

Афанасьев К.С. <sup>1</sup>, Татарникова М.А. <sup>1</sup>, Фролова Н.Н.

<sup>1</sup> Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина, Санкт-Петербург, г. Пушкин, Россия

## Клиентоориентированный подход в управлении общественным пространством крупного города

### ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Афанасьев К.С., Татарникова М.А., Фролова Н.Н. Клиентоориентированный подход в управлении общественным пространством крупного города // Креативная экономика. – 2023. – Том 17. – № 1. – С. 277–294. doi: [10.18334/ce.17.1.116858](https://doi.org/10.18334/ce.17.1.116858)

### АННОТАЦИЯ:

В статье рассматривается проблема внедрения клиентоориентированного подхода в процесс проектирования городских общественных пространств. В качестве объекта исследования выступают муниципальные услуги. Предметом исследования является клиентоориентированность органов местного самоуправления. Исследование проводится на основе анализа нормативных правовых актов и сравнения между методами клиентоориентированных исследований в области управления и в государственном, и муниципальном управлении, а также обнаружения данных методов управления в государственном и муниципальном управлении в связи с определением в проверяемых предоставляемых услугах. Были выявлены проблемы обслуживания населения, влияющие на уровень клиентоориентированности при передаче муниципальных услуг. На основе анализа отечественного и зарубежного опыта, а также эмпирических исследований сделан вывод о необходимости использования инструментов сервисного проектирования для обеспечения эффективного функционирования объектов благоустройства. Представлена схема реализации проектов общественных пространств в контексте государственных программ и проектов по развитию комфортной городской среды.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** общественные пространства, гражданское участие, управление, формирование, клиентоориентированность, сервисное проектирование, городская среда

### ОБ АВТОРАХ

Афанасьев Кирилл Станиславович, доцент кафедры государственного и муниципального управления, кандидат экономических наук (k.afanasiev@lengu.ru)

Татарникова Марина Анатольевна, доцент кафедры государственного и муниципального управления, кандидат экономических наук (tatarnikovamarin@mail.ru)

Фролова Наталья Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного, муниципального и социального управления (frolova.molla@gmail.com)



**Afanasev K.S.<sup>1</sup>, Tatarnikova M.A.<sup>1</sup>, Frolova N.N.**

<sup>1</sup> Leningrad State University named after A.S. Pushkin, Russia

# Customer-oriented approach in managing the public space of a large city

## **CITE AS:**

Afanasev K.S., Tatarnikova M.A., Frolova N.N. (2023) Klientoorientirovanny podkhod v upravlenii obschestvennym prostranstvom krupnogo goroda [Customer-oriented approach in managing the public space of a large city]. *Kreativnaya ekonomika*. 17. (1). – 277–294. doi: [10.18334/ce.17.1.116858](https://doi.org/10.18334/ce.17.1.116858)

## **ABSTRACT:**

The article deals with the problem of introducing a customer-oriented approach to the design process of urban public spaces. Municipal services were the object of research. The customer orientation of local governments is the subject of research. The research is carried out on the basis of the analysis of regulatory legal acts and comparison between the methods of customer-oriented research in management and public administration, as well as the discovery of these management methods in public administration in connection with the services being tested. The problems of public service affecting the level of customer orientation in the transfer of municipal services were identified. It is concluded that it is necessary to use service design tools to ensure the effectiveness of landscaping facilities. The scheme of implementation of public space projects in the context of state programs and projects for the development of a comfortable urban environment is presented.

**KEYWORDS:** public spaces, civic participation, management, formation, customer-oriented approach, service design, urban environment

**JEL Classification:** R11, R12, R13

**Received:** 21.11.2022 / **Published:** 31.01.2023

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers

**For correspondence:** Afanasev K.S. (k.afanasiev@lengu.ru)

## Введение

Общественные пространства современного города в рамках институциональной теории рассматриваются в качестве общественного блага, предоставляемого в большинстве случаев за счет местного, регионального или федерального бюджета. При этом, как и в случае других видов общественных услуг, пользователь/посетитель данного элемента городской среды в современных условиях воспринимается в качестве клиента/заказчика, способного влиять на процессы проектирования, использования и оценки эффективности с последующим совершенствованием общественных пространств. Ключевыми особенностями при этом являются неперсонализированный характер предоставления данного вида общественного блага, а также недостаточно четко определенные правила и ограничения его использования, вытекающие из свойств неисключаемости и неконкурентности.

