала невозможны в условиях низкой инвестиционной активности.

Среди составляющих инвестиционного потенциала муниципальных образований Волгоградской области наиболее высокие позиции отмечены по показателям трудового, институционального и потребительского потенциалов, наиболее низкие — по инфраструктурному, инновационному, туристическому.

Ввиду крайней ограниченности официальной статистики об объеме инвестиционных вложений в муниципальных образованиях считаем возможным привести соответствующие данные, касающиеся всей Волгоградской области. Тем более они довольно четко отражают тенденции социально-экономического развития городов региона.

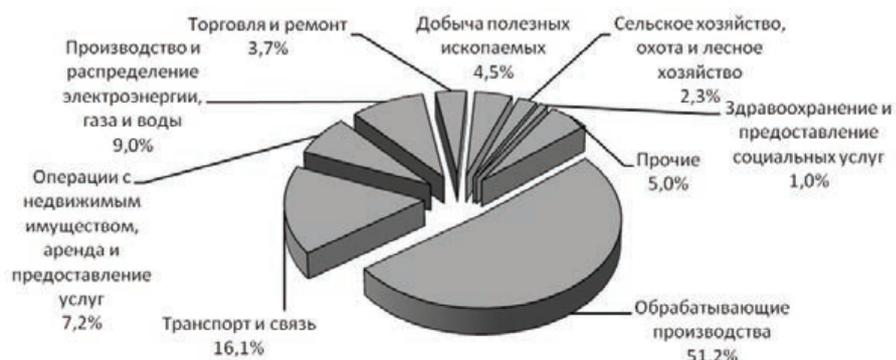
По предварительным данным (Волгоградская область в цифрах. 2014. Волгоград: Волгоградстат, 2015) в 2014 г. объем инвестиций в основной капитал всего региона достиг 175 089,5 млн руб., что на 20,1 % больше, чем в 2013 г. и в 2,23 раза больше показателя 2010 г. Максимальные темпы прироста годового объема инвестиций были зафиксированы в 2011 и 2012 гг.: 32,7 % и 30,8 % соответственно. В 2013 г. показатель почти не изменился, продемонстрировав сравнительно низкую динамику +3,3 %. В связи с этим прирост 2014 г. в 24,5 % можно считать довольно значимым и рассматривать его как признак стабилизации инвестиционной активности в регионе.

В структуре инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности в 2014 г. в регионе преобладали обрабатывающие производства (51,2 %), причем за пять лет 2010—2014 гг. их доля увеличилась в 2,6 раза. Также значительный сектор занимали транспорт и связь (16,1 %) и производство и распределение электроэнергии, газа и воды (9 %), однако их доля по итогам 2014 г. снизилась в сравнении с 2013 г. Оставшиеся виды экономической деятельности в общей структуре инвестиций в основной капитал не превысили 25 %.

Отраслевая структура инвестиций в экономику Волгоградской области представлена на рис.

Прирост инвестиций в обрабатывающие производства за один год в регионе в 2014 г. оказался самым масштабным за последние пять лет. По сра-

внению с 2013 г. показатель вырос в 2,1 раза, обеспечив более половины всех инвестиций в основной капитал области. Динамика роста инвестиций в обрабатывающие производства на протяжении 2010—2014 гг. также была строго положительной и достигла значения 510 %.



Отраслевая структура инвестиций в основной капитал Волгоградской области, % (составлено автором на основе (Волгоградская область в цифрах. 2014. Волгоград: Волгоградстат, 2015)

Значительным также оказался в 2014 г. прирост инвестиций в развитие образования (на 31,5 %), однако общая доля данного вида экономической деятельности в структуре инвестиций в основной капитал в 2013—2014 гг. находится у отметки лишь в 1,5 %. По итогам пятилетнего периода прирост инвестиций в развитие образования составил 228 %.

Инвестиции в развитие экономической деятельности, связанной с добычей полезных ископаемых, показали положительную динамику по итогам 2014 г., превысив показатель 2013 г. на 24,2 %. Стоит обратить внимание на то, что в 2013 г. данный показатель снижался на 15,9 % по отношению к прошлому году, и результат, достигнутый в 2014 г., лишь незначительно превышает соответствующий 2012 г. (+4,5 %). Прирост инвестиций в развитие добычи полезных ископаемых за 2010—2014 гг. составил 164 %.

Значительный рост по итогам периода 2010—2014 гг. отмечен также в объеме инвестиций в развитие образования (228 %), оптовую и розничную торговлю, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (163 %), производство и распределение электроэнергии, газа и воды (116 %) и др.

