

УДК 304.2

DOI

**АУДИОВИЗУАЛЬНАЯ СРЕДА ГОРОДОВ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА
КАК ПРОСТРАНСТВО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СМЫСЛОВ КУЛЬТУРЫ****AUDIOVISUAL ENVIRONMENT OF THE CITIES
OF THE SOUTHERN FEDERAL DISTRICT
AS A REPRESENTATION SPACE OF CULTURAL MEANINGS****Л.А. Штомпель, О.М. Штомпель
L.A. Shtompel, O.M. Shtompel**Южный федеральный университет,
Россия, 344006, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42Southern Federal University
105/42 Bol'shaya Sadovaya St, Rostov-on-Don, 344006, Russia

E-mail: lashtompel@gmail.com, omshtompel@donpac.ru

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

Аннотация

Осознание и переоткрытие роли культуры в регулировании всех областей общественной жизни, начавшееся в 90-х годах прошедшего столетия, обусловило необходимость изучения тех значений, которые люди придают отдельным аспектам окружающего их мира. В условиях современной урбанизации необходимо понимание тех смыслов и ценностей культуры, с которыми связываются в сознании горожан отдельные элементы городской среды и вся городская среда в целом. Мульти-сенсорный характер городской среды и её содержательно-ценностное наполнение в городах Южного федерального округа ещё не становились предметом специального анализа. В связи с этим авторами представлены результаты социологического исследования городов Южного федерального округа, проведённого с целью определения степени репрезентации смыслов и ценностей культуры в аудиовизуальной городской среде. Выявлено, что ценность города в первую очередь определяется не его эстетическим уровнем и уютом, а теми человеческими связями, которые в нём установлены, а также возможностями, которые он предоставляет для работы или отдыха. Подтверждена отрицательная оценка аудиовизуальной среды городов в депрессивных субъектах Южного федерального округа. Зафиксированы засоренность аудиальной среды южно-российских городов ненормативной лексикой (за исключением Калмыкии), снижение ценности грамотной литературной речи и высокий уровень шума. Результаты исследования открывают перспективу всестороннего изучения влияния городской среды на культуру горожан и могут быть положены в основу программ, реализующих Стратегию государственной культурной политики.

Abstract

The knowing and rediscovery of the role of culture in the regulation of all areas of public life, which began in the 90-s of the last century, necessitated the study of the meanings that people impart to certain aspects of the world around them. Under the conditions of modern urbanization, the most relevant is the understanding of the meanings and values of culture with which individual elements of the urban environment and the entire urban environment as a whole are associated in the minds of citizens. A comparative analysis of assessments by town dwellers of those elements of the audiovisual environment of the cities of the Southern Federal District, which are projected onto the meaning sphere of culture, has been carried out. The analysis is based on the results of a sociological study of the cities in the Southern Federal District, conducted by the authors in 2018. The assessments of the urban



environment by the people who inhabit the city are interesting in so far as we can judge on this base about the emerging culture, about the implicit, but already real meanings, as opposed to the officially supported and proclaimed. There is an imbalance between the various subjects of the Southern Federal District and between the cities within these subjects themselves regarding the positive assessment of their cities by the inhabitants. It has been revealed that the value of a city is determined not only by the aesthetic characteristics of the urban environment, but by those human connections that are established in it due to the fact of birth and long-term residence in it, as well as the opportunities which city provides for work or leisure. In depressed subjects of the Southern Federal District, the audiovisual environment of the city is assessed in a largely negative way. It was recorded that the sound environment of the South-Russian cities is littered with obscene language (with the exception of Kalmykia). At the same time, this profanity does not offend more than a third of the respondents, but is rather habitual (with the exception of residents of Kalmykia and Adygea). Thus, the value of literate literary speech is reduced. The audio component of the urban space of the Southern Federal District is also distinguished by a high level of noise. This study opens up the prospect of a comprehensive study of the influence of the urban environment on the culture of town dwellers.

Ключевые слова: город, аудиовизуальная среда, смысл культуры, ценность, визуальный, аудиальный, звуковой ландшафт, горожанин.

Key words: city, audiovisual environment, essence of culture, value, visual, audial, sound landscape, town dweller.

Введение

В настоящее время Российская Федерация является одной из высокоурбанизированных стран в мире. При этом российские города, как и многие города мира, сталкиваются с рядом проблем (развитие социальной и транспортной инфраструктуры, обеспечение населения рабочими местами, экологическая обстановка и т.д.), среди которых – сохранение и развитие культуры. Решение этой проблемы «по умолчанию» признаётся только за соответствующими учреждениями культуры или за конкретными «точечными» проектами и событиями. Однако культура тотальна: её присутствие (равно как и присутствие антикультуры) повсеместно. Из всего разнообразия проявлений культуры как «совокупности искусственных порядков и объектов, созданных людьми в дополнение к природным» [Флиер, 2000, с.119] мир «возделанной» среды обитания людей, в данном случае – городской среды, представляет наибольший интерес, так как предметно-пространственная среда городов, с одной стороны, является результатом человеческих усилий, специфически человеческих способов деятельности, а с другой стороны, выступает условием разворачивания повседневных практик и взаимодействий людей и одновременно индикатором развитости их культуры (культуры поведения, общения и т.д.). Таким образом, вырисовывается проблема взаимного влияния городской среды и культуры горожан. Это влияние не всегда очевидно. Люди ходят по одним и тем же улицам, смотрят на одни и те же дома, воспринимают одни и те же звуки, но при этом видят и слышат разное (что хорошо выражается в языке: «смотреть» и «видеть», «слушать» и «слышать»). Поэтому в одном и том же городе при всём разнообразии его предметно-пространственной среды интерпретация, оценка, «считывание» её будет различной.

