

Георгий Медвинский

**Отчет по результатам количественного исследования
“Светогорск – городская площадь”**

Исследование подготовила и запустила

Воробьева Ольга Владимировна

Методист Центра компетенций Ленинградской области

Сентябрь 2020

Обработка исследования

Георгий Медвинский

Специалист-методист Центра компетенций Ленинградской области

Декабрь 2020



Описание исследования

Предмет: актуальные практики использования территории городской площади в г. Светогорске, пожелания жителей по её функциональному и событийному наполнению после благоустройства, а также восприятие жителями города Светогорск в целом.

Объект: жители г. Светогорск старше 14 лет.

Цель: сформировать техническое задание для архитектурного бюро на благоустройство площади с учетом пожеланий разных групп актуальных и потенциальных пользователей территории.

Задачи:

- определить существующие практики и сценарии развития территории;
- выявить предпочтения жителей по особенностям благоустройства территории;
- выявить идентичность жителей Светогорска для дальнейшей разработки айдентики и брендинга территории.

Метод сбора первичной информации: онлайн-опрос

https://docs.google.com/forms/d/1dxbH7hZi6zXwYtBo6owcTdov3MewlywRelxVw_yUy2E/edit?ts=5f576f51&gxids=7757)

Опросник состоит из 4 тематических блоков: актуальное использование территории, желаемые стратегии использования и мероприятия,

идентичность горожан, социально-демографический блок.

Опросник составлен антропологом Ольгой Воробьевой на основе качественных исследований: полевого выезда в г. Светогорск и этнографического наблюдения на территории, полуструктурированных интервью с жителями, а также экспертных интервью с администрацией города.

Тип выборки: стихийная с элементами квотной.

Объем выборочной совокупности:

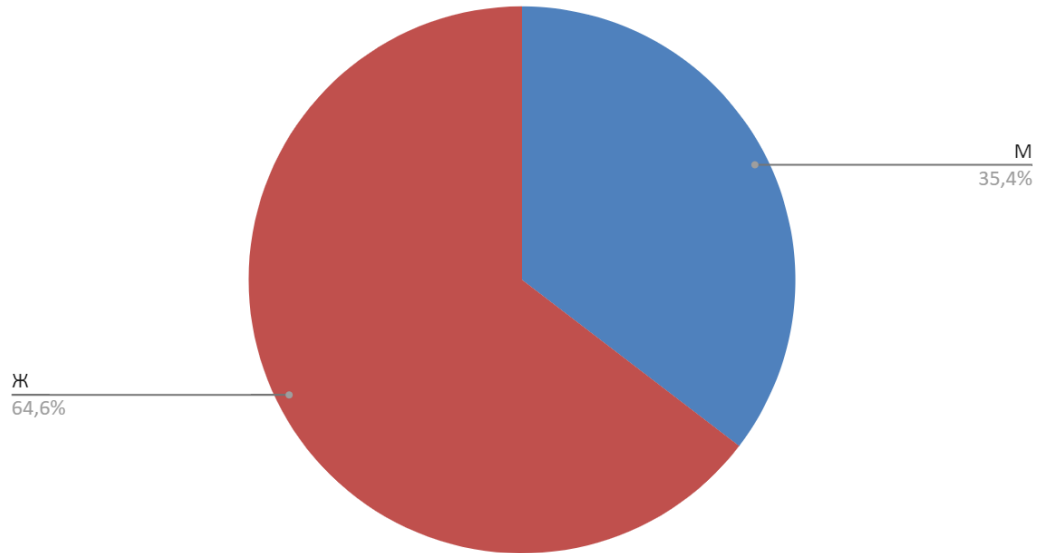
- 661 человек общегородская выборка
- 331 выборка сотрудников Светогорского бумажного комбината

Сроки проведения: сентябрь — ноябрь 2020 г.

Структура выборки

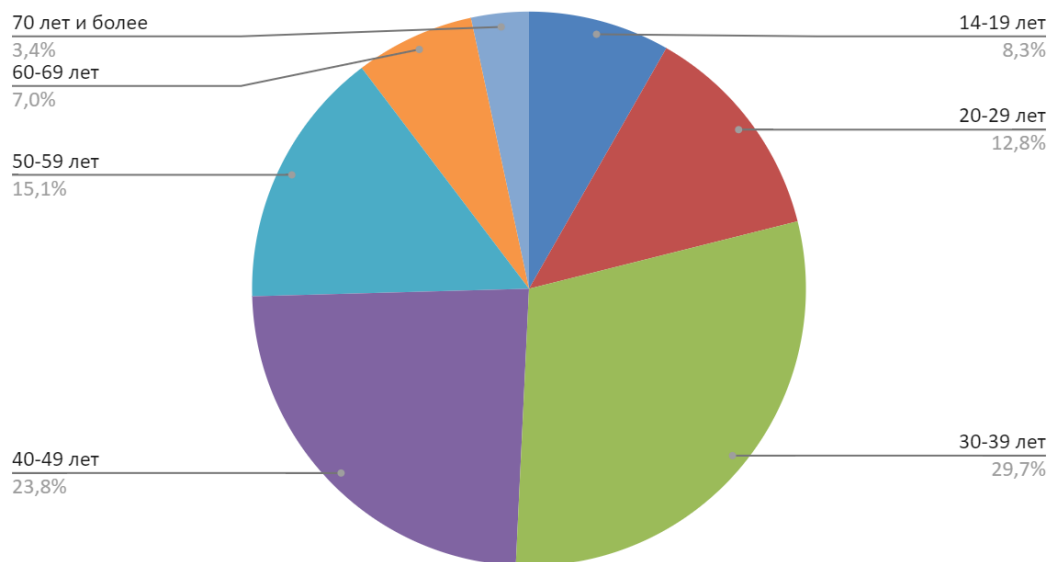
1. **Пол.** В опросе приняли участие 35,4% мужчин и 64,8% женщин

Гендерное распределение



2. **Возраст.**

Ваш возраст



- 14-19 лет 8,3%
- 20-29 лет 12,8%
- 30-39 лет 29,7%
- 40-49 лет 23,8%

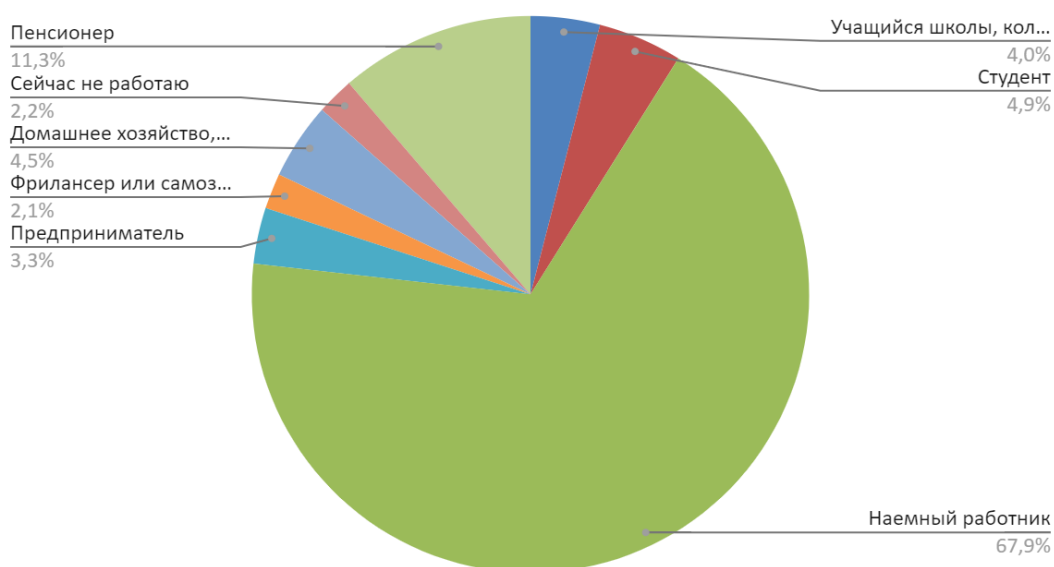
- 50-59 лет 15,1%
- 60-69 лет 7,0%
- 70 лет и старше 3,4%

Таким образом, опрос содержит 21,1% ответов молодежи (14-29 лет), 68,6% ответов респондентов среднего возраста (30-59 лет) и 10,4% ответов респондентов старше 60 лет.

3. Тип занятости

По **типам занятости** респонденты распределились следующим образом: 4,0% учеников школ, 4,9% студентов вузов, 67,9% наемных работников, 3,3% предпринимателей, 2,1% фрилансеров и самозанятых, 4,5% находятся в декретном отпуске или ведут домашнее хозяйство, 2,2% безработных, а также 11,3% пенсионеров. При этом надо отметить, что в категории наемных сотрудников две трети респондентов являются сотрудниками ЦБК.

Чем Вы занимаетесь?