В связи с этим процессы создания и использования общественных пространств в условиях современного города обнаруживают целый комплекс проблем, наиболее заметной и острой из которых является отсутствие должной коммуникации между городскими властями, утверждающими проекты общественных пространств, и потенциальными пользователями этих объектов – горожанами. Это, в свою очередь, приводит к возникновению неудовлетворенности населения деятельностью органов власти в сфере благоустройства территории и, как следствие, делегитимизации предшествующих и последующих решений в области социально-экономического развития. Впрочем, в отношении самих граждан представители власти как основные инициаторы предоставления данной разновидности общественного блага также зачастую испытывают негативные чувства, связанные с «неправильной», по их мнению, эксплуатацией объектов и выражающейся в порче имущества, реализации непредусмотренных проектировщиками сценариев активности, наконец, в пренебрежении и равнодушии к общественным пространствам.

## Постановка проблемы и методы исследования

В настоящей работе будут рассмотрены вопросы оптимизации процесса формирования (планирования, проектирования и создания) и использования (обеспечение востребованности и реализация социально одобряемых сценариев поведения) общественных пространств. Под последними, при всем многообразии определений и классификаций [1, 24] (*Abaidulova, Kuspangaliev,*

*Musabaeva, 2020; Khazerli, 2013*), понимаются локально обусловленные формы публичной активности и коммуникации граждан, зачастую не совпадающие с традиционным делением городской среды на элементы и объекты. Иначе говоря, элемент улично-дорожной сети или объект благоустройства становится общественным пространством только при условии реализации в нем публичной жизни как средоточия интересов вовлеченных в нее акторов и выполнения конкретной социальной функции при достаточно жесткой взаимообусловленности характеристик места и поведения людей [21] (*Taunsend, 2019*). С помощью инновационных подходов из смежных сфер – поведенческой экономики, дизайн-проектирования и маркетинговых исследований – становится возможным обеспечить максимально эффективную коммуникацию людей в публичной сфере, в том числе в процессе использования горожанами общественных пространств.

Основным методом исследования выступает сравнительный подход для выявления примеров лучшей практики и определения неудачных вариантов решения выявленной проблемы. Исторический подход позволяет определить эволюционные предпосылки для формирования текущего положения дел. В качестве вспомогательных методов выступает социологический инструментарий: данные включенного наблюдения авторов, итоги фокусированного интервью с посетителями общественных пространств Санкт-Петербурга и крупных населенных пунктов Ленинградской области.

Целью исследования является изучение опыта и разработка рекомендаций по совершенствованию системы управления клиентоориентированными стратегиями формирования новых или реконструируемых общественных пространств. Научная новизна статьи состоит в разработке отличной от традиционного механизма разработки схем реализации проектов в сфере благоустройства, пригодной для использования при соблюдении параметров федерального проекта «Формирование комфортной городской среды», предполагающего активное участие жителей и вовлечение всех заинтересованных лиц.

## Обзор практического опыта

В современных условиях городские общественные пространства выполняют ряд социализирующих функций, способствуя закреплению нормативных образцов поведения. «Во время прогулок люди становятся частью своей территории; они встречают других людей, они становятся стражами своих районов. В беседе люди узнают друг друга; они находят и развивают общие

интересы и реализуют коллективные способности, жизненно важные для общества и демократии» [13] (*Montgomeri, 2019*). Не стоит забывать и о рекреационной составляющей как специально предназначенных для этого парков, скверов и площадей, так и городских улиц в целом. Правильно организованное и востребованное публичное место становится важным дополнением частному пространству жилого и рабочего помещения. Жители осознанно или нет ожидают от властей обеспечения вышеуказанных функций, предъявляя к имеющимся и вновь создаваемым объектам ряд более или менее четко артикулируемых требований, важнейшими из которых являются безопасность, комфорт и возможность получать удовольствие.

Проведенный авторами анализ опыта формирования общественных пространств в зарубежных и отечественных городах позволяет выявить три преобладающих в настоящее время подхода к созданию элементов городской среды: исторический, нормативный и партисипативный. При этом необходимо отметить, что в процессе реализации конкретного проекта возможно сочетание этих подходов при доминировании одного из них.

*Исторический подход* характерен для городов со сложившейся исторической застройкой, представляющей значительную культурную ценность. Функции общественного пространства при этом в целом соответствуют изначальному замыслу, иногда вступая в противоречие с потребностями и интересами нынешних обитателей места. Примерами реализации данного подхода являются торговые и парадные площади, исторические улицы и набережные – интересные для посещений туристам, но не очень удобные с точки зрения отдыха и комфорта для местных жителей.