Город в этой связи может быть рассмотрен как средство воздействия на человека, ведь город – это не только материально-вещественное образование (то есть не только совокупность зданий, сооружений и т.п.), но и пространство практик разнообразных человеческих взаимодействий, сгустков человеческих энергий, взглядов, помыслов и т.д. Город воздействует на человека, впитывая в себя и одновременно отдавая вовне заложенные и закодированные в нём смыслы и значения культуры. Ведь именно культура связана с производством значений и смыслов, через неё осуществляется обмен этими значениями [Hall, 1997]. Как же воздействует на человека городская среда, понимаемая как «предметно-пространственное окружение, которое взаимодействует с субъектом и актуализируется

его поведением» [Иконников, 2006, с. 93]? Насколько полно представлены в городской среде смыслы и значения культуры?

Изучение визуальной репрезентации значений и норм культуры в городе и в архитектуре в целом, а также обоснование методов семиотического исследования города имеют солидную традицию как в западной [Линч, 1982; Лотман, 2001; Эко, 2004; Штомпка, 2007; Лоу, 2016], так и в отечественной гуманитаристике [Добрицына, 2004; Иконников, 2006; Ярская-Смирнова, Романов, 2009; Аванесов, 2016; Касаткина, 2018]. Однако в перечисленных работах не рассматривается проблема того, как сами горожане оценивают визуальные и аудиальные характеристики городской среды, репрезентирующие смыслы и значения культуры.

Целью данной статьи является выявление степени представленности смыслов культуры в городской аудиовизуальной среде субъектов (регионов) Южного федерального округа и характер их восприятия горожанами.

Теоретико-методологический аппарат исследования

Сформулируем несколько положений, которые создадут общий каркас исследования городской среды как способа репрезентации смыслов культуры.

Первое. Изменение онтологического статуса современной культуры ведёт к обновлению методов анализа города как социокультурного целого и городской среды в том числе. «В основе этой урбанистики повседневного лежит ощущение необходимости уловить феноменальность, которую невозможно постичь сугубо теоретически, одними лишь умственными усилиями» [Амин, Трифт, 2017, с. 18]. Э. Амин и Н. Трифт, характеризуя состояние современной урбанистики, утверждают, что возникает новый подход, связанный с феноменологическим и культуросообразным изучением городской среды, предполагающим исследование феноменальной, структурно-образной значимости города и городской среды, а, следовательно, обращение к мнению и оценкам тех, кто живёт в условиях современного города.

Второе. Городская среда мультисенсорна: её воздействие осуществляется через все известные каналы восприятия. Конечно, визуальный канал является преобладающим, но его доминирование не является абсолютным. Э. Амин и Н. Трифт, рассматривая возможности и способы ускользания от властных институтов, отмечают: «...визуальный регистр является, несомненно, главным регистром, через который реализуется управление городом. Но придавать чрезмерное значение этому нам не следует. ...Визуальный регистр нелегко отделить от других сенсорных регистров: визуальная идентификация – это почти всегда идентификация и в других сенсорных регистрах тоже» [Амин, Трифт, 2017, с. 141]. Примерами аудиального регистра выступают звуки разговоров, ссор, музыки, транспортного и строительного шума; ольфакторного – инженерия запахов в магазинах и клубах; тактильного – разметка тротуаров для слабовидящих, нажатие кнопок в лифтах или на переходах, «сухие» фонтаны и т.д. Таким образом, мультисенсорность городской среды обязывает учитывать не только визуальные, но и все другие, в том числе, аудиальные её характеристики. При этом «"звуковые ландшафты" городов часто ускользают от визуальной репрезентации. <...> Звук становится одним из новых ландшафтов, входящих в сферу городского управления, всё более обработанным и запрограммированным» [Амин, Трифт, 2017, с. 142].

Э. Амин и Н. Трифт рассуждают о преднамеренном использовании визуального и аудиального регистров со стороны власти (или о преднамеренном ускользании от неё). Мы же обращаемся не только к тому, что сознательно конструируется в пространстве города, но и к тому, что спонтанно сопровождает все виды человеческой активности в нём, репрезентируя, тем не менее, определённую культуру своих носителей.

Третье. Осознание мультисенсорности городской среды стало возможным не только благодаря очевидности этого явления, но и на основе переноса акцентов в социоанализе на культуру. Это произошло, как показала Д. Бахманн-Медик, благодаря интерпретативно-

му повороту, который «задался целью вернуть собственно культурное измерение на место преобладавшей фиксированности на структурах» [Бахманн-Медик, 2017, с. 72]. Мы опираемся, в первую очередь, на идеи К. Гирца о том, что анализ культуры – это прежде всего «поиск значений» [Гирц, 2004, с.11]. Значения, смыслы и ценности культуры воплощаются и считываются различными образом. Нас интересует не только то, какие ценности и смыслы сознательно «закладывались» в городскую среду теми, кто её создавал, но и то, насколько они проявлены, востребованы и вообще значимы для наших современников.

