

А.Е. Ненько

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ



**Санкт-Петербург
2020**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

А.Е. Ненько
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ
ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УНИВЕРСИТЕТЕ ИТМО

по направлению подготовки

07.04.04 Градостроительство

в качестве учебно-методического пособия для реализации основных
профессиональных образовательных программ высшего образования магистратуры

 УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

Санкт-Петербург

2020

Ненько А.Е., Социологические методы изучения общественных пространств– СПб: Университет ИТМО, 2020. – 55 с.

Рецензент(ы):

Лекус Елена Юрьевна, кандидат культурологии, доцент факультета прикладной оптики, Университета ИТМО.

Учебно-методическое пособие посвящено методам социологического исследования общественных пространств, которое является неотъемлемым компонентом этапа предпроектных исследований в урбанистике, а также самодостаточным подходом фундаментальных научных исследований городской среды. В пособии раскрыты теоретические основания социологического взгляда на общественные пространства, представлена краткая история понятия “общественное пространство” и идеи основных авторов гуманистического подхода к городской среде. В пособии подробно описаны основные методы прикладного исследования общественного пространства: социологическое наблюдение городского пространства (в том числе, подсчет стационарных активностей, анализ социальных потоков и социальных групп), социологические беседы с пользователями общественного пространства, анализ субъективного восприятия общественного пространства с помощью метода “12 критериев” и метода “ментальное картирование”. В описании методов даны подробные инструкции, приведены примеры и иллюстрации.

 УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

Университет ИТМО – ведущий вуз России в области информационных и фотонных технологий, один из немногих российских вузов, получивших в 2009 году статус национального исследовательского университета. С 2013 года Университет ИТМО – участник программы повышения конкурентоспособности российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров, известной как проект «5 в 100». Цель Университета ИТМО – становление исследовательского университета мирового уровня, предпринимательского по типу, ориентированного на интернационализацию всех направлений деятельности.

© Университет ИТМО, 2020
© Ненько А.Е., 2020

Содержание

1. Введение	4
2. Актуальность социологического изучения общественных пространств	4
3. Общественное пространство: история исследования и критерии успешных общественных пространств	7
4. Структура предпроектного исследования общественного пространства	9
5. Система социологических методов изучения общественных пространств	11
6. Социологическое наблюдение городской среды	13
6.1. Подсчет стационарных активностей	24
6.2. Подсчет социальных групп	31
6.3. Анализ социальных потоков	32
7. Полуструктурированные интервью с пользователями территории	37
8. Методы анализа субъективного восприятия пространства	43
8.1. Анализ общественного пространства по методу “12 критериев”	43
8.2. Ментальное картирование	46
9. Заключение	52
10. Рекомендуемая литература	54

1. Введение

Данное учебно-методическое пособие посвящено социологическим методам исследования общественных пространств. Пособие рекомендовано к использованию в рамках программы 07.04.04 “Градостроительство” для преподавания дисциплины “Методология городских исследований”. Рекомендуется использовать данное пособие для работы по лекциям данного курса, посвященных социологическим методам городских исследований (6 часов контактной работы) и 14 часам самостоятельной работы. Разделы учебно-методического пособия рекомендуется использовать в качестве базового материала лекций и в качестве дополнительного материала для самостоятельной работы, вопросы в конце каждого раздела могут быть заданы студентам для самоконтроля в рамках самостоятельной работы. В тексте пособия раскрываются такие темы, как: понятие общественных пространств и их типология, а также критерии качества общественных пространств; метод социологического наблюдения сценариев использования и целевых аудиторий общественных пространств, к которому отнесены такие дополнительные методы, как фиксация стационарных активностей, подсчет социальных групп и анализ социальных потоков построение карт социальной мобильности; раскрыты методы анализа субъективного восприятия и оценки качества общественных пространств - неформальные интервью с пользователями пространства, ментальное картирование общественного пространства и его анализ по методу “12 критериев”. В рамках рассмотрения каждого метода описано его назначение, приводятся подробные инструкции по его применению, иллюстрации по обработке и анализу получаемых данных, даны дополнительные ссылки на бланки форм, которые можно использовать при применении метода на практике. Также в тексте приводятся ссылки на дополнительные исследовательские работы известных урбанистов, которые доступны обучающимся для более подробного погружения в методы исследования общественных пространств и способы интерпретации получаемых результатов.