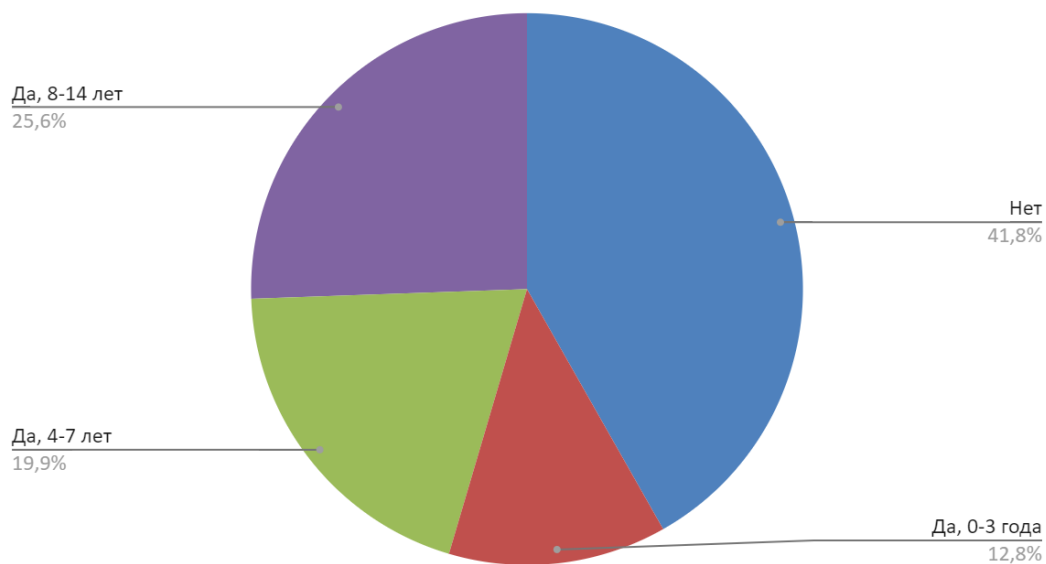


4. Наличие детей в семье

Поскольку дети есть более, чем в половине семей респондентов (58,2% семей), то есть необходимо учитывать наличие инфраструктуры для детей, при этом в 25,6% семей респондентов дети подросткового возраста, то есть нужна отдельная инфраструктура для подростков. Надо отметить, что поскольку в

выборке доминируют женщины ($\frac{2}{3}$ от всех ответов), то могут быть немного недопредставлены одинокие мужчины без семей, хотя и не так существенно, как люди старшего возраста и молодёжь.

Есть ли в вашей семье дети до 14 лет?

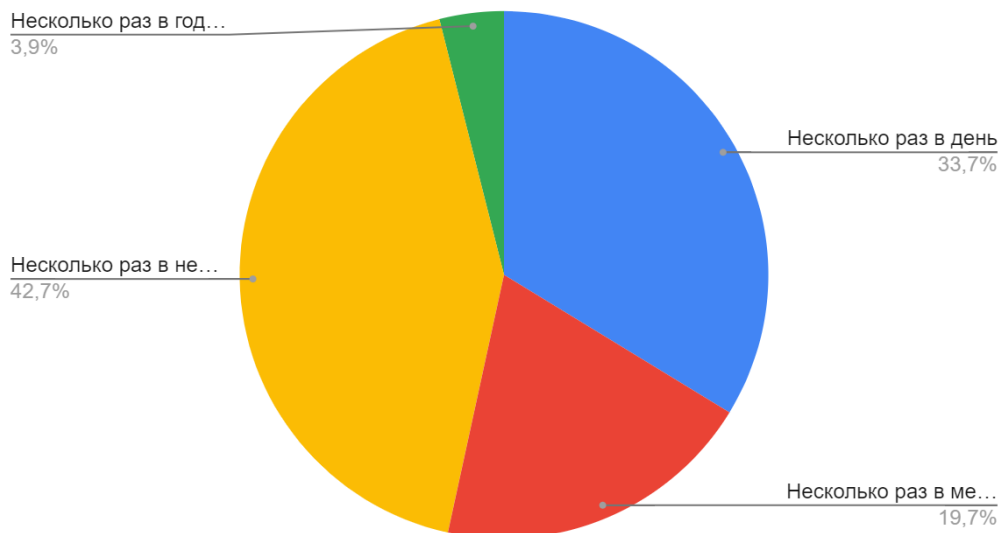


2. Социальные практики на территории площади

Первый блок опросника был посвящен актуальному использованию территории. Он включал вопросы о регулярности и сезонности посещения и актуальных практиках использования территории.

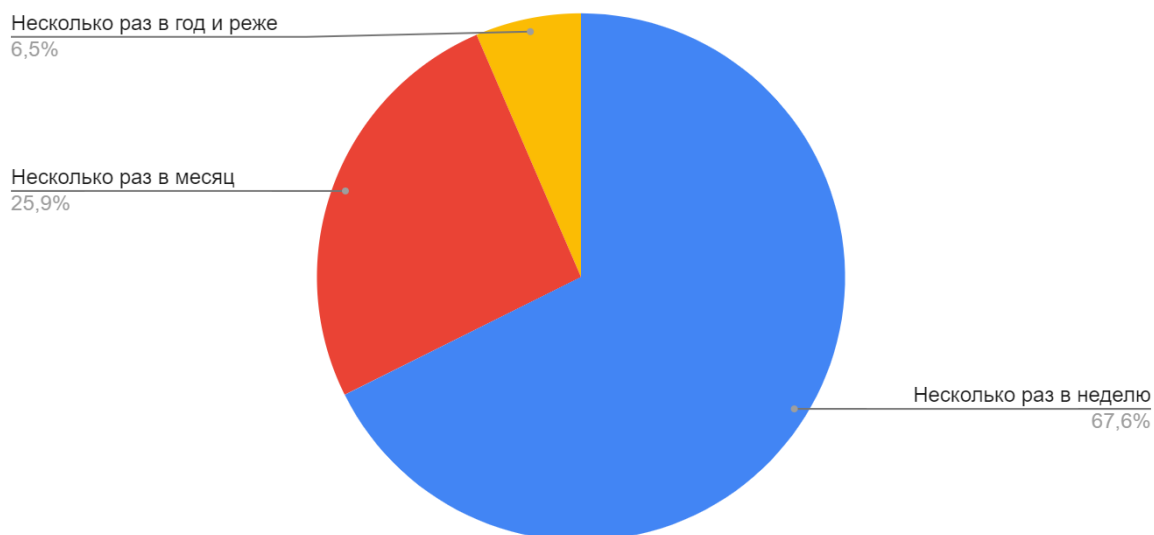
Регулярность. Согласно общегородскому отчету, треть респондентов (33,7%) бывает на площади каждый день, ещё 42,7% респондентов бывает на площади несколько раз в неделю, почти пятая часть (19,7%) несколько раз в месяц, и только порядка 3,9% несколько раз в год (вероятно, на праздники или ярмарки). Среди респондентов нет тех, кто бы вообще не посещал площадь. Таким образом мы видим высокую потенциальную вовлечённость пользователей в будущий проект площади.

Как часто вы бываете на площади?



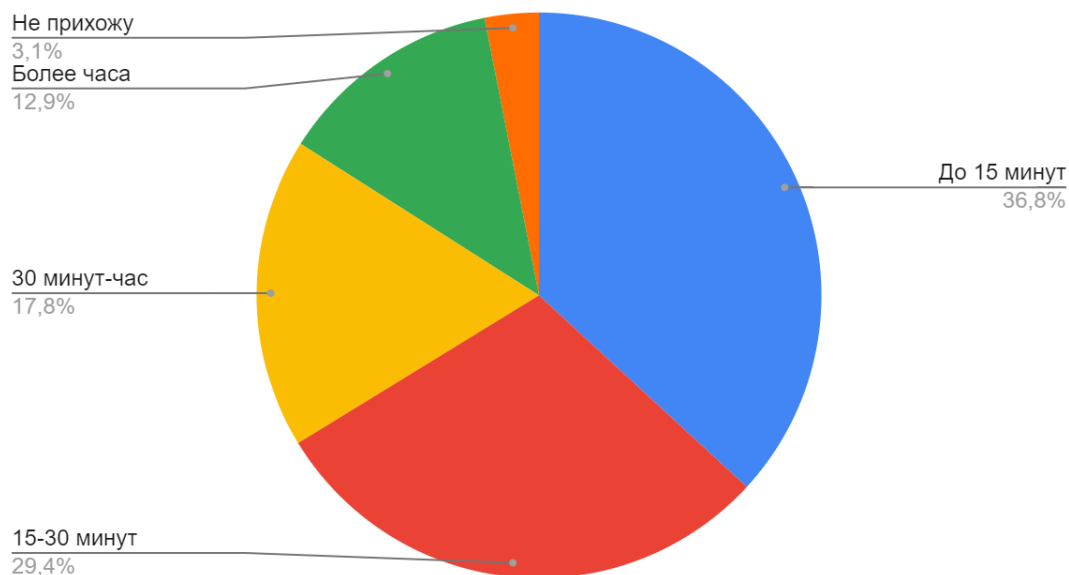
В опроснике по комбинату, где отсутствовал вариант ответа “несколько раз в день”, статистика следующая (вероятно, что этот вариант попадал в ответ “несколько раз в неделю”):

Как часто вы бываете на площади? (сотрудники комбината)