Совокупность ценностей, целей и мотивов, направляющих человеческие усилия, составляет смысл культуры. Смыслы культуры выкристаллизовываются в результате обобщения типичных ситуаций, с которыми обществу и человечеству пришлось сталкиваться в истории, поэтому система смысловых универсалий может уточняться и даже наполняться новым содержанием по мере изменения человеческого опыта. Другими словами, любые изменения смысла связаны с реальным изменением отношений человека с миром. В соответствии с таким пониманием смысла культуры нами была составлена анкета, позволяющая выявить отношение горожан к городской среде, в которой они живут – то отношение, которое проецируется на сферу смыслов культуры.

Четвёртое. Оценки горожан состояния городской среды есть описания «непосредственных» телесных переживаний индивидов. Но город дан не только в непосредственном чувственном опыте: он существует «в денежных потоках, в институциональных структурах, в сетях социальных связей, в воображаемом пересечении которых формируются ресурсы власти» [Хассе, 2018, с.411]. Но эти «анестетические зоны», при всей их важности, не могут заслонить непосредственного «телесного» общения индивида с городской средой. Для анализа результатов этого «телесного» общения индивида с городской средой нами и было предпринято исследование оценок горожан городской среды с помощью анкетирования.

Выборка исследования многоступенчатая: выделено 8 субъектов Южного федерального округа (Адыгея, Калмыкия, Краснодарский край, Астраханская, Волгоградская, Ростовская области, Республика Крым и город федерального значения Севастополь); выбранны 5 типов городов (крупнейший, крупный, большой, средний, малый); внутри каждого типа сами города определялись случайным образом (путём жеребьёвки). Общий объём выборочной совокупности составил 1 532 человека.

Архитектурно-эстетическая привлекательность

Анализ ответов респондентов обнажил дисбаланс между различными субъектами Южного федерального округа (ЮФО) и городами внутри самих этих субъектов относительно оценки развитости аудиовизуальной среды городов и восприятия её жителями. Так, например, судя по ответам горожан на вопрос «Нравится ли вам ваш город?», Ростовская, Волгоградская и Астраханская области явно отстают от Краснодарского края, Калмыкии, Адыгеи и Крыма. На этот вопрос отвечают положительно 78,0 % респондентов из Ростовской области, 74,5 % из Волгоградской, 77,5 % из Астраханской, в то время как 95,0 % опрошенных из Краснодарского края, 92,0 % из Калмыкии, 89,8 % из Адыгеи и 87,3 % из Крыма заявляют о том, что им нравится их город.

При этом возникает существенный разрыв между ответом на этот вопрос и ответом на вопрос «Считаете ли вы, что ваш город уютный и привлекательный?»: положительно отвечают на этот вопрос только 65,6 % респондентов из Ростовской области, 57,7 % из Волгоградской, 60,6 % из Астраханской. В то же время уютным и привлекательным свой город считают 89,4 % респондентов из Краснодарского края, 86,7 % из Адыгеи, 79,8 % из Крыма, 72,0 % из Калмыкии. Это может означать, что ценность города в первую очередь определяется не его эстетическим уровнем и уютом, а другими факторами (например, возможностями, которые он предоставляет для работы или для отдыха, или человеческими связями, которые он олицетворяет).

Примечательно, что и внутри самих регионов складывается противоречивая картина: если в самой столице Ростовской области 83,2 % респондентов утверждают, что им нравится их город, и при этом 72,6 % считают, что он уютный и привлекательный, то, например, в Гуково количество жителей, отвечавших положительно на первый вопрос, – уже 40,0 % а на второй вопрос – только 5,0 %. Данное противоречие, в первую очередь, связано с тем, что именно в депрессивных городах люди настроены более пессимистически, и аудиовизуальную среду города оценивают в значительной степени отрицательным образом. Так, среди городов юга России в ответе на вопрос «Представьте, что вы мэр города и у вас есть бюджет в 1 млрд рублей, которые вы можете распределить между несколькими статьями. Выберите наиболее важные из них (но не более трёх)» респонденты из Гуково лидируют в выборе следующих вариантов: «сделать город более чистым, взять на работу больше дворников, закупить новые подметально-уборочные машины» (70 %). Интересно, что с ними солидарны жители Таганрога (71,7 %), тогда как в Ростове таковых набралось только 46,7 %. В Краснодарском же крае такого разрыва у некоторых городов нет: в самом Краснодаре вариант ответа «сделать город более чистым, взять на работу больше дворников» выбрали 18,3 % опрошенных, в Новокубанске – 13,3 %, в Абинске – 17,2 % опрошенных (в Горячем Ключе – 36,7 % респондентов).

Оценка уровня привлекательности городской среды во многом зависит от архитектурно-планировочного решения, в соответствии с которым создавался город. Так, исторически сложилось, что шахтерские города Гуково и Новошахтинск строились мозаичным образом: в виде поселков вокруг шахт. В результате целостного образа города не складывается, возникают проблемы с транспортом, с медицинским и социальным обслуживанием. Угольная промышленность в Ростовской области постепенно сворачивалась, в результате чего возникли проблемы экономического и социального характера.

