

МАГРАНОВ Алексей Сергеевич – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Центра социально-политических исследований Южного федерального университета (344065, Россия, г. Ростов-на-Дону, пер. Днепроvский, 116, корп. 3, каб. 136; alex_daredevil@mail.ru)

КОРШУНОВА Дарья Андреевна – аспирант Южного федерального университета (344065, Россия, г. Ростов-на-Дону, пер. Днепроvский, 116, корп. 3, каб. 402; barbery12@mail.ru)

ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВА АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ СРЕДЫ ГОРОДА НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ УСТАНОВОК МОЛОДЕЖИ (на примере Новочеркаска и Краснодара)

Часть 1

Аннотация. В статье проводится сравнительный анализ особенностей аудиовизуальной среды городов Новочеркаска и Краснодара, имеющих схожую культурную специфику, а также неразрывную связь их истории с казачеством. Оба города являются центрами казачества – донского и кубанского. Рассматривается влияние аудиовизуальной среды города на ценности и поведенческие установки молодых горожан. Эмпирической базой данной статьи являются результаты социологического исследования, проведенного при участии авторов.

Ключевые слова: молодежь, город, аудиовизуальная среда, ценностные установки, социологическое исследование

Последние 20 лет в мировом научном дискурсе ведется активный поиск подходов к осмыслению такого феномена, как аудиовизуальная среда. Она представляет собой «единство предметно-пространственной среды (реальное сочетание всех чувственно воспринимаемых объектов – архитектурных и вне-архитектурных: здания, памятники, наружная реклама и т.д.) и звукового ландшафта города (совокупность всех звуков города)» [Штомпель, Штомпель 2018: 35] и во многом определяет формирование образа города в глазах горожан.

Для того чтобы горожане могли наиболее комфортно воспринимать аудиовизуальную среду, необходимо, чтобы она была целостной. Когда она теряет свою целостность, возникает ситуация отторжения ее горожанами. Потеря целостности аудиовизуальной среды происходит по причине появления и увеличения до критических значений информационного шума, продуцирующего сбой в коммуникации между горожанами и пространством города. По мнению А.В. Кузнецовой, информационный шум представляет собой «элементы формальной организации текста, препятствующие восприятию информации – искажающие ее или делающие невозможной ее рецепцию» [Кузнецова 2012: 9]. Появление шумов в аудиовизуальной среде во многом связано с тем, каким образом организовано городское пространство, насколько изменения, происходящие в нем, ориентированы на культуру и историю города, отвечают потребностям горожан. Чем выше уровень шума, тем сильнее напряжение, которое испытывают горожане в попытках коммуникации с аудиовизуальной средой. В свою очередь, тем меньше желания у горожан брать ответственность за среду, конструировать ее, тем выше потребность от нее абстрагироваться.

Е.Н. Басовская выделяет два типа информационного шума – «количественный» и «качественный». «Количественный шум» – это избыточная информация, не опирающаяся на исходные данные, которые имеются у большинства реципиентов, а «качественный» – сведения, форма подачи которых затрудняет их восприятие [Басовская 2014]. Говоря об информационном шуме в аудиовизуальной среде города, заметим, что в ней проявлены оба типа информацион-

ного шума. Количественный шум может выражаться в засилье яркой, подчас китчевой наружной рекламы на иностранных языках, а качественный шум – в неграмотной организации городского пространства, например публичных пространств, где нередко ситуация, когда с памятниками патриотической направленности соседствуют магазины, вывески которых отсылают к ценностям глобализма.