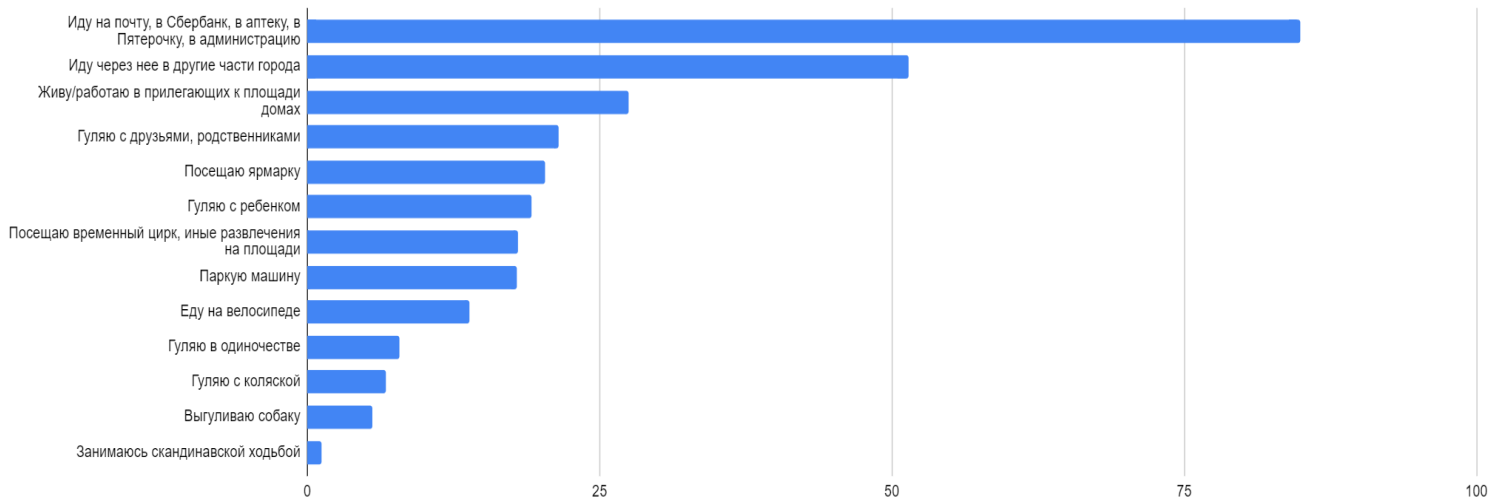


Это также подтверждается временем проведения на площади. Согласно суммарной выборке по городу и комбинату, нахождение на площади менее 15 минут, то есть транзит и разрешение быстрых задач, занимает у 36,8% респондентов, 15-30 минут у 17,8% респондентов, 30-60 минут у 17,8% респондентов, а 12,9% респондентов проводят на площади более часа. Площадь не посещают 3,1 % опрошенных. Таким образом, можно опять же смело сказать, что благоустройство площади встретит большой отклик у заинтересованных горожан.

Сколько времени вы обычно проводите на площади?



Что касается **актуальных сценариев использования** площади, то из опроса можно выявить не очень большое разнообразие. Главным притяжением площади является то, что на ней располагаются такие учреждения как банки, почта, супермаркет, то есть на данный момент главной функцией является транзит через неё в эти заведения (84,9%) и в другие части города (51,4%). Ещё 27,5% респондентов живут или работают в прилегающих к площади домах. Около пятой части опрошенных сказали, что гуляют на площади с детьми, друзьями и родственниками. Также респонденты отвечали, что приходят на ярмарки (20,3%) и временные цирки и другие представления (18%) соответственно. 17,9% паркуют на площади автомобили, 13,9% ездят там на велосипедах. Лишь 7,9% прогуливаются в одиночестве, 6,7% с коляской, 5,6% выгуливают там собак, а 1,2% занимаются скандинавской ходьбой. И всего один ответ в разделе “Другое” относится к категории использования публичной функции общественного пространства “Праздную 9 мая, Новый год”.

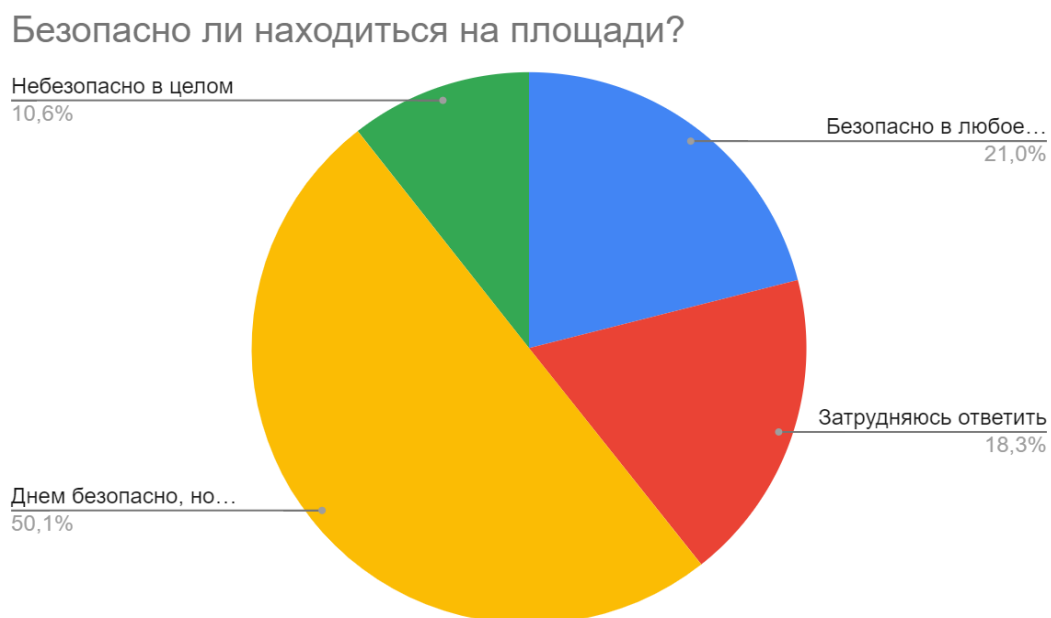


Таким образом, доминирующая функция площади в настоящее время – транзит через неё горожан по своим повседневным делам, и намного менее частое использование – посещение массовых мероприятий (ярмарки, представления). Площадь практически не используется как место для детского досуга, хотя и входит в транзитные маршруты прогулок горожан.

3. Отношение жителей к площади

В этом блоке разберем вопросы субъективной безопасности, ценностей и проблемных зон жителей относительно площади, а также личные воспоминания и особенности коллективного восприятия территории.

Что касается оценки **безопасности площади**, то ответы респондентов распределились следующим образом: половина опрошенных (50,1%) считает, что днём площадь безопасна, пятая часть (21%), что площадь безопасна в любое время суток, 10,6% ответили, что им кажется там небезопасно, а 18,3% затруднились ответить на вопрос, что может быть показателем того, что сам вопрос был неожиданным и/или не слишком релевантным к данной локации. Такое распределение ответов показывает, что площадь воспринимается в целом как безопасное место, но улучшение её характеристик, таких как освещённость, отсутствие преград и качество покрытия, снимет её негативный имидж даже для тех, кто сомневается в текущей безопасности.



Площадь воспринимается большинством респондентов как относительно **безопасная территория**, по крайней мере в дневное время (более 70% суммарно). Есть небольшая зависимость ответов от пола респондента о безопасности площади в ночное время: респонденты мужчины чаще отвечают, что находиться там безопасно в любое время суток, чем респонденты-женщины.

Доля подростков, отвечавших, что площадь безопасна еще выше (около 80%), а вот доля пожилых чуть меньше (25% — безопасна в любое время, около 20% — безопасна только днем), что может быть связано с плохой освещенностью площади.

Интересно, что в качестве **ценностей** рассматриваемой территории абсолютным лидером ответов был “ничего”, то есть фактически на территории на данный момент нет объектов, ценных по мнению горожан.

- Не менее 480 респондентов (т.е. 72,6%) не отметили ничего, что есть ценного на площади.
- Ещё около 50 человек (т.е. 7,1%) отметили цветы, клумбы, цветники, которые хоть и запущены, но представляют ценность для них.
- Деревья (в частности берёзы) отметили 34 респондента (5,1%).
- 36 респондентов (5,2%) отметили ценность самой площади как пространства, к которому легко добраться с любой стороны. Некоторые из них отмечают, что необходимо сохранить это пространство в полном объёме, не застраивая его никакими постоянными объектами, и не организовывая здесь парковку для автомобилей, которые уже периодически оставляют на площади. Некоторые респонденты хотели бы видеть там место для проведения городских праздников, например, Нового года, чтобы там также ставили ёлку, а также проводить там ярмарки.
- Несколько респондентов ответили, что раньше там были скамейки и места отдыха.
- 8 респондентов отметили, что надо сохранить украшение в виде снеговиков, по ответам видно, что некоторые из них, возможно, отвечают с иронией.

Таким образом, основная ценность площади – это, как ни странно, сама площадь, свободная от разных коннотаций, при этом имеющая преимущество своего местоположения. Можно сказать, что для наполнения смыслами здесь открыты большие перспективы. Главное, сохранить сам ансамбль площади и её доступность для горожан.