В подтверждение тезиса о важности архитектурно-планировочных решений для города и представления о привлекательности своего города можно привести следующие факты: 84,2 % респондентов из Гуково и 79,2 % из Новошахтинска считают, что архитектурно-планировочное решение их городов является неудачным, в то время как в Азове количество жителей, отвечающих отрицательно на данный вопрос, только 18,2 %, в Севастополе – 20,6 %.

В Азове 91,2 % респондентов считают, что их город является уютным и привлекательным, в отличие от Гуково, где таковых только 5,0 %. Отметим, что в ответе на вопрос «Есть ли в вашем городе здания, отражающие национальный или региональный колорит?» лидируют с положительным ответом, как и следовало ожидать, жители Адыгеи – 83,2 % опрошенных, жители Калмыкии – 96,0 % и Крыма – 84,8 %. Менее всего наличие такого рода зданий отмечено в малых моногородах, находящихся или переживших кризисные ситуации: Нариманов (Астраханская область) – 21,4 %, Гуково (Ростовская область) – 20,0 %, Новошахтинск (Ростовская область) – 29,2 %.

Таким образом, нами были получены результаты, свидетельствующие о противоречивом характере развития городской среды в различных областях и городах ЮФО.

Звуковой ландшафт города

Система звуковых элементов, которая возникает в городской среде, весьма разнообразна: она включает в себя как природные звуки (шум деревьев и дождя, крики птиц и т.д.), так и искусственные, то есть создаваемые людьми и технологиями (взвизги тормозов, шум строительной техники, сирены машин экстренной помощи и т.п.). Набор средств, позволяющих минимизировать нежелательные звуки, узок и сводится в основном к шумоизоляционным экранам, применяемым для уменьшения шумового воздействия на жилую застройку со стороны объектов транспортной инфраструктуры и промышленности, и к Федеральному закону № 52 «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», включающем в себя раздел о тишине, в котором ограничивается допустимый уровень шу-



ма в разное время суток. Сам факт введения в действие этого закона (и особенно практика его применения) подтверждают наличие проблемы в регулировании аудиального пространства города.

О неблагополучии в сфере формирования звукового образа города свидетельствуют следующие данные, полученные в ходе социологического опроса. В ответе на вопрос «Какая музыка звучит в маршрутках и доносится из автомобилей в вашем городе?» (отметить следовало не более двух вариантов ответа) 48,0 % респондентов из Калмыкии и 70,4 % из Адыгеи выделили «национальную музыку республики», хотя на 1-ом месте в Калмыкии оказались «зарубежные эстрадные песни, зарубежные музыкальные хиты» (72,0 % респондентов).

Во всех обследованных городах отмечается достаточно насыщенный уровень музыкального фона на открытых публичных пространствах. Мы видим, что многим людям звучащая музыка не доставляет удовольствия. К их числу относятся 88,9 % респондентов из Краснодарского края, 88,0 % из Калмыкии, 87,5 % из Адыгеи, а во всех остальных областях и в Крыму таких людей значительно больше половины. Отметим, что может не нравиться как репертуар, так и уровень громкости.

Зарубежные эстрадные песни, зарубежные музыкальные хиты отметили 62,2 % респондентов из Ростовской области, 71,1 % из Краснодарского края и Крыма, 65,0 % из Волгоградской области, 71,2 % из Астраханской области, 72,0 % из Калмыкии и меньше всего из Адыгеи – 51,9 %. На 2-ом месте – песенный жанр, воспевающий быт и нравы уголовной среды. Подобные песни отметили везде, но в Калмыкии значительно меньше, чем в других регионах, – 28,0 %; почти столько же в Краснодарском крае – 27,7 %, а в Адыгее – лишь 10,2 % респондентов. Сравним: в Ростовской области так называемый русский шансон отметили 42,7 % опрошенных, в Крыму – 41,6 %, в Волгоградской области – 47,0 %, в Астраханской области – 47,9 %. Явно проигрывает здесь классическая музыка, русские народные песни и русские романсы. Что интересно, последний вид музыкального искусства предпочитают слушать более всего в Калмыкии – 36,0 % опрошенных отметили именно этот музыкальный жанр как наиболее часто звучащий в городе.

Примечательно, что люди соскучились по «живой» музыке. Так, на вопрос «Хотели бы вы, чтобы в парках по воскресеньям играл духовой оркестр или звучала другая живая музыка?» все опрошенные из Калмыкии, 85,3 % респондентов из Адыгеи, 84,5 % из Астраханской области, 74,9 % опрошенных из Ростовской области, 69,6 % из Краснодарского края и 71,2 % респондентов из Крыма ответили положительно. Вероятно, городским властям следовало бы учесть это желание горожан.

Но важна именно музыка, а не музыкальный шум и грохот. Мы видим, что репертуарная политика и уровень громкости не удовлетворяют многих горожан.

Звуковая среда города часто засоряется тогда, когда прохожие используют ненормативную лексику. Этот факт отметили 60,9 % опрошенных жителей Ростовской области, 65,4 % – Волгоградской области, 69,9 % опрошенных из Астраханской области. Ответы на контрольный вопрос «Используют ли в вашем присутствии прохожие ненормативную лексику?» показали, что аудиальная среда городов засорена ненормативной лексикой ещё больше. Так, 88,5 % респондентов из Ростовской области, 90,1 % из Волгоградской области, 93,2 % опрошенных из Астраханской области и более половины опрошенных из других областей (за исключением Калмыкии) положительно ответили на этот вопрос.