*Нормативный подход* предполагает применение к новым и реконструируемым объектам правил и ограничений (в России – СНиПов и СанПиНов), зачастую устаревших и негибких, препятствующих формированию живой ткани публичной жизни. Пожалуй, именно несоответствие применяемых норм потребностям жителей как пользователей и заказчиков общественных пространств является главной причиной пустующих парков и «вандализации» элементов благоустройства. Последняя при этом рассматривается исследователями в качестве неосознанной реакции на насаждаемый «сверху» чужеродный для городской среды объект.

*Партисипативный подход* является результатом демократизации системы публичного управления и предполагает активное участие граждан в выработке приоритетов и конкретных планировочных решений в отношении развития общественных пространств. Феномен «соучаствующего проектирования» (*participatory design*) и «общественного планирования» (*community*

*planning*) в настоящее время достаточно позитивно зарекомендовал себя в городах по всему миру, существуют успешные примеры реализации данных механизмов и в России. Главным сдерживающим фактором в применении партисипативного подхода являются высокие требования к активности граждан, предполагающей постоянную включенность в проект на стадиях инициирования, планирования, регулирования, реализации и завершения, а также к коммуникативным компетенциям сотрудников администрации и членов инициативных групп. Сложность применения данного подхода связана и с тем, что достигнуть консенсуса между горожанами и городом в данном случае гораздо сложнее, поскольку представления граждан могут расходиться с нормативно-правовыми и бюджетными ограничениями, обуславливающими решения городских властей. Тем не менее, «если позволить горожанам вносить изменения в окружающую их среду, пусть даже самые незначительные, то эта среда становится более привлекательной и конгениальной людям, которые в ней живут» [11] (*Kolesnikova, Tatarnikova, 2021*).

Рассмотренные выше подходы при правильном применении способны обеспечить формирование комфортной городской среды, безопасной в использовании и обеспечивающей реализацию рекреационной и социализирующей функции общественных пространств [7] (*Geyl, Gemzo, 2012*). Тем не менее вопрос использования элементов и объектов, выполняющих эти публичные функции, зачастую отделяется от процесса их формирования, вследствие чего и возникает разрыв между планом и реальностью. Не в последнюю очередь это связано с чрезмерной специализацией лиц, принимающих решения на различных стадиях реализации проекта, и с отсутствием системного подхода (в качестве позитивных примеров реализации междисциплинарных подходов можно упомянуть классические работы К. Александра, К. Линча, К. Дзя и других [2, 9, 12] (*Aleksander, Isikava S. Silverstayn, 2014; Dey, 2000; Makkuayr, 2018*), фиксирующие общий концептуальный сдвиг в дизайне городов [26] (*Bachner*)).

В качестве наиболее распространенных ошибок, допускаемых на этапе проектирования, можно отметить: преобладание типовых решений без учета культурного и исторического контекста; стремление к компромиссу при анализе потребностей и интересов будущих пользователей; навязчивое желание сэкономить или применять привычные подходы; привлечение исполнителей, не обладающих необходимыми профессиональными компетенциями для успешной реализации проекта.

Вопрос регулирования использования общественных пространств позволяет, в свою очередь, выделить следующие механизмы обеспечения необходимых и желаемых поведенческих паттернов.

Прежде всего, стоит отметить систему указателей и знаков (*wayfinding system*), обеспечивающих ориентирование и позволяющих разграничить различные виды активности [4, 25] (*Berger, 2005; Khachaturov, 2020*). Само наличие этих элементов является необходимым, однако аспект, связанный с графическим оформлением и использованием психологических закономерностей восприятия информации, полностью зависит от компетенции исполнителя, в связи с чем возникла целая отрасль дизайна, связанная с проектированием эффективных систем ориентирования в публичных местах [14] (*Oldenburg, 2014*). Указанный механизм является наиболее «мягким» способом обеспечить желаемое поведение, но в подавляющем числе случаев потенциал дизайнерских решений в сфере благоустройства используется в незначительной степени [15] (*Ponomareva, 2013*).

Организация контроля за использованием общественных пространств с помощью сотрудников органов охраны порядка и средств видеонаблюдения воспринимается гражданами в качестве наиболее действенного и наглядного средства обеспечения безопасности и социально одобряемого (нормативного) поведения. Однако возможности данного регуляторного механизма в любом случае ограничены как численностью привлекаемого для этих целей персонала, так и особенностями восприятия этих элементов безопасности со стороны потенциальных нарушителей.