Целью нашего исследования выступает сравнительный анализ Новочеркасска и Краснодара по параметрам качества проявленности и трансляции ценностей русской культуры в их визуальной среде и рассмотрение проблемы влияния аудиовизуальной среды города, ее качества на городское пространство и молодых горожан. Эмпирическую базу составили результаты социологического исследования «Развитие аудиовизуальной среды современного российского города в контексте сохранения и трансляции этических ценностей российской культуры», реализованного в 2018 г. коллективом исследователей из Южного федерального университета с привлечением научно-педагогических работников Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского (руководитель проекта – д.филос.н. профессор Л.А. Штомпель)¹. Методология исследования включала в себя анкетирование, а также анализ визуального материала (фотографии объектов городской среды). Общая выборка по 29 городам Южного федерального округа составила 1 532 чел. В число городов ЮФО, охваченных опросом, были включены Новочеркасск и Краснодар. Вышеуказанные города были выбраны для сравнительного анализа по причине схожих моментов в историческом прошлом и культурной специфике: Краснодар, город – столица Краснодарского края, Кубани – центра кубанского казачества и Новочеркасск, город Ростовской области, который по праву считается столицей Всевеликого войска Донского.

Анализ качественных характеристик городского пространства в глазах молодого поколения необходимо начать с рассмотрения историко-культурного наследия города. Данный аспект представляет особую важность ввиду богатейшей более чем 200-летней истории Новочеркасска и Краснодара. Прежде всего, молодым людям было предложено ответить на вопрос: «Знаете ли Вы, каким историческим личностям или событиям Ваш город обязан своим появлением?», с которым подавляющее большинство молодежи успешно справилось. 88,5% молодых новочеркасцев знают основателя их родного города – атамана Матвея Платова, а 86,3% краснодарцев знают, что город основали черноморские казаки, получившие землю в дар от императрицы Екатерины II. При этом большинство опрошенных обладают подобными знаниями благодаря различным городским объектам: молодые люди указали, что видели на улицах своего города мемориальные доски, скульптурные композиции и памятники, посвященные людям, заложившим основы существования данных городов. Особое значение имеет присутствие в городской среде объектов, отражающих национальный или региональный колорит. Как следует из полученных данных, абсолютное большинство молодых людей видели в своем городе здания, которые олицетворяют историческое прошлое родного края: 92% и 82,4% жителей Новочеркасска и Краснодара соответственно. Действительно, история этих городов напрямую связана с казачеством, что находит свое отражение в архитектурном наследии.

Историческое прошлое города напрямую отражается в названиях улиц и площадей, а также установленных памятниках и монументах. Для того чтобы

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-011-00841 «Развитие аудиовизуальной среды современного российского города в контексте сохранения и трансляции этических ценностей российской культуры».

быть полноценным горожанином, молодым людям не только необходимо знать географию города, но и обладать знанием о том, кому посвящены те или иные городские объекты. Без этого невозможно сохранение исторической памяти у будущих поколений жителей города. Лучше всего молодые новочеркасцы и краснодарцы знают памятники, посвященные известным творческим личностям (поэтам, музыкантам, писателям), родившимся в этом городе (69,2% и 80,4% соответственно), а также горожанам, защищавшим Родину в годы Великой Отечественной войны (65,4% и 78,3% соответственно). Схожим образом выглядит и распределение ответов на вопрос о названиях улиц и площадей. Действительно, многие объекты городской инфраструктуры любого российского города посвящены деятелям культуры, а также защитникам Отечества. А вот в отношении объектов, названных в честь других известных личностей, были обнаружены значительные расхождения во мнениях. Так, например, памятники выдающимся деятелям науки в 2 раза чаще замечают в своем городе молодые жители Краснодара (39,1% против 15,4% среди новочеркасцев). А вот в отношении памятников строителям города наблюдается обратное соотношение мнений: 34,6% против 17,4% у молодых краснодарцев. Улицы и площади в своем городе, названные в честь великих ученых, лучше знают молодые горожане, проживающие в Краснодаре. Помимо этого, молодые краснодарцы значительно чаще указывали, что в их городе есть улицы, названные в честь космонавтов (58,8% против 34,6% у новочеркасцев), а также революционеров XIX – начала XX в. (51% против 38,5% соответственно).