По-видимому, настолько частое звучание ненормативной лексики во многом связано с тем, что более трети респондентов она не оскорбляет, является скорее привычной (за исключением жителей Калмыкии и Адыгеи): 35,9 % из Ростовской области, 53,3 % из Волгоградской, более 40 % опрошенных из Крыма, Астраханской области, Краснодарского края не чувствуют себя оскорблёнными, когда слышат ненормативную лексику.

Практически во всех субъектах ЮФО подавляющее большинство граждан хотели бы, чтобы музыка в общественных пространствах «звучала как фон, не мешающий разговору» (68,5 % респондентов в Ростовской области, 73,3 % в Краснодарском крае, 57,1 % в

Крыму, 57,2 % в Волгоградской области, 73,6 % в Астраханской области, 68,0 % в Калмыкии, 75,0 % в Адыгее). Муниципальным властям стоит взять на заметку тот факт, что слишком громкая музыка, как правило, звучащая на открытых городских пространствах во время праздников, вызывает раздражение и сводит на нет намерения организаторов создать праздничную атмосферу в городе.

В звуковом ландшафте городской среды на открытых пространствах доминирует общий шум: звуки общественного транспорта, строительных работ, шум от проезжающих автомобилей, снегоуборочной техники и так далее. Отмечена существенная разница в оценке горожанами шумового фона: так, например, 60,8 % респондентов из Волгоградской области считают свой город шумным, в то время как в Крыму такого же мнения придерживаются лишь 47,4 % опрошенных, в Ростовской области – 40,9 %, в Краснодарском крае – 37,1 %, примерно столько же в Астраханской области – 36,1 %, а в Калмыкии и Адыгее – 8,0 и 5,8 % соответственно.

Неудовлетворённость аудиальной составляющей городской среды (прежде всего – высоким уровнем шума) представляет опасность для психического здоровья горожан: они становятся более раздражительными и агрессивными.

Город как малая родина

Горожанам задавались вопросы: «Что связывает вас с этим городом?» и «Чем привлекателен для вас этот город? Почему вы живете в нём?». Эти вопросы являются взаимно контрольными.

Почти во всех субъектах ЮФО, отвечая на вопросы «Чем привлекателен для Вас этот город? Почему Вы живете в нём?», респонденты выбирали в качестве приоритетных следующие позиции: «Я родился в этом городе и мне не хочется переезжать» (везде, кроме Волгоградской и Астраханской областей, выше 30 % респондентов выбрали эту позицию); «наличие работы» (отмечено везде, кроме Волгоградской и Астраханской областей, а также в Адыгеи, следовательно, с работой в этих регионах есть проблемы); «наличие квартиры» (значимо везде, а в Калмыкии наиболее – 44,0 %), «у меня здесь сложился хороший круг общения: друзья и родственники» (значимо везде, причём в Калмыкии почти в два раза больше, чем в Краснодарском крае или Адыгее) (табл. 1).

«Чистоту и высокий уровень благоустройства» в качестве привлекательной характеристики отметили горожане из Краснодарского края (22,7 %) и Адыгеи (23,9 %). В Ростовской области этот параметр отметили лишь 4,3 %, а в Астраханской области – 1,4 % опрошенных.

Зато респонденты из Волгоградской области оценили то, что в их городе «можно вести свободный, анонимный образ жизни, без оглядки на мнение знакомых» (16,3 %), в отличие от жителей Астрахани, Калмыкии, Адыгеи, где таковых нашлось всего 5,5, 4,0 и 0,9 % соответственно (см. табл. 1).

Ответы на контрольный вопрос «Что связывает вас с этим городом?» частично подтвердил ответы, данные на вопросы «Чем привлекателен для вас этот город? Почему вы живете в нём?». Так, самым важным мотивом связи с городом, в котором человек живёт, оказался факт рождения («Здесь я родился и вырос») для жителей Калмыкии (60,0 %), Ростовской, Волгоградской и Астраханской областей (42,5, 51,4 и 50,7 % респондентов соответственно). Для жителей Краснодарского края на 1-ом месте оказались родственники (42,2 %), для крымчан – друзья (43,1 %), для жителей Адыгеи – и друзья, и родственники (по 46,7 %).

Наличие хорошей работы оказалось значимым лишь для 4,3 % жителей Волгоградской области и 8,2 % Астраханской области, тогда как в Краснодарском крае эту позицию отметили 29,5 % респондентов, в Крыму – 30,3 %, а в Калмыкии – 32,0 %.

Ценят возможности, которые предоставляет город для досуга, в основном респонденты из Краснодарского края (24,5 %) и Крыма (23,1 %).

Таблица 1
Table 1

Распределение ответов на вопросы
«Чем привлекателен для вас этот город? Почему вы живете в нём?»
Distribution of answers to the question
"How attractive is this city for you? Why do you live in it?"