2. Актуальность социологического изучения общественных пространств

В российской урбанистике проблематика общественных пространств стала популярной относительно недавно, что, собственно, связано с молодостью самой науки в России. Постепенно общественные пространства перестали восприниматься только лишь как пространственный контейнер, в котором, в соответствии с градостроительными нормативами, нужно установить скамейки,

урны и детские площадки, проложить дорожки и посадить деревья. Сегодня урбанисты трактуют общественные пространства через призму тех социальных процессов, которые они могут запускать, к примеру, случайные знакомства и встречи друзей, торговля и туризм, городские фестивали и обсуждение городских новостей. Общественное пространство - это городская территория, которая может использоваться всеми горожанами без исключения для рекреации, досуга и общения. Общественные пространства - это места концентрации жизненной энергии города и его лицо. Общественные пространства - это контекст социальной коммуникации и открытого публичного действия, условие формирования гражданского демократического общества. В силу этих причин развитие общественных пространств представляется исключительно важным для здоровья человека и укрепления социальных связей, улучшения городской среды и благополучия города.

Все городские пространства можно условно разделить на частные, полуобщественные и общественные. Частные пространства - территории квартир, домов и офисов, их владельцы сами определяют, кто может прийти к ним в гости или на деловую встречу. Полуобщественные пространства - такие, которые контролируются узкой группой людей, например, дворы, которые предназначены для жителей домов, окружающих двор, или территории, прилегающие к детским садам, школам и больницам. Общественные пространства доступны для всех категорий горожан. Общественные пространства также можно разделить на 2 типа: открытые и закрытые. К открытым общественным пространствам относят улицы, бульвары, площади, набережные, парки и скверы. К закрытым - крытые рынки, театры, библиотеки, вестибюли метро, торговые галереи и другие.

Понятие «общественное пространство» (public space) ввела в оборот американский философ Ханна Арендт. Для Арендт общественное пространство имеет политический подтекст: именно здесь осуществляется публичная деятельность человека, здесь каждый имеет возможность высказаться и показать, чем он отличается от остальных, здесь происходит публичный диалог. По мнению Арендт, идеальным примером общественного пространства была древнегреческая агора, где граждане полисов выступали, спорили и принимали политические решения. Идеи Ханны Арендт подтолкнули теоретиков урбанизма второй половины XX века к формированию современной концепции общественного пространства.

Функции общественных пространств в городе:

1. Возможность социальной коммуникации. В общественных пространствах могут сходиться различные социальные группы, встречаться незнакомцы. Общественные пространства дают ощущение городского социального разнообразия и возможности новых социальных контактов.

2. Развитие локальной экономики. В общественных пространствах, благодаря потоку потребителей, создается благоприятная среда для развития розничной торговли различными товарами от еды до сувениров непосредственно в самом пространстве. Кроме того, места, привлекательные для людей, стимулируют развитие заведений по переднему фронту окружающих зданий, повышают стоимость земли и величину аренды.

3. Формирование локальной идентичности и образа города. Общественные пространства могут становиться точками притяжения и узнаваемыми местами как для горожан, так и для туристов. Для местных жителей парки, скверы, набережные и другие места в городе ассоциируются с историями, мифами и легендами и являются составляющими местной идентичности. Для приезжих те же самые места могут быть притягательны в силу своих уникальных эстетических и функциональных характеристик и составлять образ города.

4. Формирование городских сообществ. Общественные пространства являются местами встреч, местами общения, местами осуществления городских практик и проявления творчества. Тем самым общественные пространства влияют на становление сообществ - групп людей, объединенных схожими ценностями, опытом, практиками и целями.

5. Социальное действие в городской среде. Именно в общественных пространствах социальное действие становится заметным и явным, будь то граффити на стене или акция протеста. Таким образом, общественные пространства - это контекст для социального действия, который дает ему и сцену, и смысл, и аудиторию и, конечно, ограничения и санкции.

6. Поддержание психического здоровья. Визуально разнообразная, гармоничная и упорядоченная, экологичная среда общественных пространств оказывает благоприятное влияние на ментальное и эмоциональное здоровье горожан.

7. Формирование безопасной среды. Общественные пространства наполнены людьми, а, значит, и формой “социального контроля”, который позволяет без специализированных мер охраны достигать достаточного уровня безопасности и блокировать девиантные и маргинальные практики.

8. Повышение качества городской среды. Суммируя все вышесказанное, а также учитывая, что общественные пространства имеют древнюю историю и воспринимаются людьми как архетипические проявления городской ткани, в качестве итога можно заключить, что полноценные и разнообразные общественные пространства составляют ключевую часть качественной городской среды.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое “общественное пространство”?

2. Какие виды общественных пространств бывают?
3. Какие функции выполняют общественные пространства в городской среде?

3. Общественное пространство: история исследования и критерии успешных общественных пространств

Родоначальником современных урбанистических исследований общественных пространств можно назвать американского социолога, журналиста и исследователя городской среды Уильяма Холлингворта Уайта (псевдоним - Holly) (даты жизни 1.10.1917 – 12.01.1999). В 1969 году по заказу New York City Planning Commission Уайт начал первое масштабное исследование жизни общественных пространств США под названием “Street Life Project”, опыт которого изложил в книге и документальном фильме 1980 года “Социальная жизнь малых городских пространств”¹.