Наиболее значительное падение (на 55 %) в 2014 г. по сравнению с 2013 г. продемонстрировал показатель объема инвестиций в развитие строительства, почти на 40 % снизился объем инвестиций в развитие здравоохранения и предоставления социальных услуг, на 33 % — финансовой деятельности, на 30 % — оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, на 27 % — предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг и пр.

По итогам пятилетнего периода 2010—2014 гг. снижение объема инвестиций в основной капитал зафиксировано в секторах «предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг» — на 66 %, «здравоохранение и предоставление социальных услуг» — на 40 %, «строительст-

во» — на 17 % и «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» — на 8 %.

Более 80 % инвестиций в основной капитал в Волгоградской области в 2014 г. традиционно были направлены в нежилые здания и сооружения (39,4 %) и машины, оборудование, транспортные средства (42,2 %). Подобная структура сохраняется на протяжении всего периода 2010—2014 гг. На долю жилищ в 2014 г. пришлось 15,1 % инвестиций в основной капитал области.

Объем прямых иностранных инвестиций в экономику Волгоградской области также снижается. Так, в 2013 г. он достиг значения 367,256 тыс. долл. США (54,45 тыс. руб. на душу населения), что на 25 % ниже уровня 2012 г. Более половины всего объема прямых иностранных инвестиций приходится на обрабатывающие производства (Волгоградская область в цифрах. 2014. Волгоград: Волгоградстат, 2015).

Указанные динамические значения значительны и демонстрируют существенные изменения в структуре инвестиций в основной капитал, отраженные в рейтингах инвестиционной привлекательности городов и региона в целом. Однако представленные данные ни в коем случае не означают, что инвестиционные проекты не реализуются вовсе, а лишь демонстрируют нарастание кризисных явлений в экономике.

В настоящее время фиксируется значительный прирост числа планируемых к реализации инвестиционных проектов, обусловленный подготовкой к проведению Чемпионата мира по футболу в 2018 г. в Волгограде. Согласно дорожной карте планируемых к строительству (реконструкции) объектов, необходимых для проведения Чемпионата мира по футболу (Дорожная карта планируемых к строительству (реконструкции) объектов, необходимых для проведения Чемпионата мира по футболу 2018 года в Волгоградской области. URL: www.volganet.ru), готовятся к реализации 137 проектов, связанных со строительством и реконструкцией дорог, строительством гостиничной инфраструктуры, спортивных объектов и т. п. В связи с этим уже в 2013 г. по сравнению с 2012 г. зафиксирован наибольший прирост доли гостиничного и ресторанного бизнеса в валовом региональном продукте региона (на 34,3 %).

В указанном объеме порядка 30 проектов имеют статус приоритетных. В большинстве своем они являются социально-инфраструктурными и направлены на благоустройство муниципальных образований региона и повышение уровня и качества жизни их населения. Важнейшими из них являются:

1. Автомобильная дорога «Обход г. Волгограда», позволяющая в перспективе разгрузить внутригородские магистрали Волгограда путем выведения из города грузового транзитного транспорта, следующего в настоящее время по направлениям «Москва — Волгоград — Астрахань (Элиста)», «Волгоград — Каменск-Шахтинский» и «Сызрань — Саратов — Волгоград». Перспективным данный проект является и на международном уровне, т. к. его реализация позволит существенно расширить и усилить транспортный поток «Россия — Иран — Индия». Данный проект обладает значительным социальным, экологическим и экономическим эффектами, а также служит «точкой роста» в первую очередь для Волгограда.

2. Строительство стадиона на 45 000 мест в рамках подготовки к проведению Чемпионата мира по футболу в 2018 г. Данный проект в долгосрочном плане несет исключительно социальную нагрузку, обеспечивающую наращи-

вание не только количественных параметров человеческого капитала г. Волгограда за счет развития спорта и здорового образа жизни, но и качественных параметров — за счет проведения культурно-массовых мероприятий во время чемпионата и после него.

3. Обустройство территории Центральной набережной Волгограда имени 62-й Армии, включающее комплексную реконструкцию гидротехнических сооружений, сетей водо- и электроснабжения, водоотведения, строительство рокадной дороги, реставрацию объектов культурного наследия и пр. Указанный объект является не только излюбленным местом проведения свободного времени волгоградцев, но и речными воротами в город, его визитной карточкой и основным местом культурно-досуговых и массовых мероприятий в настоящее время. Поэтому его совершенствование безусловно даст значительный социальный и политический эффекты, выраженные в активизации социальной активности граждан в обновленной рекреационной зоне и повышении лояльности к текущей власти муниципального и регионального уровней.