Ответы	Ростовская область	Краснодарский край	Крым	Волгоградская область	Астраханская область	Калмыкия	Адыгея
я родился в этом городе и мне не хочется переезжать	30,1 %	34,3 %	37,9 %	29,9 %	19,2 %	60,0 %	33,9 %
наличием работы	25,6 %	35,1 %	34,3 %	5,4 %	8,2 %	52,0 %	12,8 %
наличием квартиры	31,9 %	24,4 %	33,8 %	28,8 %	32,9 %	44,0 %	32,1 %
чистотой и высоким уровнем благоустройства	4,3 %	22,7 %	11,1 %	7,1 %	1,4 %	8,0 %	23,9 %
безопасностью	6,7 %	12,4 %	10,6 %	3,8 %	5,5 %	28,0 %	20,2 %
тишиной и спокойствием	23,2 %	31,4 %	15,7 %	12,5 %	15,1 %	56,0 %	45,0 %
тёплым климатом	29,3 %	57,0 %	53,0 %	21,7 %	20,5 %	16,0 %	52,3 %
перспективами карьерного роста	6,7 %	9,9 %	7,1 %	10,9 %	2,7 %	4,0 %	0,9 %
возможностью вести свободный, анонимный образ жизни, без оглядки на мнение знакомых	9,8 %	6,2 %	10,1 %	16,3 %	5,5 %	4,0 %	0,9 %
разнообразием досуга	9,1 %	8,7 %	10,6 %	12,0 %	5,5 %	0,0 %	3,7 %
у меня здесь сложился хороший круг общения: друзья и родственники	38,0 %	28,1 %	40,4 %	43,5 %	46,6 %	64,0 %	34,9 %
экологической чистотой	3,9 %	17,8 %	8,6 %	2,7 %	1,4 %	8,0 %	18,3 %
наличием хороших образовательных учреждений для детей	5,9 %	6,6 %	6,1 %	8,2 %	2,7 %	4,0 %	3,7 %
ничем, живу по привычке	18,6 %	12,4 %	16,7 %	21,2 %	26,0 %	20,0 %	9,2 %
наличием вблизи города природных объектов (реки, озера, леса, пляжа и т.д.)	17,6 %	25,6 %	25,3 %	17,4 %	21,9 %	0,0 %	24,8 %
наличием кафе, баров, ресторанов высокого уровня	5,4 %	5,8 %	7,1 %	7,1 %	1,4 %	4,0 %	2,8 %
наличием предприятий бытового обслуживания хорошего качества	3,5 %	0,8 %	1,5 %	1,1 %	0,0 %	4,0 %	0,9 %
наличием интересных музеев и выставок	9,1 %	4,5 %	9,6 %	7,6 %	9,6 %	0,0 %	2,8 %
дисотеками и ночными клубами	2,0 %	1,2 %	5,1 %	1,6 %	1,4 %	4,0 %	0,0 %
красивой архитектурой	10,0 %	9,1 %	14,6 %	7,1 %	13,7 %	0,0 %	4,6 %
наличием мест, где можно посидеть и пообщаться с друзьями	18,0 %	13,2 %	10,1 %	25,0 %	17,8 %	0,0 %	9,2 %
другое	8,7 %	2,1 %	4,5 %	8,2 %	21,9 %	0,0 %	9,2 %

Интересно самоощущение горожан. Больше всего ощущают себя жителями своего города, респонденты из Краснодарского края (74,8 %) и Волгоградской области (73,5 %), из Адыгеи и Крыма – 69,7 и 65,0 % соответственно; с жителями области идентифицируют себя респонденты из Крыма (26,9 %), Астраханской и Ростовской областей (34,2 и 26,8 % соответственно) и Калмыкии (48,0 %).

Где бы люди хотели жить? Большинство респондентов из всех субъектов ЮФО, кроме жителей Астраханской области, Калмыкии и Адыгеи, хотели бы жить «в крупном городе нашей страны». Однако, если для респондентов из Калмыкии и Адыгеи более предпочтительной альтернативой выступает «малый город нашей страны» (64,0 и 49,0 % соответственно), то для респондентов из Астраханской области наиболее предпочтительной представляется жизнь за границей (48,6 %). О жизни «где-нибудь за рубежом» мечтают также 22,3 % респондентов из Крыма и 33,1 % опрошенных из Волгоградской области. Обратим внимание также на то, что мнение опрошенных из Краснодарского края разделилось примерно поровну между альтернативами жизни в крупном и малом городами (табл. 2).

Таблица 2
Table 2

Распределение ответов по субъектам ЮФО на вопрос «Где бы Вы хотели жить?»
Distribution of answers by subjects of the Southern Federal District
to the question "Where would you like to live?"

Отвѣты	Ростовская область	Краснодарский край	Крым	Волгоградская область	Астраханская область	Калмыкия	Адыгея
В крупном городе нашей страны	43,2 %	39,7 %	50,0 %	50,6 %	33,3 %	8,0 %	25,5 %
В малом городе нашей страны	29,9 %	38,9 %	22,9 %	12,9 %	13,9 %	64,0 %	49,0 %
В сельской местности нашей страны	8,2 %	4,2 %	4,8 %	3,4 %	4,2 %	16,0 %	8,8 %
Где-нибудь за рубежом	18,7 %	17,2 %	22,3 %	33,1 %	48,6 %	12,0 %	16,7 %

Заклѹчение

Таким образом, проведѣнный сравнительный анализ оценок горожанами отдельных элементов аудиовизуальной среды городов позволил выявить определѣнные точки напряжения в представленности смыслов культуры.

