

УДК 304.364.2.394

**ПРОБЛЕМАТИКА МАЛОГО ГОРОДА ЧЕРЕЗ СОЦИОКУЛЬТУРНУЮ ПРИЗМУ
НА ПРИМЕРЕ ПОЛОЦКА И НОВОПОЛОЦКА****А.Р. МИНИНА***(Представлено: канд. культурологии, доц. А.Д. КРИВОЛАП)*

Рассматривается проблематика малого города, опираясь на полученные результаты социологического исследования относительно вариативности социокультурного пространства Полоцка и Новополоцка.

Нарисовать целостную картину восприятия городского пространства и функционального использования социокультурного потенциала городской среды жителями города Полоцка и Новополоцка, невозможно без предварительного и целенаправленного сбора мнений горожан. Проблема ограниченности городских активностей, объективна ли? Как полочане и новополочане ощущают себя, вступая во взаимодействие с окружающей средой? Разбираемся в актуальности проблем повседневности жителей двух рассматриваемых малых городов.

Проблемой данного исследования является отсутствие современной досуговой активности города.

Цель исследования – определить удовлетворённость горожан социокультурной деятельностью и вариативностью досуговой активности города Полоцка и Новополоцка.

Объектом исследования выступает социокультурная деятельность города Полоцка и Новополоцка.

Предметом исследования выступает уровень и характерные черты культурной и досуговой практик жителей двух рассматриваемых городов.

Для достижения поставленной цели автор ставит перед собой следующие задачи:

1. Провести онлайн-анкетирование с помощью интернет-опросника «Survio»;
2. Проанализировать результаты;
3. Определить причины полученных ответов.

В ходе исследования было опрошено 139 случайных жителей города Новополоцка, и 118 случайных горожан Полоцка. Средний возраст респондентов составлял 25 лет. Анкетирование включало в себя перечень следующих вопросов:

1. Каков Ваш пол?
2. Каков Ваш возраст?
3. Обращаете ли Вы внимание на внешний вид города? (эстетическое восприятие)
4. Влияет ли образ города на Ваше психологическое состояние? (мусор, серость, к примеру, вызывают, в основном, негативные ощущения)
5. Согласны ли Вы с утверждением, что образ города можно понять через его архитектуру, наличие либо отсутствие уличных музыкантов, дизайн рекламных сообщений, формат заведений и т. д?
6. Хотели ли бы Вы, чтобы в городе Полоцке/Новополоцке существовало свободное общественное пространство, направленное на организацию неформальных встреч? (обсуждение творческих проектов по развитию города, литературные вечера, лекции, мастер-классы и т.д)
7. Довольны ли Вы форматом досуговой активности в Полоцке и Новополоцке?
8. Какие городские активности вызывают у Вас интерес?
9. Чего, на Ваш взгляд, не хватает Полоцку и Новополоцку?
10. Готовы ли Вы сами включиться в процесс раскрытия социокультурного потенциала городской среды Полоцка и Новополоцка?

Автор утверждает, что окружающая среда неосознанно оказывает влияние на самоощущение каждого человека. Своё подкрепление данное утверждение находит в ответах на третий и четвёртый вопрос анкеты: «Обращаете ли Вы внимание на внешний вид города? Влияет ли образ города на Ваше психологическое состояние?».

Результаты исследования показали, что 100% опрошенных фокусируют своё внимание на образе города, его внешних характеристиках. Следовательно, перед автором встаёт вопрос: откуда же тогда появляется так много оставленных без внимания объектов? Становится не понятным, почему в городе существуют т. н. «мёртвые точки», где пространство не реализовывается в полной мере и, зачастую, является местом крайне редкой посещаемости, несмотря на возможное рациональное использование среды.

Примером такого места может быть парк «Курган Славы (Бессмертия)» в городе Полоцке. Попыткой привлечь горожан в забытое место, была «Европейская неделя мобильности 2016» в городе Полоцке,

организованная Полоцким районным исполнительным комитетом, Полоцким государственным университетом, фондом «Интеракция», а также «Новополоцкой ассоциацией студентов-архитекторов». Полоцк – первый в Беларуси город, который присоединился к устойчивому плану развития городской мобильности, вовлечённый Европейским союзом. Целью данного проекта была экологическая направленность развития города, отказ от автомобиля, а также поощрение экологического транспорта – велосипеда. Данное мероприятие было одно из наиболее значимых для каждого из двух городов, поскольку городской пикник, по мнению автора, и есть тот начальный инструмент, позволяющий изменить парадигму мышления в организации социокультурной деятельности. Наблюдая за настроением людей на мероприятии, анализируя их отзывы и оценивая их вовлеченность в идею, становится очевидна правильность выбранного направления в развитии социокультурной активности как города, так и горожан. Причин тому несколько: современный подход, творческое зерно в оформлении (эстетически верное для предполагаемой целевой аудитории), вариативность мест по интересам, и т. д.