4. Модернизация аэропортового комплекса ОАО «Международный аэропорт «Волгоград» с реконструкцией и строительством дополнительной взлетно-посадочной полосы, наращиванием пропускной способности аэропорта и возможностей по приему воздушных судов нового уровня. Реализация данного проекта повысит транзитный потенциал г. Волгограда, позволит вовлечь большее число населения города и области в международное и межрегиональное сообщение, увеличит мобильность населения как основных агентов экономики [1].

Большой объем инвестиционных проектов планируется к реализации в промышленности и сельском хозяйстве, в том числе предполагающих создание новых экономически эффективных и высоко конкурентных промышленных производств, техническое перевооружение и модернизацию действующих производств и пр.

Наиболее крупными проектами, реализуемыми в муниципальных образованиях Волгоградской области, являются строительство горно-обогатительного комбината по добыче и обогащению калийных солей (ООО «ЕвроХим-ВолгаКалий») в г. Котельниково Волгоградской области и строительство комплекса глубокой переработки вакуумного газойля, 1-й этап (ООО «ЛУКОЙЛ-ВНПЗ»), в г. Волгограде.

Новый горно-обогатительный комбинат в г. Котельниково сможет производить 2,3 млн т калийных солей в год, инициатором проекта выступает ООО «ЕвроХим-ВолгаКалий». Объем инвестиций в строительство составит порядка 70,6 млрд руб. Срок ввода предприятий в эксплуатацию — 2018 г. Реализация проекта уже на сегодняшнем этапе позволила оживить экономику района, создать крупный жилищный и социально-бытовой комплекс для работников предприятия, многократно повысить инвестиционную привлекательность города Котельниково. Фактически построен современный, благоустроенный и комфортабельный район города со всей соответствующей инфраструктурой и культурно-хозяйственным обеспечением. Перспективными результатами реализации инвестиционного проекта являются не только функционирование крупнейшего горно-обогатительного комбината, обеспечивающего значительные налоговые поступления в региональный бюджет, но и использование произведенного продукта в агропромышленном комплек-

се и формирование, таким образом, кластерной модели промышленного производства. Немаловажным результатом реализации проекта является наращивание и функционирование крупной и эффективной социо-эколого-экономической системы муниципального уровня [2].

Реализация проекта по созданию комплекса глубокой переработки вакуумного газойля на базе Волгоградского нефтеперерабатывающего завода позволит увеличить производство дизельного топлива класса ЕВРО-5 и масел III группы за счет его переработки, а также исключить выработку товарных мазутов с одновременным получением гидроочищенного вакуумного газойля. Инициатором проекта выступает ООО «ЛУКОЙЛ-ВНПЗ», объем инвестиций составит порядка 56,6 млрд руб., проект планируется к завершению в 2016 г. Социальная эффективность данного инвестиционного проекта обусловлена появлением новых рабочих мест с соответствующим сокращением напряженности на рынке труда, а также перспективным увеличением налоговых поступлений в бюджеты разных уровней, обеспечивающих расходные статьи социальной направленности.

Крупный инвестиционный проект реализуется на базе ОАО «Волжский трубный завод» в г. Волгограде и предусматривает строительство индустриального парка «Волжский». Новыми инвестиционными проектами предусмотрены также организация производства сортового и фасонного проката в объеме 450...500 тыс. т готовой продукции в год (ЗАО «Волга-ФЭСТ») и создание нового производственного комплекса для выпуска металлических электросварных и полимерных труб (Производственная компания «ДИА»).

Приоритетными направлениями по реализации инвестиционных проектов в долгосрочной перспективе являются также расширение текстильного производства и строительство технологической линии сухого способа производства цемента.

Создание и развитие на территории муниципальных образований Волгоградской области конкурентоспособного промышленного комплекса обязательно с любой точки зрения на инвестиционные процессы и включает в себя повышение темпов роста промышленного производства и рост конкурентоспособности выпускаемой продукции за счет модернизации и технического переоснащения промышленных предприятий, повышения профессионального уровня кадрового состава промышленного сектора, создания и развития инфраструктуры промышленной деятельности (индустриальных промышленных парков, кластеров Волгоградской области) [3]. Подобный сценарий развития определенно положительным образом сказывается на всех общественных процессах города за счет укрепления социально-экономического потенциала [4].