Во-первых, зафиксированы разные уровни развития городской среды в различных областях и городах ЮФО. Вызывает тревогу дисбаланс между различными субъектами ЮФО и городами внутри этих субъектов, обнаружившийся в процессе оценки жителями своих городов. Так, судя по ответам на вопрос «Нравится ли Вам Ваш город?», города Ростовской, Волгоградской и Астраханской областей явно отстают от городов Краснодарского края, Калмыкии, Адыгеи и Крыма.

Во-вторых, было выявлено, что ценность города в первую очередь определяется не только эстетическими характеристиками, но и другими факторами (например, возможностями, которые он предоставляет для работы или для отдыха, или человеческими связями, которые он олицетворяет). При этом в депрессивных городах ЮФО люди настроены бо-

лее пессимистически и аудиовизуальную среду города оценивают в значительной степени отрицательно.

В-третьих, зафиксировано, что звуковая среда южно-российских городов засорена ненормативной лексикой (за исключением Калмыкии). При этом более трети респондентов эта ненормативная лексика уже не оскорбляет, а является для них привычной (за исключением жителей Калмыкии и Адыгеи). Таким образом, ценность грамотной литературной речи снижена.

Аудиальная составляющая городского пространства ЮФО отличается высоким уровнем громкости. Причём этот высокий уровень шума создаётся не только транспортом и ремонтными работами, но и слишком громкой, по мнению респондентов, музыкой: практически во всех субъектах ЮФО подавляющее большинство граждан хотят, чтобы музыка в общественных пространствах «звучала бы как фон, не мешающий разговору». На это раздражающее горожан обстоятельство, а также на преобладание в звуковом ландшафте песен, воспевающих быт и нравы уголовной среды, и зарубежных хитов муниципальным властям необходимо обратить особое внимание.

В-четвёртых, проведённое исследование открывает перспективу комплексного изучения влияния городской среды на культуру горожан. Полученные результаты и исследовательские подходы могут быть положены в основу программ, реализующих Стратегию национальной безопасности Российской Федерации и Стратегию государственной культурной политики на период до 2030 года.

Список литературы

1. Аванесов С.С. 2016. Визуальная семиотика города: перспектива исследования городских текстов. ПРАЭНМА, 4 (10): 9–22.
2. Амин Э., Трифт Н. 2017. Города: переосмысляя городское. Н. Новгород, Красная ласточка, 224 с. (Amin A., Thrift N. 2002. *Cities: Reimagining the Urban*. London, Publ. Polity Press, 192 p.).
3. Бахманн-Медик Д. 2017. Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре. М., Новое литературное обозрение, 504 с. (Bachmann-Medick D. 2006. *Cultural Turns: Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften*. Hamburg, Rowohlt Verlag GmbH, 418 p.).
4. Гирц К. 2004. Интерпретация культур. М., Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 560 с. (Geertz C. 1973. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York, Basic Books, Inc., Publishers, 470 p.).
5. Добрицына И.А. 2004. От постмодернизма – к нелинейной архитектуре: Архитектура в контексте современной философии и науки. М., Прогресс-Традиция, 416 с.
6. Иконников А.В. 2006. Пространство и форма в архитектуре и градостроительстве. М., КомКнига, 352 с.
7. Касаткина С.С. 2018. Урбосфера: практики осмысления городского пространства. Череповец, Череп. гос. ун-т: 160 с.
8. Линч К. 1982. Образ города. Пер. с англ. М., Стройиздат, 328 с. (Lynch Kevin. 1960. *The Image of the City*. The M.I.T.Press, 195 p.).
9. Лотман Ю.М. 2001. Символика Петербурга. В кн.: Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб., «Искусство-СПБ»: 320–334.
10. Лотман Ю.М. 2001. Архитектура в контексте культуры. В кн. Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб., «Искусство-СПБ»: 676–683.
11. Лоу С.М. 2016. Пласа: политика общественного пространства и культуры. Пер. с англ. М., Strelka Press, 352 с. (Low Setha M. 2000. *On the Plaza: The Politics of Public Space and Culture*. Publisher: University of Texas Press, 296 p.).
12. Флиер А.Я. 2000. Культурология для культурологов. М., Академический проект, 496 с.
13. Хассе Ю. 2018. “Город” – плавающий термин. В кн.: Собственная логика городов: Новые подходы в урбанистике. Под отв. ред. Х. Беркинга и М. Лёв. М., Новое литературное обозрение: 395–421.

14. Штомпка П. 2007. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. Пер. с польск. М., Логос. 168 с. (Sztompka Piotr. 2005. Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza. Wydawnictwo Naukowe PWN, 150 p.).

15. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. Пер. с ит. СПб., Symposium, 2004. 544 с. (Eco Umberto. 1968. La struttura assente. Introduzione alla ricerca semiologica. Milan, Publ. BOMPIANI, 482 p.).

16. Ярская-Смирнова Е., Романов П. 2009. Взгляды и образы: методология, анализ, практика. В кн.: Визуальная антропология: настройка оптики. М., ООО "Вариант", ЦСПГИ, 2009. С. 7–16.

17. Hall S. 1997. Introduction. In: Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. Hall S. (ed.). London: Sage: 1–12.

References

1. Avanesov S.S. 2016. Vizual'naya semiotika goroda: perspektiva issledovaniya gorodskikh tekstov. [Visual semiotics of the city: the perspective of the study of urban texts]. Praksima, 4 (10): 9–22.