Стоит отметить, что на вопрос: «Знаете ли Вы в Вашем городе места, куда бы Вы обязательно повели своего гостя?» – утвердительный ответ дали подавляющее большинство опрошенных: 96,2% молодых жителей Новочеркаска и 82,4% краснодарцев. При этом респонденты могли указать, какие именно места они бы показали в первую очередь своим гостям. В каждом городе оказалась своя специфика выбора подобных объектов. Молодые представители Новочеркаска, отвечая на данный вопрос, чаще всего указывали объекты культурно-исторического наследия. В первую очередь достойным внимания гостей города респонденты считают Вознесенский войсковой патриарший собор (11,9%), являющийся главным храмом Донского казачества. Также представители молодого поколения отметили, что могли бы отвести своего гостя в один из музеев города (5,9%). Еще 3,9% сводили бы приезжего в Донской театр драмы и комедии им. В.Ф. Комиссаржевской (Казачий драматический театр). Молодые горожане из Краснодара оказались более склонными к местам, где можно прогуляться на свежем воздухе. Так, 7,8% прежде всего ответили бы человека, оказавшегося в первый раз в городе, погулять в один из парков. Чаще всего был указан парк «Краснодар», открытый в 2017 г. возле стадиона футбольного клуба «Краснодар». Еще 3% отметили, что гостю города необходимо увидеть улицу Красную – центральную улицу города, на которой расположены администрации Краснодара и Краснодарского края, а также многие городские достопримечательности, в т.ч. памятники архитектуры.

Необходимо обратиться к рассмотрению восприятия молодежью общих характеристик городской среды. В целом, подавляющее большинство представителей молодого поколения сказали, что им нравится город, в котором они живут: 80,8% жителей Новочеркаска и 98% молодых краснодарцев. Тем не менее уютным и привлекательным свой родной город считают только 60% новочеркасцев. У молодых горожан из Краснодара данный показатель составил 91,5%. Рассмотрим подробнее основные причины, оказывающие влияние на снижение привлекательности городского пространства в глазах молодого поколения. Один из наиболее важных моментов – чистота окружающей среды.

Примечательно, что чистым свой город считают в своем большинстве молодые представители Краснодара (79,6% против 15,4% у новочеркасцев), несмотря на значительную разницу в размере городов и численности проживающего в них населения. Однако Краснодар, будучи мегаполисом, сталкивается с другой проблемой – уровнем шума. 60% молодых краснодарцев считают свой город очень шумным, тогда как в Новочеркасске данный показатель в 3 раза ниже – 20,8%. Помимо этого, молодые люди отметили, что в Краснодаре весьма ощутима проблема пробок на дорогах – ее указали 100% респондентов. В Новочеркасске данный фактор имеет значение только для 30,8%.

Безусловно, большое количество автотранспорта на дорогах также сказывается на уровне шума в городе. Одним из элементов звукового фона выступает музыка, звучащая из проезжающих машин. Согласно полученным данным, большинство музыкальных композиций, доносящихся из автомобилей и общественного транспорта как в Краснодаре, так и в Новочеркасске, являются хитами зарубежной эстрады (76,5% и 65,4% соответственно). Русские народные песни, романсы и классическая музыка практически не звучат в динамиках машин. Однако было выявлено, что национальную музыку можно чаще услышать в Краснодаре (15,7% против 3,8% у новочеркасцев), а композиции жанра «блатной музыки» – на улицах Новочеркасска (57,7% и 27,5% соответственно). Также около 1/4 опрошенных в обоих городах отметили присутствие жанрового разнообразия: вариант «другое» отметили более 23% представителей молодежи.

В пространстве любого современного города значительное место занимает реклама различных товаров, услуг и заведений. Являясь неотъемлемым атрибутом общества потребления, реклама, принимающая самые разные формы (в т.ч. аудиореклама), интегрируется в культуру. Как показали результаты проведенного исследования, засилье коммерческой рекламы ощущают в большей степени молодые жители Новочеркасска. Половина опрошенных (50%) считают, что ее в городе с избытком, а 42,3% оценили объем рекламы как достаточный. Среди молодых представителей Краснодара большинство (72,5%) отметили, что коммерческой рекламы в городе достаточно, а на ее избыток указали 23,5%. Нехватку рекламы товаров и услуг ощущают 7,7% и 3,9% соответственно. Стоит заметить, что относительно социальной рекламы наблюдается иная картина. 28% новочеркасцев и 35,3% краснодарцев считают, что необходимо размещать больше социальной рекламы на улицах города; ее достаточный объем отметили 68% и 52,9% соответственно.