Однако автор считает, что первоначальная цель проекта – оживление «мертвых точек» городской среды путём привлечения горожан в забытые места, не реализована в полной мере, поскольку лишь один день активного времяпрепровождения в «проблемной зоне» - не изменит отношения людей к данному месту. Пока рассматриваемый парк не будет наполнен необходимым функционалом и удобствами, где вместо т. н. «разовых акций» будут регулярные разнообразные мероприятия и другие встречи, - «мёртвая точка» так и останется местом крайне низкой посещаемости.

Ответы респондентов на четвёртый вопрос дифференцируются на три группы: 50% опрошенных считают, что окружающее пространство оказывает на нас влияние независимо от нашего желания; 46% согласны с утверждением, что внешняя среда оказывает воздействие на психологическое состояние человека, однако считают, что этим можно управлять; 4% опрошенных затрудняются ответить и ни один из анкетированных автором людей (0%), не ответил: «нет, внешний вид города не оказывает на меня никакого влияния». Тем самым результаты данного вопроса подчёркивают значимость городского пространства как способе влияния на самоощущение горожан.

На вопрос «Согласны ли Вы с утверждением, что образ города можно понять через его архитектуру, наличие/отсутствие уличных музыкантов, дизайн рекламных сообщений, формат заведений и т. д?» были получены следующие результаты. 65 % горожан ответило: «Да, это в полной мере раскрывает городской потенциал, поскольку улица - это то место, по которому человек понимает город»; 5% считают, что образ города субъективен и не способен нарисовать целостную картину реального положения вещей, наиболее важно - грамотное управление; 29 % опрошенных убеждены, что как улица, так и управление влияют на имидж города; оставшийся 1% людей затрудняется ответить на данный вопрос.

Резюмируя полученные результаты на пятый вопрос, автор хочет отметить, что, несмотря на объективную значимость городского управления, всё-таки улица, как показало исследование, – первоначально в человеческом восприятии городской среды. То есть, сначала человек знакомится с городом через уличную площадку.

Шестой вопрос выглядел следующим образом: Хотели ли бы Вы, чтобы в городе Полоцке либо Новополоцке существовало свободное общественное пространство, направленное на организацию неформальных встреч? (обсуждение творческих проектов по развитию города, литературные вечера, лекции, мастер-классы и т.д.) Прежде чем анализировать данные, необходимо дать определение понятию «общественное пространство».

Общественное пространство – это место, где безликая уличная толпа превращается в конкретных людей, публичные взаимодействия между которыми создают социальную жизнь в окружающем ландшафте. Атмосфера общественного пространства стимулирует активность, побуждает к действиям, попадая в которые, человек ощущает себя причастным к обществу. [1]

Ответы на данный вопрос показали, что 91% опрошенных заинтересованы в наличии общественного пространства.

Автор считает, что возможное создание такой городской площадки достаточно в одном из городов, поскольку границы, отделяющие города друг от друга, - условны, т.к. полочане и новополочане ближе друг к другу в действительности. Плюс ко всему, создание такого пространства в одном городе будет выполнять функцию сближения горожан. Также следует отметить, что ответы на поставленные автором вопросы – продукт мышления людей, заинтересованных в личностном и творческом развитии. Становится вопрос о прибыльности такого объекта в малом городе: в Европе успешно научились извлекать выгоду из отношений «человек-искусство», но насколько это возможно на белорусских реалиях в перспективе малого города? И как донести до масс, что общественное пространство, арт-пространство – не продукт исключительно элитарного потребления?

Далее перед респондентами ставился вопрос: «Довольны ли Вы форматом досуговой активности в Полоцке и Новополоцке?». Среди опрошенных, 52% ответило: «Нет, большую часть времени я ловлю себя на мысли, что здесь нет места, где бы мне хотелось проводить досуг». 32% горожан выбрали ироничный ответ: «Да какая активность тут?! Клубы и ТРЦ "Манеж"?».

Как оказалось, проблема отсутствия уютных мест для времяпрепровождения жителей города Полоцка и Новополоцка, уже свидетельствует о неудовлетворённости городом, а массовое помешательство на ТРЦ «Манеж» - воспринимается с насмешкой. Торгово-развлекательный центр заменил собой парк, на улицах города людей становится всё меньше, значительная часть горожан проводит время непосредственно в Манеже.