Наконец, стоит упомянуть и наиболее «жесткий» инструмент установления правил и обеспечения их соблюдения: физические ограничения, выражающиеся в ограждениях и заборах, а также в концепции «антивандальности». В ряде постсоветских государств и странах Восточной Европы подобные особенности организации публичных пространств воспринимаются как естественный механизм обеспечения сохранности того или иного объекта: газона, зеленых насаждений, урн для мусора, скамеек, малых архитектурных форм. (Так, У. Уайт говорит в данном контексте о «самоценности проектировщиков», якобы лучше других представляющих, как лучше использовать конкретный элемент [27] (*Carr, Francis, Rivlin, Stone, 2009*)). Однако любой житель европейского города воспринимает такие инициативы в качестве явного признака плохого дизайн-проекта и в целом материального воплощения низкого уровня социального доверия (вертикального и горизонтального) [20] (*Taler, Sansteyn, 2017*). Стоит учитывать и вероятность «ответной агрессии» по отношению к новым объектам со стороны местных жителей (в основном моло-

дых), «освоивших» с помощью локальной топонимии или кустарного, самостоятельного благоустройства часть территории города.

Подводя итог рассмотрению практического опыта создания общественных пространств и регулирования их использования, необходимо отметить, что для обеспечения выполнения общественным пространством его функций важен не столько используемый подход при его формировании или регуляторный механизм его использования, сколько обеспечение востребованности объектов и их полифункциональной эксплуатации различными категориями граждан по возрасту, социальному положению и целям пребывания в городе. При этом взаимное наблюдение и саморегуляция поведения представляются наиболее эффективной формой обеспечения упомянутых выше критериев качества общественного пространства: безопасности, комфорта и удовольствия.

## Выводы и рекомендации

В процессе эмпирического анализа с использованием унифицированных исследовательских дневников студентов магистратуры по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление» и блиц-интервью (всего – 128 опрошенных посетителей общественных пространств в октябре 2019 года, апреле – июне 2021 года, в марте 2022 года) для подтверждения или опровержения формируемых гипотез было определено, что в наибольшей степени востребованы и используются в соответствии с замыслом общественные пространства, в формировании которых на разных стадиях участвовали сами потенциальные пользователи. В качестве таких форм участия чаще всего упоминались голосование по вопросу выбора места организации нового или реконструируемого общественного пространства (64,1% опрошенных); сбор мнений об проблемах территории с целью планирования дальнейшего благоустройства (44,5%); сессии соучаствующего проектирования и другие форматы групповой работы (27,3%). При анализе частоты незапланированной активности посетителей, нарушающей общественный порядок, и случаев вандализма в публичных пространствах выявлена обратная пропорциональная связь между участием жителей в формировании объектов благоустройства и частотой упомянутых выше негативных сценариев использования. При этом большинство опрошенных (60,1%) в большей степени считали себя ответственными за поддержание порядка и защиту от вандалов общественного пространства в случае, если участвовали в его создании и/или обсуждении.

Таким образом, по итогам проведенного теоретического и эмпирического анализа определено, что наиболее эффективным направлением повышения эффективности формирования и использования городских общественных пространств является оптимизация процесса планирования и проектирования с преобладанием партисипативного подхода, а также повышение роли дизайнерской составляющей в организации использования создаваемых и реконструируемых объектов [6] (*Vishnevskaya, Barsukova, 2015*).

Все это потребует пересмотра роли граждан в системе принятия решений в целом и в процессах изменения городской среды в частности. Иначе говоря, жители становятся полноценными клиентами в системе создания и предоставления общественных благ. Общие тенденции развития системы публичной власти и политики, связанные с переносом из коммерческой сферы принципов и подходов работы с клиентскими сообществами, распределяются неравномерно: какие-то методы ведения бизнеса стремительно адаптируются и используются в государственном и муниципальном управлении (стратегическое планирование, управление по целям, проектный подход), какие-то – по мере внедрения демонстрируют противоречивые результаты, прежде всего из-за профессиональной и психологической неготовности сотрудников администраций различного уровня к подобным изменениям (сервисный подход к работе с населением, концепция контроля стейкхолдеров, общение в режиме диалога и объяснения) [17] (*Ratti, Klodel, 2017*). К последним относится и клиентоориентированность – стремление к разрешению и предотвращению противоречий во взаимодействии с целевыми группами пользователей посредством изучения желаний, интересов и пользовательского опыта. Необходимо отметить, что отдельные элементы данного подхода уже применяются в системе публичного управления: через институт обращений граждан, социологические опросы, публичные слушания и общественные обсуждения. Вопрос лишь в целях подобного использования, которые зачастую сводятся в основном к обеспечению необходимого уровня политической мобилизации и поддержки политических акторов в период выборов, а также к демонстрации открытости и доступности системы принятия решений на фоне чрезвычайно низкого интереса и вовлеченности граждан в этот процесс.

