

**Ермакова Лариса Ивановна,**

доктор философских наук, профессор кафедры исторических и социально-философских дисциплин, востоковедения и теологии ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет», г. Пятигорск  
[miano@pglu.ru](mailto:miano@pglu.ru)



**Суховская Дарья Николаевна,**

кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры исторических и социально-философских дисциплин, востоковедения и теологии ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет», г. Пятигорск  
[daria.sukhovskaya@yahoo.com](mailto:daria.sukhovskaya@yahoo.com)

**Горохова Александра Евгеньевна,**

студентка ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет», г. Пятигорск  
[Aleksandragorokhova08@gmail.com](mailto:Aleksandragorokhova08@gmail.com)

### **Специфика формирования креативного пространства в моногородах\***

**Аннотация.** Данная статья предлагает рассмотреть особенности формирования креативных пространств в моногородах. Здесь анализируются возможности их формирования в крупных и мелких моногородах России.

**Ключевые слова:** пространство, моногород, население, экономика.

**Раздел:** (04) экономика.

На сегодняшний день, когда политические санкции влияют на экономику важным и ключевым моментом развитию нашей страны является развитие внутреннего рынка. Его развитие может осуществляться за счет того, что основные финансы, которые раньше тратились на импортные товары, можно перенаправить в сторону развития крупных промышленных городов. Данная же тематика затрагивает моногорода, то есть населенные пункты, где экономика и инфраструктура зависит от одного или множества предприятий, которые связаны между собой. Слово «моногород» является сокращением понятия «монопрофильный город», где греческая приставка «моно» означает «единственный». Данные предприятия принято также называть «градообразующими». На данных производственных предприятиях занята основная часть жителей, что, несомненно, оказывает влияние на занятость населения, имеет большое воздействие на социокультурную жизнь этого города. По государственному законодательству чтобы организацию признали градообразующей, на ней должно быть занято не менее двадцати пяти процентов численности рабочего населения соответствующего населенного пункта. Данный факт подтверждает, что рабочие этих предприятий являются основной рабочей массой города. Данную статистику нельзя оставлять без внимания, так как эффективность и качество работы компании напрямую зависят от рабочих.

По последним данным, количество подобных муниципальных образований в нашей стране равно 319. Сюда относят как города, так и поселки городского типа. Проведя мониторинг российских моногородов, которые имеют стабильную социально-

\* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 16-33-00035.

экономическую ситуацию, можно сказать, что в преимущественном большинстве это не крупные города. Численность населения в них колеблется от самого крупного в 705,5 тыс. чел. (г. Тольятти, Самарская область), до самого маленького в 1,7 тыс. жителей (пос. Светлогорье, Приморский край). Необходимо принять во внимание тот факт, что в этом списке количество городов, чье население «переваливает» за 300 тыс. жителей всего 6. Далее количество жителей уменьшается, и превалируют населенные пункты до 100 тыс. жителей.

Такие небольшие точки не всегда остаются во внимании, что сказывается на развитости инфраструктуры. Особенно это касается ее социальной стороны, то есть отраслей, предприятий, которые бы обеспечивали приемлемую жизнедеятельность населения. Каждый небольшой городок имеет стандартный набор инфраструктуры, состоящий из зданий администрации, больницы, военных и полицейских участков, станций МЧС и нескольких зданий филармоний и театров (которые, в большинстве своем, мало кто посещает). Все эти здания в запущенном состоянии, так как никому нет дела до преобразования города, ведь все силу уходят на работу и содержание семьи. А с другой стороны никакого финансирования для этого не предоставляется, хотя многое навязывается самим государством.

Так как многие из моногородов – небольшие точки скопления народа (по сравнению с обычными городами), то мало кто задумывается о расширении, увеличении, улучшении инфраструктуры. Но будем говорить об инфраструктуре не только как о наборе минимальных жизненных услуг, но и как о возможности досуговой деятельности населения, выявлении и развитии его творческого потенциала, развитие его индивидуальности.

Судя по нынешнему, да и прошлому состоянию российской экономики, трудно сказать, что небольшие моногорода имеют настолько же развитую инфраструктуру, как имеют ее большие города. Отсюда и вытекает проблема формирования креативного пространства.

Далее следует остановиться на определении креативного пространства.

Креативное пространство – это свободная зона для обмена новаторскими креативными идеями между творческим населением города. Также креативное пространство является площадкой для самовыражения, демонстрации для критики своих трудов или же оценивание чужих. Хочется отметить, что посетителями таких креативных пространств могут являться не только люди творческих профессий, но и жители города, которые в свободное время занимаются творчеством. То есть это является для них хобби, неким родом досуговой деятельности, который может разнообразить их повседневную жизнь. В современных крупных городах это довольно частое явление.