Автор находит некоторую аналогию между ТРЦ «Манеж» и общественным пространством. Однако эта схожесть не носит положительного характера, поскольку времяпрепровождение в торгово-развлекательном центре – пустое пребывание. Тем не менее, глубже всматриваясь в корень проблемы, автор утверждает, что такое помешательство имеет рациональное зерно и свидетельствует о том, что горожанам реально не хватает свободных мест для удобного общения. Почему удобного? Зимой, например, часто не хочется выходить из дома по ряду причин, одной из которых является холод. Тем не менее, когда есть такое место, куда можно приехать с возможностью не тратить деньги, при этом ощущая причастность к городской жизни – удобная альтернатива холодному парку и дорогим кафе. В чём полезность социолога в урбанистике? В своевременном реагировании на нужды и потребности горожан, в анализе наиболее посещаемых городских единиц и грамотном анализе причин сложившейся ситуации.

Суммируя эти два показателя, получается, что 84% людей не находят в городе место для себя, а также интересующих их мероприятий. По 7% на каждый пришлось на ответы: «Да, я всегда нахожу развлекательное мероприятие по душе. Да, но место проведения часто не соответствует формату мероприятий». Оставшиеся 2%, указали свой вариант ответа, наиболее конструктивным был следующий: «Не довольна. Мероприятий – нет. Если хочется посетить концерт или кафе, вариант один – конечно, Минск».

Таким образом, проблема отсутствия мест современной досуговой активности Полоцка и Новополоцка, чётко прослеживается в сознании горожан и остро ощущается на практике.

Последовательным продолжением седьмого вопроса была возможность указать интересующие городские активности в восьмом вопросе с возможностью указания нескольких вариантов ответа.

Автор предлагает остановиться на одном из вариантов: городской пикник, фестивали. Данные мероприятия выбрало 80% респондентов.

По мнению автора, это говорит о том, что «Европейская неделя мобильности 2016», проводимая в городе Полоцке – успешный дебют современного социокультурного развития города. Таким образом, этот результат снова подчёркивается, вышеупомянутой ранее, правильностью выбранного направления.

«Чего, на Ваш взгляд, не хватает Полоцку и Новополоцку?» - название следующего открытого вопроса. Горожанами было предложено огромное количество всевозможных направлений в подходах к организации мероприятий и их формате. Так же, среди ответов были и те, которые не имели отношения к социокультурному контексту.

Среди них: «Город лишили роддома, и старый мост через З. Двину разваливается и скоро упадет в воду, вместе с моим автобусом, когда я еду на работу»; «Камер на дорогах, которые регистрируют нарушение скоростного режима в 40 км/ч по городу. Надоели мотоциклисты и лихачи»; «Велодорожки, соединяющей Полоцк и Новополоцк»; «Чистоты, подстриженных деревьев (постоянно цепляюсь головой) и кустарников, ровных дорог, уютных мест, фишек в виде уличных скульптур в разных местах или граффити (унылые заборы хлебозавода и технолита можно разрисовать)», и др. Большая часть опрошенных придерживалась следующих ответов: «Красивых мест, в которые, например, можно было бы сводить приезжих людей. Имеются в виду современные строения, а не полоцкие памятники архитектуры»; «Заведений, куда можно сходить в свободное время (Манеж не в счет)»; «Культурно-общественной жизни и единства, Полоцк забыл свой полоцкий дух, дух места»; «Всего, что было в прошлом вопросе, если имеется ввиду социокультурное пространство. Тематических кафешек добавлю, хотелось бы, образовательных центров каких-нибудь для всех или детей с профориентацией, в Полоцке нормальный ледовый дворец хотелось бы».

Таким образом, около 80% горожан чувствуют необходимость в создании новых развлекательных мест, современных кафе, мест для проведения досуга.

Десятый, заключительный вопрос анкеты позволил определить готовность полоцчан и новополоцчан самим включаться в процесс социокультурного развития городов. В результате, 77% жителей положительно ответили на данный вопрос.

Таким образом, проанализировав социологическое исследование, направленное на выявление удовлетворённости социокультурной активности Полоцка и Новополоцка, можно сформулировать несколько выводов:

1. Жители города Полоцка и Новополоцка обращают внимание на эстетический аспект города, соглашаясь с утверждением, что окружающее пространство оказывает влияние на психологическое самочувствие человека через один из важнейших источников воздействия городской среды – улицу;

2. В ходе исследования было выявлено, что значительная часть людей не довольна форматом досуговой активности города Полоцка и Новополоцка, проявляя интерес к созданию общественного пространства, направленного на организацию неформальных встреч и образования;

3. Существенное число участников исследования чувствуют потребность в создании современных развлекательных мест, модных кафе и совершенствовании подхода к вопросу об организации культурных мероприятий, где наиболее интересным видом творческой активности для новополочан и полочан является городской пикник и фестивали, затем – музыкальные встречи и кинопоказы.

Гибкость уникальной культурной площадки может менять контент, чутко реагируя на запросы общества и предоставлять альтернативные варианты досуговых практик, в отличие от традиционных Домов культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Павликова, А. Общественные пространства как глобальный тренд / А. Павликова // Круглый стол. – 2013.