При этом процесс переноса и внедрения «маркетингового мышления» в государственном секторе в основном сводится к устаревшим и зачастую неэффективным моделям 30–40-летней давности, не учитывающих возросшую горизонтальную коммуникацию между потребителями (рекомендации и обмен опытом) и значительный рост влияния восходящих маркетинговых ком-

муникаций (отзывы и описание предпочтений) [10] (Kotler, Li, 2008). Впрочем, сама модель потребителя/клиента также претерпела изменения: теперь это не субъект, принимающий взвешенные решения на основе предшествующего опыта, всестороннего анализа альтернатив и возможных выгод и убытков, а человек, принимающий противоречивые и зачастую нерациональные решения, что и позволяет раскрыть человеческую природу экономической деятельности и повседневного взаимодействия [22] (Tatarnikova, Rasskazova, Pravdina, 2022).

Наиболее эффективным механизмом в реализации решений (продвижения товара или услуги), таким образом, становится не подбор и демонстрация потенциальному клиенту/потребителю рациональных аргументов для самостоятельного (или воспринимаемого в качестве такового) выбора, а создание такой конфигурации стимулирующих факторов, которая оптимальным образом обеспечит реализацию особенностей поведения конкретного человека [8, с. 15–19] (Golodnikova, Tsygankov, Yunusova, 2018, p. 15–19). Иначе говоря, речь идет не о директивном указании или манипулировании с помощью избирательной совокупности предназначенных для рациональной оценки фактов, а об «архитектуре выбора», когда человек, в соответствии со своей природой поступает в соответствии с замыслом «архитектора». Подобный инновационный подход получил название «подталкивания» (*nudge*, *nudging*) или «наджинга» и продемонстрировал хорошие результаты в сфере социальной политики (стимулирование накоплений, здоровьесберегающего поведения и донорства), способствуя институциональному закреплению данного подхода [5, 18] (Vilovatyh, 2020; Strekalova, Tatarnikova, Frolova, 2022).

Применительно к рассматриваемой сфере поведения в публичном пространстве, к примеру, указатель с мелким шрифтом запретительного характера будет работать намного хуже, чем наглядная демонстрация желаемого поведения с помощью пиктограммы, рисунка или специальной разметки. Впрочем, возможен и противоположный вариант, когда происходит институционализация привычного порядка вещей (например, асфальтирование или мощение протоптанных дорожек в парках или, как в случае с Бродвеем в Нью-Йорке, целых улиц).

Помимо этого, клиентоориентированность в коммерческой сфере в настоящее время проявляется во внедрении методов сервисного проектирования или сервис-дизайна (*service design*), предполагающего разработку новых продуктов и услуг на основе погружения в пользовательский опыт с последующим тестированием гипотез и внедрением наиболее эффективных моделей поведения. В сфере проектирования и использования общественных про-

странств вышеописанные подходы позволяют в полной мере использовать заложенный на уровне идеи и предназначения потенциал публичного взаимодействия людей.

Предлагаемая схема реализации проектов в сфере формирования новых или реконструируемых общественных пространств может включать следующие этапы [3] (*Afanasev, Stepanova, 2021*).

Этап 1. Формулирование проблемы/задачи в формате предварительных («кабинетных») исследований территории, в контексте развития городской среды. Ключевым результатом здесь является формирование смыслов будущего общественного пространства («зачем и почему»), портретов наиболее вероятных пользователей, а также наиболее желательных сценариев его использования.

Этап 2. Исследование проблемы «полевыми» методами, погружение в контекст функционирования будущего объекта благоустройства. Ключевой результат – первичное тестирование идей и гипотез, вовлечение жителей в процессы соучастия на следующих этапах.

Этап 3. Формирование идей и проектных решений с привлечением экспертов и специалистов, учет нормативов и ограничений в отношении формируемого общественного пространства. Ключевой результат – набор возможных решений («конструктор») в рамках разрабатываемого проекта.

Этап 4. Прототипирование и тестирование идей предполагает участие всех заинтересованных лиц в реальной (макеты, временные объекты, выставочные образцы) или виртуальной (3D-моделирование, дополненная реальность, виртуальные объекты на платформе Minecraft) среде. Ключевой результат – сбор мнений будущих пользователей и отработка возможных сбоев через дизайн-решения (разметка, расположение объектов).

Этап 5. Внедрение и обзор обратной связи. Это предполагает наблюдение за использованием нового элемента городской среды в течение первого года с интервалом 2–3 месяца. На этом этапе ключевым результатом является формирование схемы устойчивой реализации общественным пространством поставленных задач при минимальных затратах на обслуживание и поддержание его функционирования.