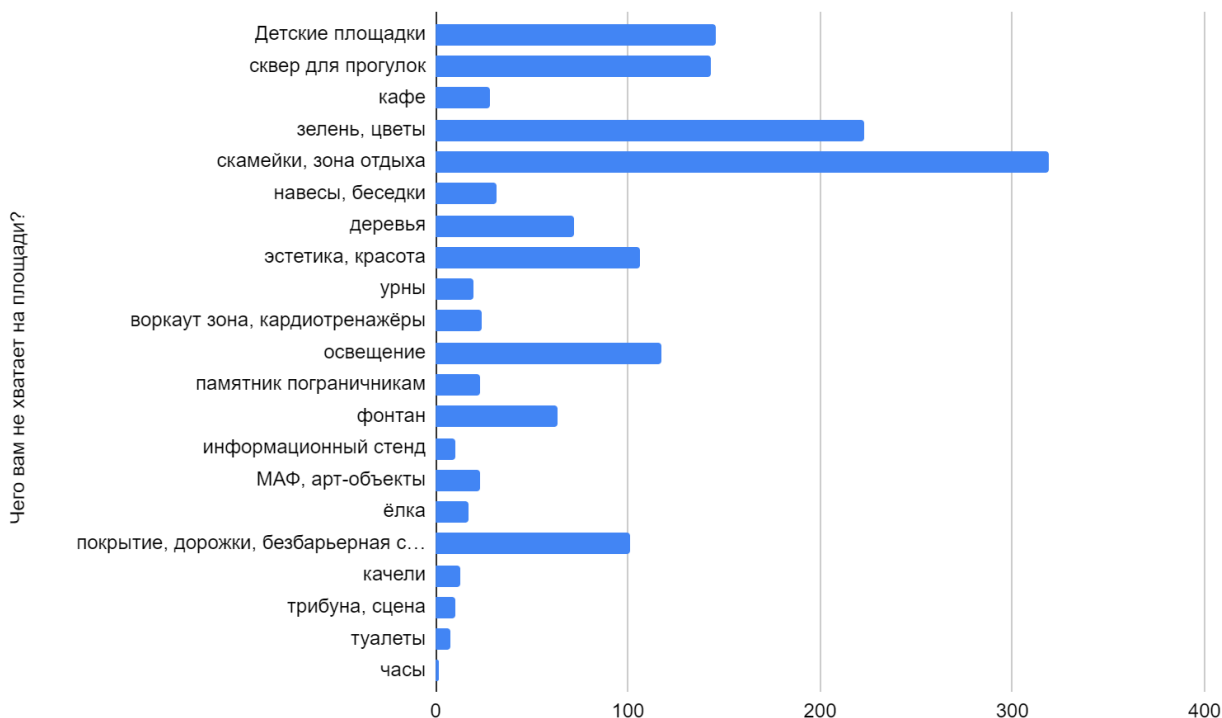
Из того, что гражданам **не нравится** на территории в существующем виде,

можно отметить следующие блоки:

- площадь фактически является пустырем (193 ответа);
- не нравится ничего 149 респондентам;
- неухоженность — сюда относятся также состояние клумб и ограждений, отсутствие скамеек (135 ответов);
- 95 респондентов сказали, что на площади грязно и лужи;
- 41 ответили, что на площади темно;
- 30 недовольны покрытием и отсутствием дорожек;
- 8 человек сказали, что там нет ничего для детей.

Ещё несколько человек упомянули, что площадь используется для распития спиртных напитков и для последующего времяпрепровождения на ней людей в состоянии алкогольного опьянения, что мешает другим горожанам комфортно там находиться или даже просто осуществлять транзит. Очевидно, что она становится притягательным местом для социально порицаемой деятельности вследствие запущенного состояния площади и отсутствия достаточного освещения.

Выделенные проблемы существуют не по отдельности, а связаны между собой в тематические блоки. Два основных блока претензий – это “пустота” и “неухоженность”. Самая обширная проблема – “пустота” – в восприятии жителей связана с ощущением того, что менять нужно вообще всё. А ощущение “неухоженности” зачастую связано с отсутствием достаточного освещения, а также грязью, лужами и отсутствием покрытия, которое предотвращает их появление, а также отсутствием дорожек, тротуаров для пешеходов. И как следствие появлением категории людей, которых можно классифицировать как представляющих “опасность” – например, пьяных и тех, которые мусорят. С проблемой “пьяных” люди связывают также заведения, продающие алкоголь. Кажется, что эти проблемы могут быть решены комплексным благоустройством: в первую очередь освещением, а также созданием здесь полноценного общественного пространства.



Что касается запросов горожан на конкретные элементы благоустройства, то начать можно со следующей цитаты из анкеты *“Не хватает понимания, для чего она вообще нужна. Статуса у нее нет”*. Разбираясь с запросом горожан, можно выделить следующие категории: чаще всего был запрос на скамейки и зону отдыха (319 человек, или каждый третий). Некоторыми отмечалось, что в районе площади живёт много пожилых людей, и им негде гулять. Вместе с этим очень велик запрос на озеленение (223 человека): как газоны, так и клумбы и цветники. Отдельно люди выделяли деревья: высаженные на площади деревья хотели бы видеть не менее 72 человек.

Очень многие отмечали, что хотели бы видеть площадь современным городским сквером для тихих прогулок (143 человека), но хотели бы видеть там и современную детскую площадку (146 человек). Кажется нелишним упомянуть, что местный Дом Культуры, в котором занимаются дети и подростки, находится также неподалёку. Поскольку многие жители Светогорска бывали в Финляндии, они сравнивают инфраструктуру с соседними городами Иматра и Лаппеенранта, и запрос на детские площадки у них соответствующий.

“Цветов в клумбах, зоны, разбитые по возрастам: малышей, детей,

подростков, пенсионеров. Можно поставить хоккейную коробку, а летом её для футбола использовать. Можно сделать волейбольную площадку, поставить столы для настольного тенниса прочные, уличные, можно сделать теннисный корт. Беседку поставить. Как пример возьмите образец площадки Иматры или Лаппенранты”.

“Хочется видеть благоустроенную территорию (возможно, замощенную) с оформленным озеленением, продуманным интересным освещением, небольшой детский городок для категории детей лет до 10; возможно, какой-то уголок с интерактивом для всех категорий населения, зимой - горку... Нужна также точка притяжения в виде фонтана, либо архитектурной композиции или чего-то подобного”

Далее по популярности был запрос на освещение на площади (117 человек). Как уже отмечалось с отсутствием освещения площади связаны многие её проблемы: в частности, восприятие её небезопасности, особенно в ночное время, поэтому вопросу необходимо уделить пристальное внимание. Некоторые респонденты вспоминали, что раньше были круглые фонари, которые им нравились, и у них есть запрос на восстановление исторически приближенных к ним форм.

Многие ответы были о необходимости приведения площади в порядок, и отмечали нехватку красоты и эстетики, эти ответы были скомпонованы в одну группу (106 человек), у этих людей есть общий запрос на красивую, облагороженную городскую площадь, что связано с её общим запустением и текущим состоянием. 20 человек также выразили желание расположить на площади больше урн для мусора.

Более ста человек высказались за обновление покрытия площади, отметили необходимость её зонирования, выделение на ней мощеных пешеходных дорожек, бордюров, и выноса автомобильной парковки за пределы этих зон. Был запрос и на безбарьерную среду для маломобильных и пожилых людей.

Многие из опрошенных хотели бы видеть на площади фонтан (63 человека), беседки (32 ответов), качели (13 человек), скульптуры и малые архитектурные формы (23 человека). 23 респондента высказали идею о

памятнике или стеле, посвященной пограничникам. Была также дважды высказана идея разместить на площади часы.

10 человек также высказались за то, чтобы разместить на площади какую-то историческую справку об истории города, поскольку как будет показано далее, многие местные жители с трудом представляют себе историю места.

Стоит отметить, что 28 человек высказались об идее кафе, и различных видов общепита на площади, очевидно, такая потребность может быть удовлетворена частными предпринимателями, заинтересованными в развитии городской среды.

“Необходимо создать современное городское пространство, для всех возрастов. Возможна организация летнего кинотеатра для просмотра фильмов, летнего амфитеатра и пр. Фудтрак, для продажи горячих напитков и фаст-фуда. Место для организации ярмарок”.

Нельзя не отметить, что есть запрос и на зону физической активности: тренажеры и воркаут зону хотели бы видеть на площади 24 человека. Вероятно, в рамках проекта городской площади это будет не так легко реализовать, поскольку многие хотели бы видеть её всё же одной из главных городских площадей с некой сценой или трибуной (10 человек) или как минимум местом для празднования Нового года и других праздников. Большую ёлку на Новый год хотели бы видеть 17 человек, что также коррелирует с воспоминаниями горожан.

Что касается **воспоминаний** горожан об истории площади, то их не так много. Необходимо отметить, что под вопросами об истории люди воспринимали не только своё знание исторических событий, связанных с местом, но и какие-то объекты, находившиеся раньше на площади, и мероприятия, которые там проводились, поэтому эти вопросы сильно пересекаются.