Креативное пространство может существовать в нескольких формах: 1) арт-пространство – огромные пространства (чаще всего бывшие промышленные зоны), переоборудованные под жилье, офис, кафе, рабочие зоны, выставочные площадки и прочие многофункциональные зоны; 2) лофт – жилая площадь, переделанная из здания, которое строилось по другим иным предназначениям (бывшие фабричные цехи, склады); 3) коворкинг – современная схема организации рабочего процесса, когда в одном рабочем пространстве происходят не всегда похожие виды деятельности; 4) арт-центр – функциональный центр, отличен от художественной галереи или музея, где предоставляется место для выставок, семинаров, поощряющих практики искусств, предоставляют техническое оборудование.

Но для того, чтобы данные формы реализации творческого потенциала людей стали возможны в определенном моногородском пространстве, необходимо иметь

определенную городскую среду. Городская среда – это комплекс множества объектов, формирующих особенное характерное пространство, где существует возможность взаимоотношений. Качество ее главным образом зависит от того, насколько полно здесь могут быть удовлетворены реальные запросы, потребности горожан. Хотя возможность реализации коммуникативных и культурных потребностей связана в целом с уровнем культурного потенциала каждого отдельного города, но сам культурный потенциал является возможностью населения создавать и поддерживать среду для своего развития.

Данные условия отлично вписываются в городскую среду крупных, развитых городов, в основном административных центров, где находится основная масса населения и куда стекаются люди с окраин. Именно поэтому в наши дни, особенно в последние несколько лет стали так популярны зоны коворкинга, лофт-зоны и различные арт-пространства. Новатором в этом деле для нашей страны стал Санкт-Петербург, степень развитости городской среды которого сложно оспорить.

Но перед нами стоит вопрос о развитии данных зон в среде моногородских пространств, где, как уже упоминалось мною выше, преобладающее большинство отнюдь не крупных городов. В основном это города и поселки городского типа, где количество горожан насчитывается до 100 тысяч человек. Из них, примерно 15–20% – пенсионеры, приблизительно такие же цифры отводятся нетрудоспособному населению, то есть детям, инвалидам. Поэтому, в развитии городской среды и креативных пространств заинтересованы далеко не все жители: кто-то, кто не ищет возможности раскрытия творческого потенциала, а кто-то по своей неспособности. К тому же, если расставлять акценты именно на то, что это небольшие поселения, где практически каждый имеет свой земельный участок, на котором он занимается домашним хозяйством, то основные временные ресурсы, помимо рабочего времени, уходят именно на обработку и уход за землей. Данный процесс весьма трудоемкий и занимает практически все свободное время, превращаясь в своеобразное хобби. Такому типу общества выражение своего творческого «я» становится потребностью далеко не в главную очередь. Поэтому главной проблемой стоит выделить формирование креативных пространств в малонаселенных моногородах.

В поддержку развития моногородов существуют и развиваются множество программ. Основной коммерческой поддержкой, неоспоримо, является государственная поддержка. На недавнем совещании, проходившем 10 августа 2016 г., касавшемся поддержки моногородов президент В. В. Путин поручил не снижать темпов диверсификации экономики, на что еще в 2012–2014 гг. было выделено немало финансовых средств. Помимо коммерческой поддержки существуют и некоммерческие проекты. Один из них это – НКО «Фонд развития моногородов», главные цели которой привлекать инвестиции, создавать рабочие места и обучать команды по управлению моногородами. Но все это касается экономической составляющей, тогда как о социальной составляющей практически никто не задумывается.

Исходя из вышеперечисленных высказываний, необходимо не только создавать однотипные креативные пространства, а вырабатывать определенную стратегию по развитию индивидуальной социальной среды каждого моногорода. Социальная среда города складывается из общего культурного уровня жителей, что должно давать основные сведения о том, в чем нуждается определенный житель определенной местности.

Возможно, существуют такие населенные пункты, где люди не могут самовыражаться в силу своей закрепощенности, которая появилась здесь и остается

по сей день, так как раньше им этого делать не приходилось. Такому обществу необходима некая форма адаптации, которая позволит им для начала узнать о возможностях, которые им представятся. А более крупные поселения нуждаются уже именно в самих площадках, где существует возможность, а самое главное – необходимость обмениваться уже собственным опытом.

Качество работы на градообразующих предприятиях зависит от рабочих. Опираясь на данные пирамиды потребностей Маслоу, причастность человека к определенной группе, его уважение и в конечном итоге самовыражение занимают три заключительные ступени после самых примитивных физиологических. Это позволяет судить о том, что проведение досуга и возможность познавать себя вне рабочее время, давать расслабляться и отвлекаться на какой-либо другой вид деятельности, что возможно делать в тех самых креативных пространствах, дает человеку полное удовлетворение потребностей. Всем известна простейшая истина: если человек удовлетворен, то его работоспособность, качество работы повышается.