Указанная схема в отличие от традиционного механизма разработки и реализации проектов благоустройства на каждом из этапов обращается к потенциальному и реальному пользовательскому опыту и в общем и целом может быть использована для выполнения параметров федерального проекта «Формирование комфортной городской среды», предполагающего активное участие жителей и вовлечение всех заинтересованных лиц.

## Заключение

Вызовы современности зачастую делают неактуальными привычные форматы взаимодействия людей, меняют сложившиеся мыслительные привычки и модели поведения, ставят под сомнение идеи и методы, еще недавно казавшиеся инновационными и эффективными.

В отношении описанных выше подходов это в целом справедливо, особенно если учитывать наиболее актуальные тренды недавнего времени. Речь идет, прежде всего, о цифровизации экономики и внедрении технологии умных городов наряду со все более широким использованием анализа больших данных [16, 19, 23] (*Radchenko, 2016; Tabakh, 2015; Trudolyubov, 2015*).

С учетом этих факторов проблема ориентирования и нормативного поведения человека в публичных пространствах приобретает новое измерение, связанное с обеспечением цифровой и общественной безопасности, в связи с чем дальнейшие исследования могут, с одной стороны, учитывать необходимость обработки возрастающего массива данных о поведении людей в публичных местах, а с другой – использовать методы сервис-дизайна для интеграции элементов навигации в дополненную реальность и программные средства на мобильных устройствах при учете потребностей пользователей городских общественных пространств.

## ИСТОЧНИКИ:

1. Абайдулова Д. А., Куспангалиев, Б. У., Мусабаева В.А. [Открытые городские пространства через призму соучаствующего проектирования: классификация и функции общественных городских пространств](#) // Системные технологии. – 2020. – № 2(35). – с. 55–60.
2. Александер К., Исикава С. Силверстайн М. Язык шаблонов. Города. Здания. Строительство. / пер. с англ. И. Сыровой. – М.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2014. – 1096 с.
3. Афанасьев К.С., Степанова Е.С. [The Day After: жизнь и судьба проектов соучаствующего проектирования в городах России](#) // Городские исследования и практики. – 2021. – № 2. – с. 26–47.
4. Бергер К.М. Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации. / пер. с англ. С. Гилим. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 176 с.
5. Виловатых А.В. Манипулирование социальным поведением в условиях цифровой среды // Научный журнал. – 2020. – № 2(39). – с. 149–164.
6. Вишневская Е.В., Барсукова Н.И. [Методология дизайн-проектирования как основа комплексной организации открытых пространств урбанисти-](#)

- [ческой среды](#) // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2015. – № 5(180). – с. 121–127.
7. Гейл Я., Гемзо Л. Новые городские пространства. / пер. с англ. О. Поборцева. – М.: Альпина паблишер, 2012. – 264 с.
  8. Голодникова А.Е., Цыганков Д.Б., Юнусова М.А. [Потенциал использования концепции «Nudge» в государственном регулировании](#) // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2018. – № 3. – с. 7–31.
  9. Дэй К. Места, где обитает душа: Архитектура и среда как лечебное средство. / пер. с англ. В.Л. Глазычева. – М.: Издательство «Ладья», 2000. – 280 с.
  10. Котлер Ф., Ли Н. Маркетинг для государственных и общественных организаций. / пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
  11. Колесникова О.В., Татарникова М.А. [Инвестиционная привлекательность региона и особенности управления инвестиционными процессами](#) // Известия Международной академии аграрного образования. – 2021. – № 57. – с. 108–113.
  12. Маккуайр С. Геомедиа: сетевые города и будущее общественного пространства. / пер. с англ. И. Третьякова. – М.: Strelka Press, 2018. – 268 с.
  13. Монтгомери Ч. Счастливый город. Как городское планирование меняет нашу жизнь. / пер. с англ. Ю. Константиновой. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 368 с.
  14. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. / пер. с англ. А. Широкановой. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с.
  15. Пономарева Е.С. [Система визуальных коммуникаций в пешеходной инфраструктуре города \(на основе исследования г. Лондона\)](#) // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. – № 9. – с. 249–253.
  16. Радченко А. Wayiding по-русски. – М.: ООО «САМ Полиграфист», 2016. – 88 с.
  17. Ратти К., Клодел М. Город завтрашнего дня: Сенсоры, сети, хакеры и будущее городской жизни. / пер. с англ. Е. Бондал. – М.: Издательство Института Гайдара, 2017. – 248 с.
  18. Стрекалова Н.Д., Татарникова М.А., Фролова Н.Н. [Демографическая политика в контексте устойчивого регионального развития](#) // Креативная экономика. – 2022. – № 1. – с. 281–294. – doi: 10.18334/ce.16.1.114101.
  19. Табах А. Город как корпорация: акционеры, менеджеры и банкроты. / Стимулы. Парадоксы. Провалы. Город глазами экономистов. – М.: Stelka Press, 2015. – 172–185 с.
  20. Талер Р., Санстейн К. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благополучии и счастье. / пер. с англ. Е. Петровой. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с.