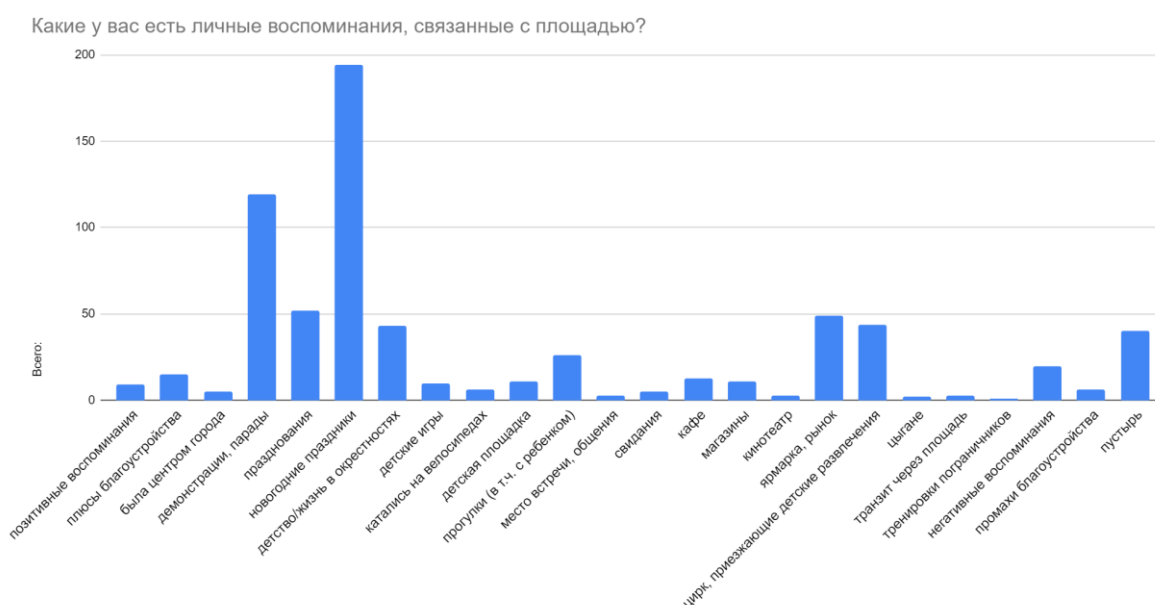
Этот раздел можно начать цитатой из анкеты *“Время стерло историю”*. 435 человек сказали, что не знают ничего об истории места, а 335 пропустили этот вопрос в анкете. Оставшиеся ответы разделим на следующие тематические группы (расположены по убыванию):

- парад, демонстрации, различные официальные праздники: 75 ответов, ещё 25 ответов были о воспоминаниях о выступлении с трибуны или сцены, воспоминания об организованных развлекательных мероприятиях

на площади: новогодние гуляния и праздники (20 ответов), детский городок;

- 73 человека, думая об истории площади, говорили о рынке, ярмарке, народных гуляниях;
- многие отмечали, что это был центр города и главное общественное пространство (24 и 10 соответственно).

Что касается личных воспоминаний горожан, то они распределились примерно так:



То есть видно, что большинство воспоминаний горожан связано с массовыми мероприятиями на площади, что в представлении людей соответствует её местоположению и статусу городской площади. Особенно часто вспоминали о новогодних праздниках (194 ответа). О демонстрациях и парадах говорили 119 человек, а о праздниках в целом 52 человека. Ещё 49 респондентов вспомнили, что тут проходили ярмарки, а также городки и развлечения для детей.

Кроме того, множество респондентов (43 ответа) отметило, что площадь в их воспоминаниях ассоциируется с детством и молодостью, проведёнными в окрестностях площади, ещё 10 ответов были связаны с детскими играми, 11 ответов с детской площадкой, 6 ответов с катанием на велосипедах. Но при этом

ещё 40 респондентов сказали, что по их воспоминаниям, там был пустырь, а ещё у 20 респондентов площадь вызвала негативные воспоминания. Из детских практик упоминались следующие действия: бегали, лазили по дереву, лазили и прятались в трибуне, играли в футбол, лежали в снегу и смотрели на звезды, играли в лапту, катались на горках из куч неубранного снега, на коньках по замерзшим лужам, пускали кораблики в лужах, играли на песке.

Как мы видим, частично воспоминания о площади коррелируют с её желаемым использованием — преимущественное использование в качестве места проведения Нового года, катания с горки, массовых праздников, семейных прогулок. Важной утраченной функцией оказалась установка ёлки и потеря статуса главной или центральной городской площади.

Немного цитат: *"раньше было уютно и красиво", "было все ухожено", "старые лиственницы росли", "озеленял стройотряд"*.

4. Пожелания к территории

В этом разделе рассмотрим пожелания к объектам, мероприятиям и услугам на площади после её благоустройства.

Предпочтения жителей в голосовании по объектам на площади распределились следующим образом: мы видим, что абсолютное большинство респондентов высказалось за минимально необходимую инфраструктуру общественного пространства: скамейки, урны, освещение и удобные пешеходные дорожки. Этот результат, однако, мало что дает проектировщикам, поскольку эти элементы закладываются в любой проект. Следующим блоком выделяется озеленение (клумбы, цветники, газоны и деревья) в сочетании с общей рекреационной инфраструктурой (беседки и детские площадки).

Более трети респондентов голосуют за создание объекта, связанного с историей города: это может быть стела, памятник, стенд, МАФ, скульптура или какое-то сочетание из вышеперечисленного, а за наличие места, объекта для фотографирования высказались 290 респондентов. Также большое количество респондентов высказались за создание уютной зоны отдыха: скамейки, беседки (369 ответов), качели (271 ответ), столы для настольных игр (158 человек). Ещё 170 человек выразили желание разместить на площади сцену или трибуну для

выступлений.

К физкультурному блоку можно отнести следующие ответы: за размещение турников и кардиотренажеров отдали голоса 159 респондентов, за дорожки для бега или скандинавской ходьбы 105, а за велодорожки 87. Нельзя забывать, что последние необходимо строить в связке с обновлением общей велоинфраструктуры города, желательно повсеместным введением велодорожек или велополос с качественным покрытием и освещением, потому что отдельные обрывки велоинфраструктуры воспринимаются жителями, как правило, в негативном ключе. Для велоинфраструктуры играет также большое значение близость государственной границы с Финляндией, где такая инфраструктура есть и развита очень неплохо, поэтому проект велодорожки прямо к трансграничному переходу весьма перспективен. Такой проект уже разрабатывается и будет реализовываться в рамках программы приграничного сотрудничества.

Ещё 42 человека высказали желание видеть площадку для собак, что само по себе хорошая идея для благоустройства, но вероятно, лучше реализовать её в другом месте, поскольку будет весьма сложно объединить её бесконфликтно с другими функциями.

Были также и открытые ответы, среди которых можно выделить зимнюю горку (как минимум, 6 человек), и вообще инфраструктуру для празднования Нового года (ёлка и т.п.), а также возможность проведения на площади ярмарок.

В открытые ответы попадает многое из того, что было в ответе на вопрос о том, чего не хватает на площади, например фонтан.

Если говорить об **услугах**, в которых заинтересованы горожане на площади, то здесь можно выделить следующие: туалет хотели бы видеть 329 респондентов, то есть каждый третий из заполнивших анкету, причём многие подчёркивали, что желательно это должна быть бесплатная услуга. Далее следующими по популярности идут полноценное кафе с горячей едой (326 ответов) и кофейный киоск (315 ответов). Очевидно, что эти функции будут востребованы не только у местных, но и у потенциальных туристов. Сувенирный же киоск ожидаемо набрал меньше: 184 голоса, поскольку не так выражает ежедневные потребности горожан.

129 человек высказались, что хотели бы видеть прокат велосипедов на площади, и это неплохо коррелирует с запросом на велоинфраструктуру в целом. Очевидно, что на данном этапе это больше сезонная услуга. Ещё 111 респондентов высказались, что хотели бы видеть на площади стойки буккроссинга (обмена книгами), а 105 ответили, что хотели бы газетный киоск. Вполне вероятно, что эти два запроса отвечают пожеланиям видеть на площади благоустроенный сквер для горожан с зонами отдыха, где можно почитать.

Из открытых ответов самым востребованным стал запрос на киоск с продукцией местного молочного завода, или даже молочный бар. Очевидно, что местная продукция пользуется спросом, поскольку не менее 12 человек вынесли такую инициативу. Необходимо также отметить, что 141 респондент ответили, что не заинтересованы ни в каких услугах на площади.

Как мы видим из этого распределения, помимо необходимого туалета, жители предпочли бы видеть на площади полноценное место отдыха самих горожан, но для туристов она могла бы стать своего рода визитной карточкой города.

Если же говорить о **мероприятиях**, которые горожане хотели бы видеть на площади, то здесь ответы распределились следующим образом: подавляющее большинство респондентов ответили, что хотели бы посещать городские массовые праздники, фестивали, концерты, которые можно было бы проводить на площади, таких ответов 599, то есть почти две трети. Очевидно, что это коррелирует с исторически существовавшей функцией площади, поскольку по воспоминаниям и представлениям людей она для этого использовалась. Далее по популярности следует детский досуг (обучающие игры, мастер-классы), за него отдали голоса 319 респондентов. Творческий досуг (пенэл, мастер-классы) отметили 265 человек. Эти показатели говорят о том, что площадь может стать точкой притяжения для многих горожан, при её правильной организации.