В первую очередь, для достижения вышеставленной цели необходимо проводить мониторинг и анализ населенного пункта и его жителей. Полученные данные дадут необходимую информацию для определения степени запущенности состояния городской среды. Данные состояния можно разделить на 4 категории: 1) запущенное состояние, 2) фаза депрессии, 3) фаза стагнации, 4) развитая городская структура. Для каждой категории должен разрабатываться свой план действий по внедрению и улучшению креативных пространств.

Для такого рода деятельности необходимо создавать организации, деятельность которых будет направлена именно на выявление таких категорий. Данным организациям следует непрерывно сотрудничать с экономическими, так как два эти показателя (социальный и экономический) неразрывно связаны между собой. Особо запущенные города и города в депрессии следует пошагово направлять к развитию и выходу из депрессии, вслед за общими настроениями населения будет и подниматься экономика. Города, которые застряли в фазе стагнации (застоя), следует наполнять инновационными идеями, которые бы подтолкнули их к выходу из данной фазы. И соответственно города с развитой городской структурой следует оставлять под наблюдением, чтобы вырабатывать определенные схемы, влияющие на население и на экономику.

В современном мире слишком быстро происходят изменения. Кто-то умеет быстро адаптироваться под возникающие условия, а кто-то – нет. Но в силу того, что условия существования меняются с каждым днем, необходимо создавать и новые способы выживания. В данном случае, моногорода – важная часть российской экономики, затухание которой приведет к неизбежному краху. На них следует обращать свое внимание, а внедрение креативных пространств – как глоток свежего воздуха после долгой изнурительной работы, который способен дать новые силы, чтобы снова показать свою важность и мощь. Хотя и эксперты пророчат не долгую жизнь креативных пространств на сегодняшней арене, за ними будут следовать новые новаторские тенденции, способные дать еще один шанс увядающим городам.

## Список литературы

1. Суховская Д. Н. Креативные пространства России как источники формирования общенациональных ценностей // Новые идеи в философии: материалы Междунар. науч. конф. – Пермь, 2015. – С. 41–46.
2. Суховская Д. Н. Социально-философский анализ креативных структур современного городского поселения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 8. – С. 121–125.

3. Ермакова Л. И., Суховская Д. Н. Креативные пространства поселений: технологии создания современных творческих площадок городов (на русском и английском языках): справочно-информационное пособие. – М., 2016.
4. Ермакова Л. И., Суховская Д. Н. Характеристика креативного пространства города как творческого локуса его жизненного пространства // Проблемы внедрения результатов инновационных разработок: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза, 2016. – С. 53–57.
5. Ермакова Л. И., Суховская Д. Н. Концепт пространства в определении сущности социально-философской категории «креативное пространство поселения» // Глобализация научных процессов: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. – Киров, 2016. – С. 15–17.
6. Суховская Д. Н. Креативное пространство мегаполиса как новая форма социальности // Управление мегаполисом. – 2013. – № 6 (36). – С. 37–40.
7. Суховская Д. Н., Ермакова Л. И. Роль ДПО в формировании стратегии устойчивого развития российского общества // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 26. – С. 51–55. – URL: <https://e-koncept.ru/2016/46411.htm>.

**Larisa Ermakova,**

Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Department of historical and socio-philosophical disciplines,  
 Oriental studies and theology, Pyatigorsk State University, Pyatigorsk  
[miano@pglu.ru](mailto:miano@pglu.ru)

**Daria Sukhovskaya,**

Candidate of Philosophical Sciences, senior lecturer of the Department of historical and socio-philosophical  
 disciplines, Oriental studies and theology, Pyatigorsk State University, Pyatigorsk  
[daria.sukhovskaya@yahoo.com](mailto:daria.sukhovskaya@yahoo.com)

**Alexandra Gorokhova,**

Student, Pyatigorsk State University, Pyatigorsk  
[Aleksandrakorokhova08@gmail.com](mailto:Aleksandrakorokhova08@gmail.com)

**Specificity of the formation of creative space in single-industry towns**

**Abstract.** This article proposes to consider the features of formation of creative spaces in these towns. It  
 explores the possibility of their formation in large and small towns of Russia.

**Key words:** space, mono, population, economy.

**Рекомендовано к публикации:**

Некрасовой Г. Н., доктором педагогических наук,  
 членом редакционной коллегии журнала «Концепт»



[www.e-koncept.ru](http://www.e-koncept.ru)

Поступила в редакцию <i>Received</i>	15.03.17	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	17.03.17
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	17.03.17	Опубликована <i>Published</i>	27.03.17

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2017

© Ермакова Л. И., Суховская Д. Н., Горохова А. Е., 2017