21. Таунсенд Э. Умные города: большие данные, гражданские хакеры и поиски новой утопии. / пер. с англ. А. Шоломицкой. – М.: Издательство Института Гайдара, 2019. – 400 с.
22. Татарникова М.А., Рассказова А.А., Правдина О.А. [Роль стратегического планирования в социально-экономическом развитии территории](#) // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2022. – № 7(141). – с. 38–45. – doi: 10.26726/1812-7096-2022-7-38-45.
23. Трудолобов М. Люди за забором: Частное пространство, власть и собственность в России. – М.: Новое издательство, 2015. – 246 с.
24. Хазерли О. На площади: в поисках общественных пространств постсоветского города. / пер. с англ. Д. Симановского. // Strelka: сборник 2013. – М.: Strelka Press, 2013. – 121–175 с.
25. Хачатуров А.Д. [Трансформации режимов правительности под влиянием новых областей знания: случай поведенческой экономики](#) // Экономическая социология. – 2020. – № 2. – с. 39–61.
26. Bachner J. Predictive policing: preventing crime with data and analytics. Johns Hopkins University. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.businessofgovernment.org/sites/default/files/Predictive%20Policing.pdf> (дата обращения: 01.10.2022).
27. Carr S., Francis M., Rivlin L. G., Stone A. M. Public space. – N.Y.: Cambridge University Press, 2009. – 400 p.
28. P. Meuser P., D. Podage Construction and design manual. Wayfinding and signage. – Berlin: DOM publishers, 2013. – 304 p.
29. Krieger A. Where and how does urban design happen?. / Urban design reader. 2nd edition / ed. by M. Larice and E. Macdonald. – N.Y.: Routledge, 2013. – 585–594 p.
30. Whyte W. H. The social life of small urban spaces. – N.Y.: Project for public spaces Inc., 2001. – 126 p.

## REFERENCES:

- Abaïdulova D. A., Kuspangaliev, B. U., Musabaeva V. A. (2020). *Otkrytye gorodskie prostranstva cherez prizmu souchastvuyushchego proektirovaniya: klassifikatsiya i funktsii obshchestvennykh gorodskikh prostranstv* [Open urban spaces through the prism of participatory design: classification and uses of public urban spaces]. *System technologies*. (2(35)). 55–60. (in Russian).
- Afanasev K.S., Stepanova E.S. (2021). *The Day After: zhizn i sudba proektov souchastvuyushchego proektirovaniya v gorodakh Rossii* [The day after: the life and fate of participatory design projects in Russian cities]. *Gorodskie issledovaniya i praktiki*. (2). 26–47. (in Russian).

- Aleksander K., Isikava S. Silverstajn M. (2014). *Yazyk shablonov. Goroda. Zdaniya. Stroitelstvo* [The language of templates. Cities. Buildings. Construction] (in Russian).
- Bachner J. Predictive policing: preventing crime with data and analytics Johns Hopkins University. Retrieved October 01, 2022, from <http://www.businessofgovernment.org/sites/default/files/Predictive%20Policing.pdf>
- Berger K. M. (2005). *Putevodnye znaki. Dizayn graficheskikh sistem navigatsii* [Guiding signs. Graphic navigation system design] (in Russian).
- Carr S., Francis M., Rivlin L. G., Stone A. M. (2009). *Public space*
- Dey K. (2000). *Mesta, gde obitaet dusha: Arkhitektura i sreda kak lechebnoe sredstvo* [Places where the soul lives: Architecture and environment as a therapeutic tool] (in Russian).
- Geyl Ya., Gemzo L. (2012). *Novye gorodskie prostranstva* [New urban spaces] (in Russian).
- Golodnikova A.E., Tsygankov D.B., Yunusova M.A. (2018). *Potentsial ispolzovaniya kontseptsii «Nudge» v gosudarstvennom regulirovanii* [Potential of using "nudge" concept in state regulation]. *Public administration issues*. (3). 7–31. (in Russian).
- Khachaturov A. D. (2020). *Transformatsii rezhimov pravitel'nosti pod vliyaniem novykh oblastey znaniya: sluchai povedencheskoj ekonomiki* [Transformations of governmentality regimes under the influence of new areas of knowledge: the case of behavioral economics]. *Economic sociology*. (2). 39–61. (in Russian).
- Khazerli O. (2013). *Na ploshchadi: v poiskakh obshchestvennykh prostranstv postsovetskogo goroda* [On the square: in search of public spaces of a post-Soviet city] (in Russian).
- Kolesnikova O.V., Tatarnikova M.A. (2021). *Investitsionnaya privlekatel'nost' regiona i osobennosti upravleniya investitsionnymi protsessami* [Investment attractiveness of the region and features of investment process management]. *Izvestiya Mezhdunarodnoy akademii agrarnogo obrazovaniya*. (57). 108–113. (in Russian).
- Kotler F., Li N. (2008). *Marketing dlya gosudarstvennykh i obshchestvennykh organizatsiy* [Marketing for government and public organizations] (in Russian).
- Krieger A. (2013). *Where and how does urban design happen?*