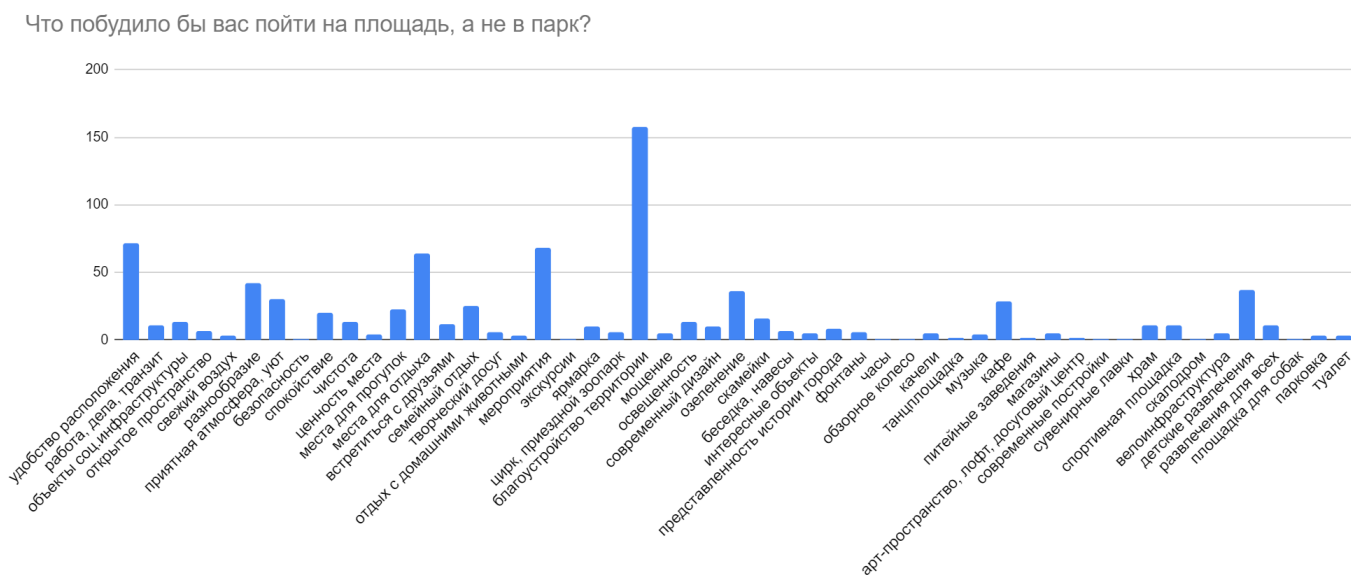
Ответы, “ярмарки”, а также “цирк, зоопарк, иные развлекательные мероприятия” выбрали 225 и 197 респондентов соответственно. Эти показатели опять же коррелируют с представлениями людей об исторической функции данной площади, как места, где собирались горожане на различные

мероприятия. Спортивные соревнования, игры готовы посещать 174 респондента, а участвовать в субботниках 110 человек. И лишь 84 человека ответили, что не заинтересованы ни в каких мероприятиях на площади.

Резюмируя, можно сказать, что люди в городе готовы к массовым общественным мероприятиям и поддерживают инициативы. Главное задачей для проекта остаётся необходимость объединить функции места для тихого и спокойного отдыха для местных жителей и запрос на активный досуг в одном и том же месте. В принципе, можно сделать вывод, что самым главным для жителей является запрос на multifunctionality пространства.

Необходимо также привести доводы респондентов, в ответ на вопрос **“Что побудило бы вас прийти на площадь, а не в парк?”**. Надо отметить, что, к сожалению, вопрос был сформулирован неоднозначно, поскольку из ответов ясно, что не все люди понимали его одинаково: кто-то понимал, что речь идёт о текущем состоянии площади, а кто-то думал, что вопрос о площади после будущего благоустройства.

Ответы распределились следующим образом:

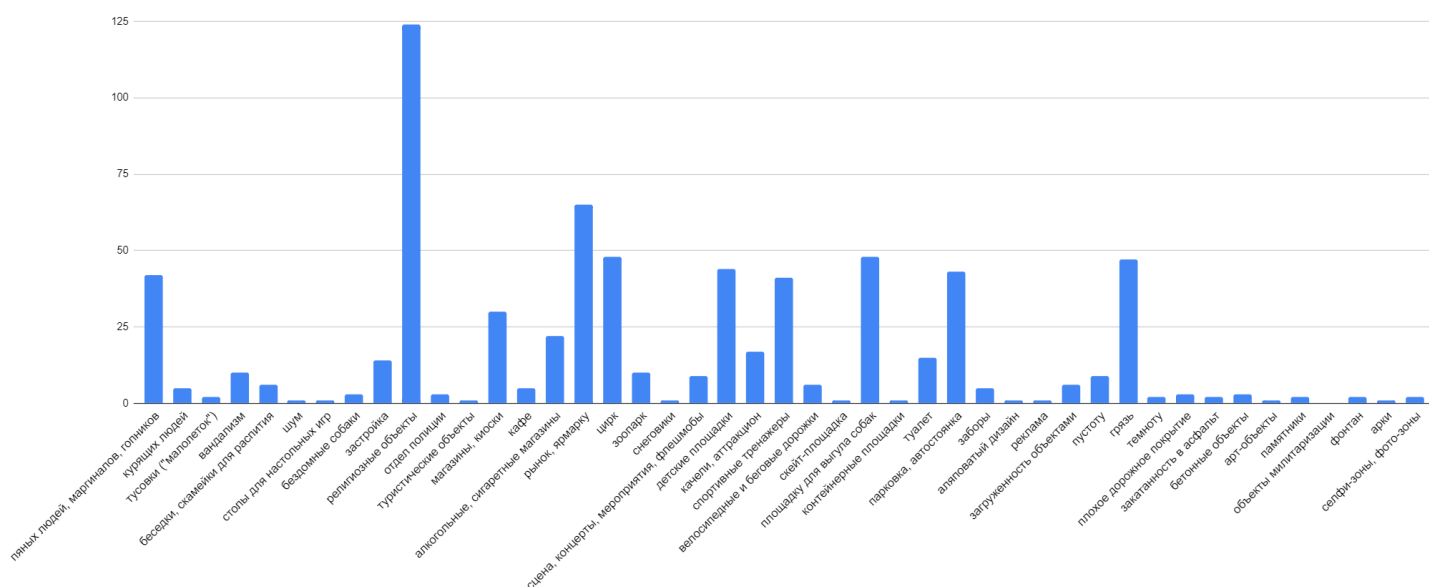


Отсюда видно, что по-прежнему в приоритете у людей благоустроенное пространство (158 ответов), где будут проходить интересные мероприятия (68

ответов) и где можно отдыхать (64 ответа), в том числе с детьми (37 ответов). Также из того, что привлекло бы жителей, можно выделить кафе (29 ответов), а ещё респонденты отмечали, что хотели бы больше зелени и деревьев (36 ответов). Очевидно, что среда должна быть разнообразной (42 ответа), но в первую очередь люди ждут красивой и уютной городской площади (30 ответов).

Из того, что люди категорически **не хотели** бы видеть на площади:

Чего вы категорически НЕ хотите видеть на площади после благоустройства?



В первую очередь, это религиозные объекты: эта категория вызывала наибольшее отрицание среди респондентов (124 ответа). Поэтому несмотря на то, что среди респондентов есть верующие люди и церковные прихожане, видимо, лучше избежать религиозной тематики при благоустройстве площади.

Следующая по количеству отказов категория — это рынок, ярмарка (65 ответов). Очевидно, что речь идёт прежде всего о постоянных торговых объектах, а также о стихийной торговле. Возможно, что небольшая хорошо организованная сезонная ярмарка, которая будет длиться несколько дней один-два раза в год и будет предлагать качественные товары, не вызовет у людей постоянного отторжения, если не будет портить благоустройство (особенно, не оставлять после себя мусор) и инфраструктуру отдыха на площади.

Идея с размещением на площади шапито или балагана тоже находится среди отталкивающих (48 ответов), хотя многие хотели видеть тут проведение массовых разовых мероприятий и праздников.

Также многие выступают против площадки для выгула собак (48 ответов). Как ни странно, детская площадка тоже попала в антирейтинг (44 ответа), хотя на неё и один из самых высоких запросов. Люди в основном говорят, что функцию развлечения детей должен брать на себя парк, а не площадь.

Также отметим, что люди против стоянки автомобилей на площади (43 ответа), её расширение в отличие от детской зоны поддерживают считанные единицы. Спортивные тренажёры также находятся в антирейтинге (41 ответ), хотя и на них есть определенный запрос.

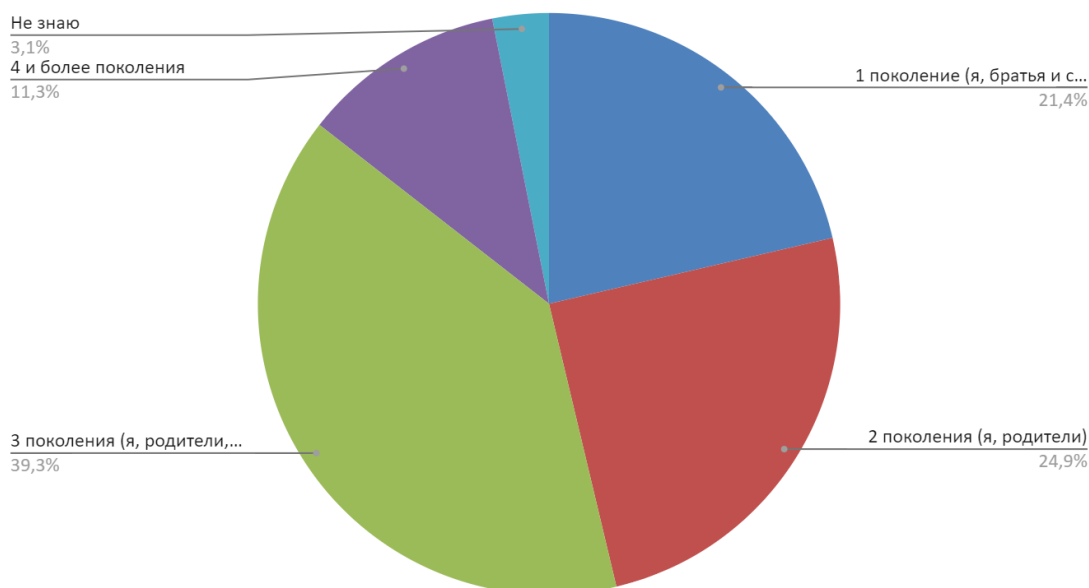
Ну и конечно, в этот список попали текущие проблемы площади: грязь, лужи, асоциальные элементы.