Помимо внедрения новых визуальных образов, коммерческая реклама оказывает влияние на языковую культуру – прежде всего, за счет использования большого числа иностранных слов и названий. Абсолютное большинство опрошенных (по 96% в Краснодаре и Новочеркасске) ответили, что в их городе есть сетевые магазины, точки общественного питания, дилерские автоцентры, названия которых написаны на латинице. Однако при этом молодые люди практически не замечают иностранных названий в рекламе. Более 80% респондентов в обоих городах указали, что рекламная продукция в общественных пространствах выполнена на русском языке, а рекламу на иностранном языке выделяют 4% молодых горожан из Новочеркасска и 2% – из Краснодара. Еще 8% и 11,8%, соответственно, указали, что реклама, размещенная на улицах города, выполнена с использованием смеси русского и иностранных языков. Для лучшего понимания данной тенденции необходимо обратиться к рассмотрению ответов молодежи на вопрос: «Каким должен быть язык/вид/форма информационной, рекламной продукции в публичных пространствах Вашего города?» Главным критерием для языка рекламной продукции, по мнению молодежи, выступает грамотность (74,5% у краснодарцев и 84,6% среди

новочеркасцев). Представители Новочеркасска и Краснодара оказались полностью солидарными в том, что рекламная и информационная продукция должна транслировать ценности русской культуры (по 19%). Но при этом они считают, что размещаемая информация должна ориентироваться и на реалии современной жизни. Наиболее явно это просматривается в ответах молодых жителей Краснодара, являющегося современным мегаполисом (45,1% против 23,1% в Новочеркасске). Таким образом, молодежь воспринимает использование иностранных языков в рекламе как вполне соответствующее глобализационным процессам современного мира. Однако молодые люди также понимают, что любая транслируемая информация не должна пренебрегать ценностями русской культуры или противоречить им. Стоит отметить, что представители Новочеркасска в большей степени поддерживают необходимость обращения к событиям отечественной истории в рекламной продукции, размещаемой на улицах города (11,5% против 3,9% в Краснодаре).

Данная тенденция находит свое подтверждение и в ответах молодых людей на вопрос: «Приятно ли Вам видеть в Вашем городе надписи на иностранном языке?» 57,7% новочеркасцев и 66,7% краснодарцев считают, что наличие надписей на иностранных языках свидетельствует об открытости и современности города. При этом около 1/3 опрошенных в обоих городах вообще не придают значения тому, на каком языке сделаны надписи на улицах города. Вдобавок, отвечая на вопрос о характерных особенностях публичных пространств города, только 3,8% молодых горожан из Новочеркасска и 9,8% краснодарцев отметили вариант: «избыток иноязычной информации». Молодежь в значительно большей степени раздражает засилье рекламы в городском пространстве (34,6% и 43,1% соответственно), а также недостаток воспитательной, культурной, ценностной составляющей в убранстве улиц (особенно это ощущают молодые люди из Новочеркасска – 53,8% против 31,4% в Краснодаре).