- Makkuayr S. (2018). *Geomedia: setevye goroda i budushchee obshchestvennogo prostranstva* [Geomedia: Network cities and the future of public space] (in Russian).
- Montgomeri Ch. (2019). *Schastlivyy gorod. Kak gorodskoe planirovanie menyaet nashu zhizn* [Happy City. How Urban Planning is Changing our Lives] (in Russian).
- Oldenburg R. (2014). *Trete mesto: kafe, kofeyni, knizhnye magaziny, bary, salony krasoty i drugie mesta «tusovok» kak fundament soobshchestva* [The third place: cafes, coffee shops, bookstores, bars, beauty salons and other places of "hangouts" as the foundation of the community] (in Russian).
- P. Meuser P., D. Podage (2013). *Construction and design manual. Wayfinding and signage*
- Ponomareva E. S. (2013). *Sistema vizualnykh kommunikatsiy v peshekhodnoy infras- trukture goroda (na osnove issledovaniya g. Londona)* [Visual communication system in the pedestrian infrastructure of the city (based on a study of London)]. *Current problems of the humanities and natural sciences*. (9). 249–253. (in Russian).
- Radchenko A. (2016). *Wayiding po-russki* [Wayiding in Russian] (in Russian).
- Ratti K., Klodel M. (2017). *Gorod zavtrashnego dnya: Sensory, seti, khakery i budu- shchee gorodskoy zhizni* [The City of Tomorrow: Sensors, Networks, Hackers and the Future of Urban Life] (in Russian).
- Strekalova N.D., Tatarnikova M.A., Frolova N.N. (2022). *Demograficheskaya poli- tika v kontekste ustoychivogo regionalnogo razvitiya* [Demographic policy in the context of sustainable regional development]. *Creative Economy*. 16 (1). 281–294. (in Russian). doi: [10.18334/ce.16.1.114101](https://doi.org/10.18334/ce.16.1.114101).
- Tabakh A. (2015). *Gorod kak korporatsiya: aktsionery, menedzhery i bankrotzy* [The city as a corporation: shareholders, managers and bankrupts] (in Russian).
- Taler R., Sansteyn K. (2017). *Arkhitektura vybora. Kak uluchshit nashi resheniya o zdorove, blagopoluchii i schaste* [Architecture of choice. How to improve our decisions about health, well-being and happiness] (in Russian).
- Tatarnikova M.A., Rasskazova A.A., Pravdina O.A. (2022). *Rol strategicheskogo planirovaniya v sotsialno-ekonomicheskom razvitii territorii* [The role of strategic planning in the socio-economic development of the territory]. *Regional problems of transforming the economy*. (7(141)). 38–45. (in Russian). doi: [10.26726/1812-7096-2022-7-38-45](https://doi.org/10.26726/1812-7096-2022-7-38-45).

- Taunsend E. (2019). *Umnye goroda: bolshie dannye, grazhdanskie khakery i poiski novoy utopii* [Smart Cities: Big Data, Civilian Hackers and the Search for a New Utopia] (in Russian).
- Trudolyubov M. (2015). *Lyudi za zaborom: Chastnoe prostranstvo, vlast i sobstvennost v Rossii* [People behind the Fence: Private Space, Power and Property in Russia] (in Russian).
- Vilovatyh A. V. (2020). *Manipulirovanie sotsialnym povedeniem v usloviyakh tsifrovoy sredy* [Manipulating social behaviour in the digital environment]. *Science Magazine*. (2(39)). 149–164. (in Russian).
- Vishnevskaya E. V., Barsukova N. I. (2015). *Metodologiya dizayn-proektirovaniya kak osnova kompleksnoy organizatsii otkrytyh prostranstv urbanisticheskoy sredy* [Methodology of design-projection as the basis of integrated organization of open spaces of urban environment]. *Vestnik of Orenburg State University*. (5(180)). 121–127. (in Russian).
- Whyte W. H. (2001). *The social life of small urban spaces*