5. Идентичность горожан

Для понимания общего городского контекста, а также для разработки уместной, релевантной для горожан символики и брендинга территории опросник также включал блок о городских нарративах, о восприятии своего города, его истории и отличительных особенностей, его жителей и посетителей. Чтобы лучше понять, кто наши респонденты, также был задан вопрос о давности проживания семьи в Светогорске и о вхождении в официальные и неофициальные объединения. Этот вопрос направлен на более точное формулирование целевых групп проекта.

Вопрос о **давности проживания семьи** в городе показал, что толщина «культурного слоя» у светогорцев довольно значительная: семьи более половины респондентов живут в городе 3 поколения, из них 11,3% в течение четырёх поколений, то есть получается, что многие семьи живут в Светогорске с момента заселения города, оставленного финнами во время Второй мировой войны. Ещё четверть респондентов ответила, что живёт в городе во втором поколении, то есть как минимум, такие семьи помнят советские времена.

Как давно Ваша семья проживает в Светогорске?



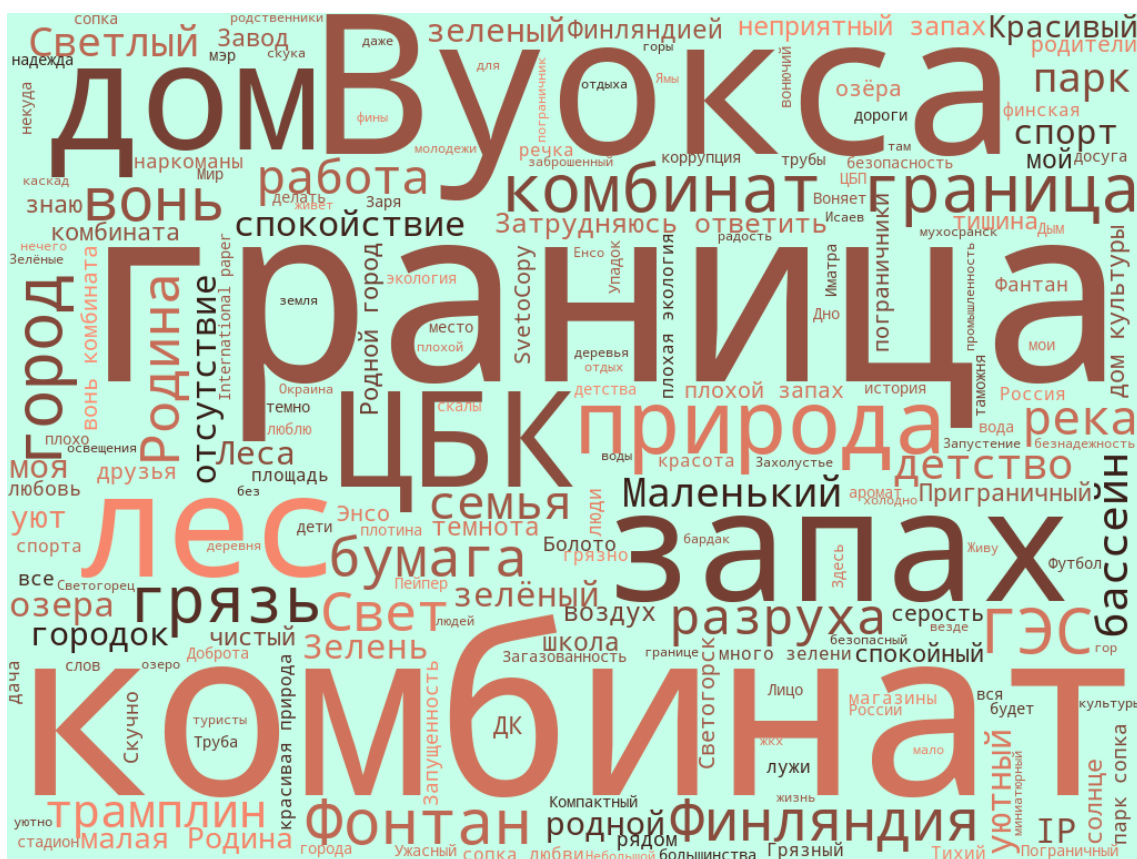
Для понимания конкретных блоков целевой аудитории был задан вопрос о формальных и неформальных **объединениях**, в которые входит респондент. Были выявлены следующие организации и типы занятий:

- социальные объединения: совет ветеранов, волонтерская организация;
- местное самоуправление: совет депутатов;
- молодежные организации и развивающие кружки: молодежный совет, студенческое объединение, волонтерская организация, художественная школа, танцевальная студия;
- объединения для взрослых: Клуб молодых семей “Светодетки”;
- спортивные организации и команды, включая различные единоборства (бокс, борьба), командные виды спорта (футбол, волейбол, баскетбол), велоклуб, скандинавская ходьба;
- любители природы, рыболовы, охотники;
- краеведы;
- собаководы.

Соответственно, интересы этих групп и возможности для проведения их досуга можно и желательно включить в проект.

Вопросы об уникальных чертах Светогорска, о его истории и ассоциациях с ним задавались с целью выяснить, на чем строится дискурс о городе среди его жителей, какие его черты, исторические события и исторические деятели окажутся наиболее важны для горожан, на чем строится их идентичность как светогорцев.

Наиболее успешным для этого оказался вопрос о **трех первых ассоциациях** с городом. Облако ответов, согласно их частотности, выглядит следующим образом:



Как мы видим, в ядро ответов попали следующие явления или образы:

- природа (*Вуокса, природа, лес, река, озеро*);
- целлюлозно-бумажный комбинат и его продукция (*комбинат, ЦБК, ГЭС, запах, бумага, завод*);
- близость государственной границы с Финляндией (*граница, Финляндия, Энсо*);
- образ дома и малой родины (*родной, городок, город, спокойный,*

родина, светлый, спокойный).

Таким образом, из общих ассоциативных ответов вырисовывается образ города на государственной границе с доминантой природного и важным градообразующим предприятием, которое по мнению горожан не всегда отличается благоприятными экологическими характеристиками.

В ответ на вопрос об **уникальности** Светогорска, его отличия от других городов картина получается схожей, но не идентичной:



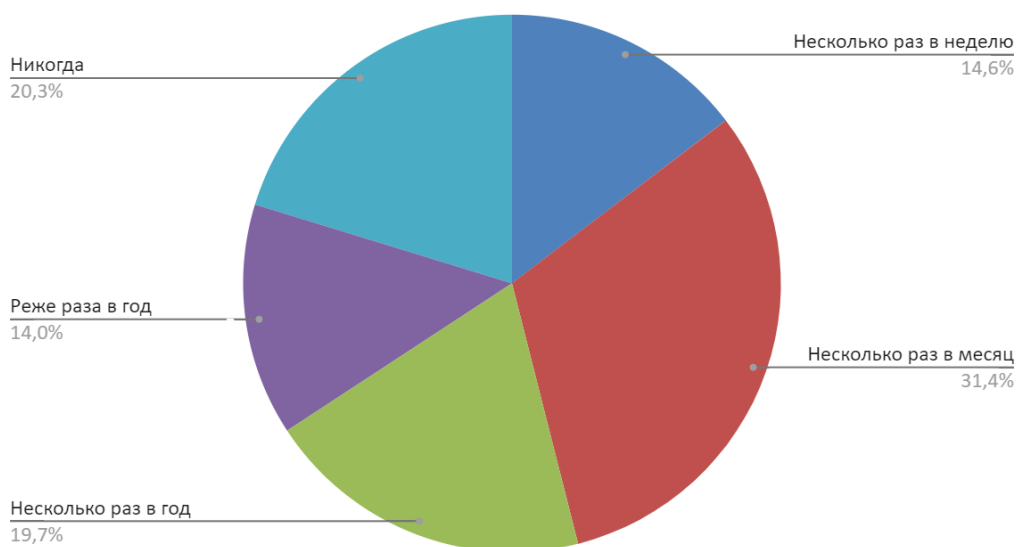
Таким образом, уникальность Светогорска в восприятии его жителей заключается в первую очередь в его расположении рядом с государственной границей, его природных особенностях (озёра, лес, река Вуокса, красивая природа) и наличии целлюлозно-бумажного комбината. Город воспринимается как приграничный, маленький, окруженный красивой природой, но требующий обновления от следов промышленной деятельностью. Что интересно, комбинат в вопросе уникальности оказывается не единственной главной чертой, а город оказывается привлекателен также географическими природными красотами и является своеобразными воротами на государственной границе.