Вместе с тем наблюдается целый ряд негативных моментов, ограничивающих инвестиционную активность и привлекательность муниципальных образований региона. К ним, в первую очередь, стоит отнести сложную экологическую обстановку и критическую ситуацию в сфере утилизации твердых бытовых и промышленных отходов, особенно в Волгограде.

Низкая инвестиционная привлекательность промышленности обусловлена недостатком современных инновационных технологических производственных решений, значительным физическим и моральным износом основного оборудования, высокой долей убыточных предприятий, дефицитом кадров инженерных и рабочих специальностей.

Агропромышленный комплекс обладает высокими инвестиционными рисками по причине неэффективного использования земель, высокого износа основных фондов, узкой специализации большинства производителей, дефицита логистических комплексов по хранению и переработке готовой продукции, отсутствия специализированных технопарков, дисбаланса уровня развития сырьевой базы и перерабатывающей промышленности.

Комплексной проблемой, отражающейся на всех отраслях экономики, выступает несоответствующий уровень развития транспортной инфраструктуры современным условиям функционирования бизнеса, включая низкое качество дорожной сети городов и ее пропускную способность, изношенность дорожного полотна, малую эффективность аэропорта, ограниченность взлетно-посадочной полосы, устаревший парк пассажирского городского транспорта и речных судов и пр.

Таким образом, несмотря на снижение рейтинговыми компаниями индексов инвестиционной привлекательности г. Волгограда и Волгоградской области, территория остается достаточно наполненной инвестиционными ресурсами и имеет значительный потенциал развития указанного направления. Особо стоит отметить, что наращивание инвестиционного потенциала отдельных городов региона и областного центра является важнейшим инструментом экономического роста всей Волгоградской области, т. к. обеспечивает комплекс мультипликативных эффектов на основе принципов инвестиционной агломерации [5].

Основными задачами органов власти регионального и муниципального уровней в данном направлении являются:

- активизация программ и мероприятий, направленных на развитие малого и среднего предпринимательства, с целью повышения совокупной предпринимательской активности и наращивания внутренних источников инвестиций (в том числе развитие бизнес-инкубаторов и технопарков);

- разработка и реализация особых механизмов поддержки хозяйствующих субъектов, осуществляющих инвестиционную деятельность (преференции по налогу на прибыль, на имущество, субсидирование процентных ставок по кредитам, предоставление государственных и муниципальных гарантий, сопровождение инвестиционных проектов, субвенции на развитие инженерной инфраструктуры и пр.);

- наращивание межрегионального и международного сотрудничества для привлечения не только интереса, но и средств и активов иностранных инвесторов, а также продвижения муниципальных образований Волгоградской области на российском и мировом рынках;

- обеспечение благоприятных условий инвестиционной деятельности в части ускорения согласовательных процедур и финансового оборота, повышения прозрачности и определенности ведения бизнеса, а также использование возможностей институтов развития федерального уровня;

- выявление и селекция перспективных инвестиционных проектов, а также мониторинг потенциальных источников инвестиционного риска и своевременное устранение факторов, негативно сказывающихся на бизнес-процессах;

- формирование благоприятных условий для осуществления прямых иностранных инвестиций в основной капитал;

- обеспечение и поддержание благоприятного, инвестиционно привлекательного имиджа городов Волгоградской области, выгодно отличающего их от других субъектов РФ и ЮФО, за счет эффективного регионального маркетинга.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Зубкова И. Ю., Яценко С. О. Экономические аспекты развития транспортной инфраструктуры Волгоградской области // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 7. С. 999—1010. DOI: <http://dx.doi.org/10.18334/rp.16.7.177>
2. Институциональные преобразования в российской экономике: теория и практика / В. Г. Поляков, О. Ю. Ульянова, Г. В. Тимофеева, Н. В. Рогова, С. О. Яценко, М. Е. Никифорова, И. Ю. Зубкова, Е. Н. Коронova, Е. Г. Ткаченко. Волгоград : ВолгГАСУ, 2014. 213 с.
3. Поляков В. Г. Стратегическое управление развитием промышленного строительства. Теория и методология. LAP LAMBERT Academic Publishing. OmniScriptum GmbH & Co. KG. Saarbrucken, Deutschland, 2014.
4. Поляков В. Г., Яценко С. О. Экономическая справедливость в городской среде // Социология города. 2013. № 3. С. 68—73.
5. Поляков В. Г., Яценко С. О. Структурная трансформация региональной экономической системы с инвестиционно-инновационной точки зрения // Вестник Волгоградского государственного университета: Серия 10: Инновационная деятельность. 2013. № 1(8). С. 5—10.