2. Amin Je., Thrift N. 2017. Goroda: pereosmysljaja gorodskoe [Cities: Reimagining the Urban]. N. Novgorod, Publ. Krasnaja lastochka, 224 p. (Amin A., Thrift N. 2002. Cities: Reimagining the Urban. London, Publ. Polity Press, 192 p.).

3. Bahmann-Medik D. 2017. Kul'turnye povoroty. Novye orientiry v naukah o kul'ture [Cultural turns. New benchmarks in the sciences of culture]. Moscow, Publ. Novoe literaturnoe obozrenie, 504 p. (Bahmann-Medick D. 2006. Cultural Turns: Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften. Hamburg, Rowohlt Verlag GmbH, 418 p.).

4. Girc K. 2004. Interpretacija kul'tur. [The Interpretation of Cultures]. M., Publ. Rossijskaja politicheskaja jenciklopedija (ROSSPJEN), 560 p. (Geertz C. 1973. The Interpretation of Cultures: Selected Essays. New York, Basic Books, Inc., Publishers, 470 p.).

5. Dobritsyna I.A. 2004. Ot postmodernizma – k nelineynoy arkhitekture: Arkhitektura v kontekste sovremennoy filosofii i nauki. [From postmodernism to non-linear architecture: Architecture in the context of modern philosophy and science]. Moscow, Publ. Progress-Traditsiya, 416 p.

6. Ikonnikov A.V. 2006. Prostranstvo i forma v arhitekture i gradostroitel'stve [Space and form in architecture and urban planning]. Moscow, Publ. KomKniga, 352 p.

7. Kasatkina S.S. 2018. Urbosfera: praktiki osmysleniya gorodskogo prostranstva [Urbosphere: practices of understanding urban space]. Cherepovec, Publ. Cherep. gos.un-t: 160 p.

8. Lynch K. 1982. Obraz goroda [The image of the city]. Moscow, Publ. Strojizdat, 328 p. (Lynch Kevin. 1960. The Image of the City. The M.I.T. Press, 195 p.).

9. Lotman Yu.M. 2001. Simvolika Peterburga (Symbols of St. Petersburg). V kn.: Lotman Yu.M. Semiosfera. [Semiosphere]. St. Petersburg, Publ. «Iskusstvo-SPB»: 320–334.

10. Lotman Yu.M. 2001. Arkhitektura v kontekste kul'tury. V kn. Lotman Yu.M. Semiosfera. [Semiosphere]. St. Petersburg, Publ. «Iskusstvo-SPB»: 676–683.

11. Lou S.M. 2016. Plasa: politika obshchestvennogo prostranstva i kul'tury [Plaza: politics of public space and culture]. Moscow, Publ. Strelka Press, 352 p. (Low Setha M. 2000. On the Plaza: The Politics of Public Space and Culture. Publisher: University of Texas Press, 296 p.).

12. Flier A.Ja. 2000. Kul'turologija dlja kul'turologov [Culturology for culture researchers]. Moscow, Publ. Akademicheskij proekt, 496 p.

13. Hasse Ju. 2018. "Gorod" – plavajushhij termin. V kn.: Sobstvennaja logika gorodov: Novye podhody v urbanistike ["City" – a floating term. In: Own logic of cities: New approaches in urban planning]. M., Publ. Novoe literaturnoe obozrenie: 395–421. (Die Elgenlogic der Städte. Neue Wege für die Stadtforschung. Berking H., Löv M. eds. Frankfurt/New York, Publ. Campus Verlag, 2008. 335 p.).

14. Shtompka P. 2007. Vizual'naya sotsiologiya. Fotografija kak metod issledovaniya. [Visual sociology. Photography as a research method]. Moscow, Publ. Logos, 168 p. (Sztompka Piotr. 2005. Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza. Wydawnictwo Naukowe PWN, 150 p.).

15. Eko U. 2004. Otsutstvuyushchaya struktura. Vvedenie v semiologiyu. [The missing structure. Introduction to Semiology]. St. Petersburg, Publ. Symposium, 544 p. (Eco Umberto. 1968. La struttura assente. Introduzione alla ricerca semiologica. Milan, Publ. BOMPIANI, 482 p.).



16. Yarskaya-Smirnova E., Romanov P. 2009. Vzglyady i obrazy: metodologiya, analiz, praktika [Views and images: methodology, analysis, practice]. V kn.: Vizual'naya antropologiya: nastroyka optiki. [Visual Anthropology: Optics Tuning]. M., Publ. OOO "Variant", TsSPG: 7–16.

17. Hall S. 1997. Introduction. In: Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. Hall S. (ed.). London: Publ. Sage: 1–12.

Ссылка для цитирования статьи

For citation

Штомпель Л.А., Штомпель О.М. 2020. Аудиовизуальная среда городов южного федерального округа как пространство репрезентации смыслов культуры. НОМОТНЕТІКА: Філософія. Соціологія. Право. 45 (1): 69–80. DOI

Shtompel L.A., Shtompel O.M. 2020. Audiovisual environment of the cities of the southern federal district as a representation space of cultural meanings. NOMOTNETIKA: Philosophy. Sociology. Law. 45 (1): 69–80 (in Russian). DOI