Вопросом, направленным на выявление потенциальных «конкуренентов» выбранной территории, а также общего восприятия структуры городских достопримечательностей, был вопрос **“Куда бы вы повели иногороднего гостя?”**



Как мы видим, лидирует не рассматриваемая территория, но «парк» и другие объекты: *ГЭС, Вуокса, лес, плотина, трамплин*. На ответы также влияет тот фактор, что парк является одним из наиболее благоустроенных общественных пространств (несколько лет благоустраивался по программе ФКГС). Впрочем, площадь тоже занимает определенное место в количестве упоминаний, то есть вполне обладает потенциалом роста, особенно если её благоустроить согласно ожиданиям горожан. При этом надо учитывать, что согласно ответам респондентов, им есть с чем сравнить свой город и благоустройство, ведь подавляющее большинство посещало Финляндию до пандемии и закрытия границ, причём довольно часто:

Как часто Вы посещаете Финляндию?



Что касается восприятия жителями **истории** города, наиболее актуализированным оказывается знание, что раньше город был финским и назывался Энсо, перешёл к РСФСР после Советско-финской войны или после Второй мировой войны (респонденты отвечают по-разному), после чего был переименован в Светогорск. Многие знают, что комбинат был основан ещё в XIX веке при финнах, и назывался также *Enso*, а потом в 1970-х и 80-х была “модернизация комбината и строительство домов в городе в рамках сотрудничества с Финляндией (Кекконен и Косыгин)”. В 1990-х годах имела место история, связанная с приватизацией комбината. И наконец многие жители выделяют современный этап, связанный с открытием трансграничного перехода, давшего возможность ездить в близлежащий финский город Иматра.

Отдельным вопросом, направленным на выявление релевантных для горожан персоналий, был вопрос о **важных для города людях**. Наиболее популярными ответами оказались:

- пограничник *Гарькавий А.Д.*
- основатель города и ЦБК *Ади Стандершкельд* (1855—1935), сын Карла Августа Стандершкельда
- советский писатель *Канторович Л.В.*
- старший тренер дома спорта *Дибривный Александр Григорьевич*
- пограничник *Коробицын А.*
- руководитель музея *Лисова Людмила Фёдоровна*

- и многие другие.

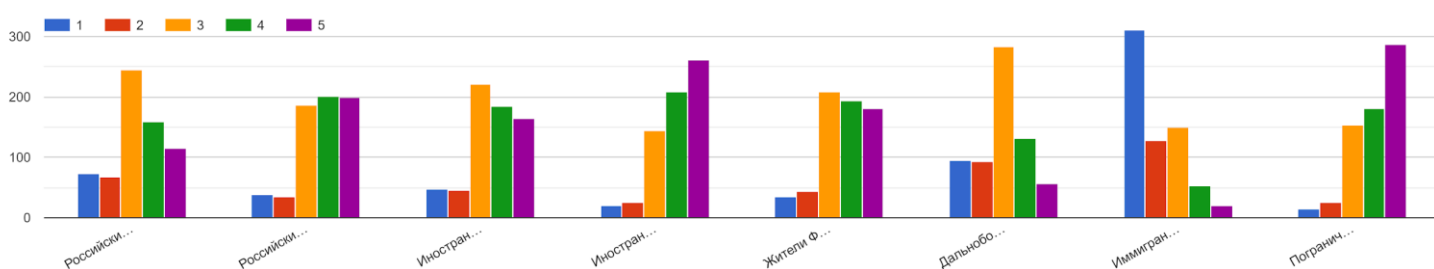
Как мы видим, осведомленность горожан о своих выдающихся земляках весьма значительная, и особенно важно, что это деятели самых разных сфер. Включение ряда этих людей, в том числе отцов-основателей города и комбината, в новый дискурс о площади и представленность истории в пространстве представляется уместным и продуктивным для поддержания **локальной идентичности**.

Одной из целей социально-экономической стратегии Ленобласти является увеличение туристического потока, а поскольку Светогорск находится на государственной границе, он должен быть удобен для транзитных туристов, которые не только пользуются инфраструктурой, но и благодаря комфортности последней задерживаются в нем и способствуют развитию города. Следовательно, одной из целей проекта благоустройства является развитие возможностей туризма и удержание приезжих на продолжительный срок в Светогорске. Поэтому представлялось важным выяснить отношение горожан к появлению в общественных пространствах различных «чужих» того или иного рода, потому что негативное отношение к ним жителей способно вызывать конфликт интересов между стратегическим планированием и социальным самочувствием горожан.

На данный момент, по данным качественного исследования, в городе обычно присутствуют следующие группы приезжих: дальнобойщики; туристы, следующие через Светогорск в Финляндию; немногочисленная группа российских рекреационных туристов, приехавшая с целью отдыха, купания, либо рыбаков и охотников; туристы, приехавшие в Светогорск из Финляндии, также были выделены группы иммигрантов и пограничников с военными. Соответственно, в опросе были выделены следующие группы: «дальнобойщики», «транзитные российские туристы» и «целенаправленные российские туристы», «транзитные туристы из Финляндии» и «целенаправленные туристы из Финляндии», «пограничники и военные». К дальнобойщикам отношение оказалось негативно-нейтральным (поскольку большая часть горожан с ними не сталкивается, а живущие рядом с трассой страдают от шума, стоящих вдоль дороги большегрузов и т.д.), к транзитным туристам – позитивно-нейтральным (поскольку, опять же, большая часть горожан

с ними не сталкивается). К туристам, целенаправленно приехавшим в Светогорск, горожане относятся скорее положительно. К финским туристам отношение наиболее положительное, что показывает готовность горожан к приёму гостей. Очень положительное отношение у респондентов к пограничникам и военным. А наиболее негативное отношение проявляется к категории иммигранты, что, к сожалению, свойственно для многих небольших моногородов.

Как вы относитесь к следующим группам? Отметьте по шкале от 1 до 5 (1 – отношусь очень плохо, не хочу, чтобы они были в нашем городе; 2 – скорее плохо; 3 – отношусь нейтрально, мне все равно; 4 – скорее хорошо; 5 – очень рад их присутствию, пусть их будет как можно больше)



Город сталкивается с туристами в основном в тех частях, что примыкают к трансграничному переходу, на ней же есть и некая инфраструктура для них. Однако стоит напомнить, что систематической рефлексии над нуждами туристов не ведется: так, вариант «сувенирный киоск» оказался одним из наименее популярных объектов инфраструктуры, что показывает, что горожане воспринимают площадь в первую очередь как место «для своих», нежели как некий «открыточный фасад», рассчитанный на гостей, которым при этом сами не пользуются. Можно предположить, что горожане в целом готовы принимать гостей, однако не очень пока представляют, что для этого нужно и как это повлияет на их собственную повседневность.

Выводы

Город Светогорск в восприятии его жителей – маленький городок, известный своим уникальным географическим положением – прямо на государственной границе с Финляндией, в окружении озёр и реки Вуокса – и своим целлюлозно-бумажным комбинатом, одним из старейших и крупнейших в стране. Семьи большинства респондентов поселились в городе после окончания Второй мировой войны. В Светогорске помнят многих своих выдающихся

земляков – как героев ВОВ, так и деятелей культуры, спорта, педагогики, промышленников. В целом горожане готовы к увеличению туристического потока в свой город, хотя большинство туристов в нем пока транзитные.

Проектируемая территория – городская площадь – в настоящее время не воспринимается центром своего города у респондентов, хотя в течение советского периода, она служила почти для всех горожан в этой функции. Поскольку сейчас она находится в запустении, большинство горожан воспринимает её как пустырь, где не сохранилось ничего особо ценного.

Важные особенности площади в советский период в восприятии респондентов – это место для проведения городских праздников, особенно новогодних, многие жители хотели бы возрождения этой традиции и установки ёлки. Однако благодаря тому, что большинство жителей регулярно бывают за границей, например, в соседней Иматре, у них повышенный запрос на формирование современной комфортной городской среды, поскольку им есть с чем сравнивать текущее благоустройство своего города. Скорее всего, можно сделать вывод, что людям нужна комфортная и благоустроенная среда, многофункциональное, инклюзивное пространство, способное к трансформации и отвечающее на запросы различных групп населения, предоставляющее широкий спектр сценариев использования.

Целевая аудитория площади – все возрастные группы горожан: родители с колясками и маленькими детьми, подростки, молодежь, люди среднего возраста, старшее поколение. Наиболее вероятные сценарии использования – прогулки в компании, тихий отдых, посещение общегородских массовых мероприятий, катание с горки зимой. В качестве отдельных групп пользователей можно выделить следующие: проезжающие туристы, которым некуда особенно пойти в самом городе, собаководы.

В настоящий момент абсолютной ценностью на площади горожане считают лишь саму площадь как пространство и её географическое положение в центре города, куда легко добраться. Обозначенные респондентами проблемы попадают в тематические блоки «нечистоты» и «опасности», где с первой связывается грязь и отсутствие удобных дорожек, со второй – недостаток освещения, транспорт, распитие алкоголя отдельными горожанами.

Безусловным приоритетом для респондентов оказалось общее благоустройство: удобные чистые дорожки, пригодные для колясок, детей и пожилых; достаточное освещение и оборудованные места отдыха – скамейки, беседки, навесы и урны; общественные туалеты. Второй по необходимости оказалась общественная функция: площадь как место для общественных мероприятий, праздников, третий приоритет – интересы любителей активного отдыха (велодорожки, уличные тренажеры, площадка для скейтов, роликов и самокатов) и эстетические потребности (фотозона, арт-объекты, сцена). Респонденты заинтересованы в прокате различного инвентаря: например, велосипедов, и конечно, заведений типа кафе. Также сформирован запрос на безопасность, особенно ночью, но кажется, эту проблему легко решить с помощью грамотно спроектированного и установленного освещения.