REFERENCES

1. Zubkova I. Yu., Yashchenko S. O. [Economic aspects of transport infrastructure development in Volgograd Oblast]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian Journal of Entrepreneurship], 2015, 16(7), pp. 999—1010. DOI: <http://dx.doi.org/10.18334/rp.16.7.177>
2. Polyakov V. G., Ul'yanova O. Yu., Timofeeva G. V., Rogova N. V., Yashchenko S. O., Nikiforova M. E., Zubkova I. Yu., Koronova E. N., Tkachenko E. G. *Institutsional'nye preobrazovaniya v rossiiskoi ekonomike: teoriya i praktika* [Institutional reforms in the Russian economy: theory and practice]. Volgograd, VSUACE Publ., 2014. 213 p.
3. Polyakov V. G. *Strategicheskoe upravlenie razvitiem promyshlennogo stroitel'stva. Teoriya i metodologiya* [Strategic management of the development of industrial construction. Theory and methodology]. LAP LAMBERT Academic Publishing. OmniScriptum GmbH & Co. KG. Saarbrucken, Deutschland, 2014.
4. Polyakov V. G., Yashchenko S. O. [Economic justice in the urban environment]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2013, no. 3, pp. 68—73.
5. Polyakov V. G., Yashchenko S. O. [Structural Transformation of Regional Economic System from the Investment and Innovative Point of View]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta: Seriya 10: Innovatsionnaya deyatel'nost'* [Science Journal of Volgograd State University. Technology and innovations], 2013, no. 1(8), pp. 5—10.

© Зубкова И. Ю., 2015

Поступила в редакцию в июле 2015 г.

Ссылка для цитирования: Зубкова И. Ю. Социально ориентированная инвестиционная активность в городах Волгоградской области // Социология города. 2015. № 3. С. 67—74.

For citation: Zubkova I. Yu. [Socially-oriented investment activity in the cities of Volgograd Oblast]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2015, no. 3, pp. 67—74.

**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. 2011 г.).

Журнал выходит четырежды выпусками в год.

Требования к оформлению статей. Статью необходимо представить на электронном носителе и в распечатанном виде в сопровождении: 1) заполненного автором лицензионного договора (2 экз.) (*скачать бланки* <http://www.vgasu.ru/science/journals/city-sociology/preparation-requirements/>), 2) анкеты автора (<http://www.vgasu.ru/science/journals/city-sociology/preparation-requirements/>). 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; 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 подписью автора (соавторов).

Объем статьи — не менее 15 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 (Cyr) № 10 (10 пт).

ПРИСТАТЕЙНЫЕ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ СПИСКИ РАЗМЕЩАЮТСЯ ПОСЛЕ ОСНОВНОГО ТЕКСТА СТАТЬИ.

В библиографическом списке приводится только цитируемая в статье литература. ПРИВЕТСТВУЕТСЯ ЦИТИРОВАНИЕ ОПУБЛИКОВАННЫХ РАНЕЕ В ЖУРНАЛЕ СТАТЕЙ. 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 (Cyr) № 9 (9 пт). Язык библиографических записей соответствует языку описываемых источников.

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.

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 как социокультурный феномен.
Техносфера современного города: город и экология.*

Направлять статьи, обращаться по вопросам условий публикации и подготовки авторского оригинала к печати по адресу: mariapes@mail.ru. Тел.:(8442)-96-98-28.

Обращаться по вопросам приобретения очередного номера журнала к главному редактору журнала «Социология города» Б. А. Навроцкому: (8442)-96-99-25. E-mail: jurnalfil@mail.ru

Документы высылать по адресу: 400074, Волгоград, ул. Академическая, 1, ком. В-210 (РИО).

Научное издание

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

2015. № 3

Научно-теоретический журнал

Редактор *М. Л. Песчаная*
Компьютерная правка и верстка *М. Л. Песчаная*
Перевод на английский язык *О. Ю. Юшко*
Компьютерный дизайн обложки *Т. М. Потоккина-Курилкина, О. Ю. Мелешин*
Информационно-библиографическое обслуживание *Е. В. Хромова*

Подписано в печать 22.09.2015.
Формат 70 × 108/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.
Уч.-изд. л. 5,0. Усл. печ. л. 6,7. Тираж 500 экз. Заказ № 23.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет»
Редакционно-издательский отдел
Отпечатано в отделе оперативной полиграфии ВолгГАСУ
400074, Волгоград, ул. Академическая, 1