Молодым людям было предложено высказать свое мнение о том, чего именно не хватает их городу. Хотя Новочеркасск и Краснодар отличаются по числу жителей и региону, по мнению молодых горожан, есть ряд основных моментов, требующих внимания. Так, 26,9% новочеркасцев и 29,4% краснодарцев считают, что их городу не хватает красивой современной архитектуры. Также молодым людям важно чувствовать себя в безопасности на улицах родного города – этот вариант ответа отметили 19,2% и 17,6% соответственно. Необходимы изменения и в культурно-массовой сфере. Около 11% представителей молодежи из обоих городов указали, что хотели бы видеть в городе больше интересных музеев и выставок, а также концертных залов и театров (3,8% среди жителей Новочеркасска и 5,9% – Краснодара). Также были отмечены и вопросы благоустройства жилого пространства города. На необходимость озеленения дворов жилых домов указали 15,4% новочеркасцев и 13,7% краснодарцев, а около 8% сказали, что во дворах не хватает столов со скамейками для отдыха. Не хватает во дворах и детских игровых и спортивных площадок – так ответили 11,5% и 7,8% соответственно. Однако в каждом городе были выделены проблемы, в большей степени характерные только для него. Так, молодые горожане Новочеркасска указали, что их город нуждается в новых парках и скверах (15,4% против 3,9% в Краснодаре), спортивных клубах и площадках (11,5% против 3,9% соответственно), а также ему не хватает чистоты (23,1% против 2% соответственно). Отчасти это обусловлено отсутствием нужного числа урн для мусора – так ответили 15,4% новочеркасцев (в Краснодаре данный показатель составил 7,8%). Основная проблема, отмеченная молодыми жителями Краснодара, соответствует ритму жизни мегаполиса. Краснодарская молодежь испытывает более выраженную необходимость в тишине и спокойствии (25,5% против 15,4% у

жителей Новочеркасска), что не удивительно для города такого размера. Также молодые краснодарцы испытывают потребность в увеличении числа проводимых публичных мероприятий – 29,4% против 19,2% соответственно). Обращает на себя внимание тот факт, что жители Краснодара считают, что городу не хватает зданий в хорошем состоянии, олицетворяющих историю города – 13,7%, тогда как в Новочеркасске данный показатель составляет 7,7%. Однако при всех различиях молодежь Новочеркасска и Краснодара оказалась полностью солидарна насчет главного элемента, необходимого их родному городу. Каждый третий респондент в обоих поселениях отметил, что городу недостает наличия людей, умеющих вести себя культурно. Таким образом, у представителей молодого поколения есть понимание того, что все изменения в городе зависят в первую очередь от его жителей. Данная тенденция является, безусловно, позитивной, и крайне необходимо, чтобы подрастающее поколение полностью разделяло принцип: «хочешь изменить мир – начни с себя».

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №18-011-00841.

Список литературы

Басовская Е.Н. 2014. Информационный шум как воздействующий компонент медиатекста. – *Вестник Челябинского государственного университета*. № 7. С. 6-11.

Кузнецова А.В. 2012. *Проблемы информации и энтропии в медиатексте*: автореф. дис. ... к.филол.н. Ростов н/Д. 25 с.

Штомпель Л.А., Штомпель О.М. 2018. Прецедентные тексты культуры в визуальной среде российского города. – *Научная мысль Кавказа*. № 2(94). С. 34-40.

MAGRANOV *Aleksei Sergeevich*, *Cand.Sci. (Soc.)*, Senior Researcher of the Center for Socio-political Studies, Southern Federal University (of. 136, bld. 3, 116 Dneprovsky Lane, Rostov-on-Don, Russia, 344065; alex_daredevil@mail.ru)

KORSHUNOVA *Dar'ya Andreevna*, postgraduate student at the Southern Federal University (of. 402, bld. 3, 116 Dneprovsky Lane, Rostov-on-Don, Russia, 344065; barbery12@mail.ru)

THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF THE AUDIOVISUAL ENVIRONMENT OF THE CITY ON THE FORMATION OF VALUES OF YOUNG PEOPLE (on the example of Novocherkassk and Krasnodar)

Part 1

Abstract. The article presents a comparative analysis of the features of the audiovisual environment of Novocherkassk and Krasnodar, which have similar cultural specificity, as well as the inseparable connection of their history with the Cossacks. Both cities are the centers of the Don and Kuban' Cossacks. The authors consider the influence of the audiovisual environment of the city on the values and behavioral attitudes of young citizens. The empirical base of this article is the results of a sociological study conducted with the participation of the authors.

Keywords: youth, city, audiovisual environment, values, sociological study