Протеже Уайта в мире американской журналистики стала всемирно известная исследовательница и борец за права горожан Джейн Джекобс, автор культовой книги “Смерть и жизнь великих американских городов”, которой было суждено изменить историю градостроительства в США и в мире². Джекобс удалось победить тогдашнего главного архитектора Нью-Йорка Роберта Мозеса, который хотел переобустроить квартал, в котором жила Джекобс - Гринвич Вилладж (Greenwich Village) - под строительство новых автострад. Джекобс удалось доказать, что в городе должен сохраняться приоритет человека, а не машины, и что город нуждается в таких хаотичных, грязноватых, но естественных зонах, как мультиэтничная, наполненная маленькими семейными бизнесами и богемная Гринвич Вилладж (к примеру, в 1950-е годы она была центром движения битников и фолк-рока). “Города способны давать что-то каждому человеку, только потому и только тогда, когда они создаются всеми и каждым”, - пишет Джейн Джекобс.

Датский архитектор и урбанист Ян Гейл отмечает, что успех общественных пространств связан с длительностью пребывания в нем максимального количества людей. Следуя этой максиме, архитектор и урбанист превратил свой родной город Копенгаген в один из самых комфортных городов в мире. Благодаря популяризации общественных пространств в столице Дании, Гейл смог преодолеть стереотип о том, что жизнь в открытых пространствах должна заканчиваться с первыми холодами: благодаря тепловым пушкам и обустройству

¹ Whyte, W.H. (1980) The Social Life of Small Public Spaces. New York, Project for Public Spaces Inc.

² Джекобс, Дж. Смерть и жизнь больших американских городов = The Death and Life of Great American Cities / пер. Леонид Мотылев. — М.: Новое издательство, 2011. — 460 с.

уличных террас кафе Копенгаген превратился в “город капуччино”. Гейл сделал популярными выражения “человеческий масштаб города” и “город для людей”. На данный момент 4 книги Яна Гейла переведены на русский язык: Жизнь среди зданий (ориг. Life between Buildings 1971), “Новые городские пространства” (ориг. New City Spaces 2000), “Города для людей” (ориг. Cities for People 2010), “Как изучать общественную жизнь” (ориг. How to Study Public Life 2013)³. В данном пособии мы опираемся на методические разработки Яна Гейла, которые были апробированы в Санкт-Петербурге в 2012 и 2013 годах в рамках исследования Леонтьевского центра в Санкт-Петербурге, Центра независимых социальных исследований и экспертной группы “Открытая Лаборатория Город” “SAGA. Трансформация общественных пространств” с участием автора (см. одноименную книгу по результатам исследования в списке библиографии).

Некоммерческая организация Project for Public Spaces (PPS) помогает людям создавать и поддерживать общественные пространства, которые формируют сильные сообщества. PPS разработал “плейсмейкинг” (placemaking) - идеологию и прикладной подход к улучшению соседства, города, региона, в центре которого стоит коллективное совместное переосмысление и переизобретение общественных пространств как места концентрации городских сообществ⁴. Основной лозунг плейсмейкинга - превращение «пространств» в «места», а основной инструмент - запуск локальных социальных сценариев и формирование востребованного образа места. Что же делает городские места успешными?

1. Они доступны и хорошо связаны с другими важными частями территории.
2. Они комфортны и имеют хороший имидж.
3. Они привлекают людей к участию в разных видах деятельности.
4. Они создают среду, в которой людям хочется собираться, общаться снова и снова.

Диаграмма “Что делает городские места хорошими?”, разработанная PPS, отражает эти 4 атрибута (внутренний круг) и описывает их нематериальные проявления в городской среде (средний круг), а также те измерения и данные, которые необходимы для оценки их состояния (внешний круг) (Рисунок 1).

³ Гейл, Я. Жизнь среди зданий / Ян Гейл; Изд. на русском языке — Концерн «КРОСТ», пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012. Гейл, Я. Города для людей / Ян Гейл; Изд. на русском языке — Концерн «КРОСТ», пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 276 с. Гейл, Я., Гемзо, Л. Новые городские пространства. / Ян Гейл, Ларс Гемзо; Изд. на русском языке — Концерн «КРОСТ», пер. с англ. — М.: ООО «ПСФ «Крост». — 264 с. Гейл, Я., Сварре, Б. Как изучать городскую жизнь. / Ян Гейл, Биргитт Сварре; Изд. на русском языке — Концерн «КРОСТ», пер. с англ. — М.: Наука, 2016. - 196 с.

⁴ What is Placemaking? Project for Public Spaces. New York, 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking>

WHAT MAKES A GREAT PLACE?

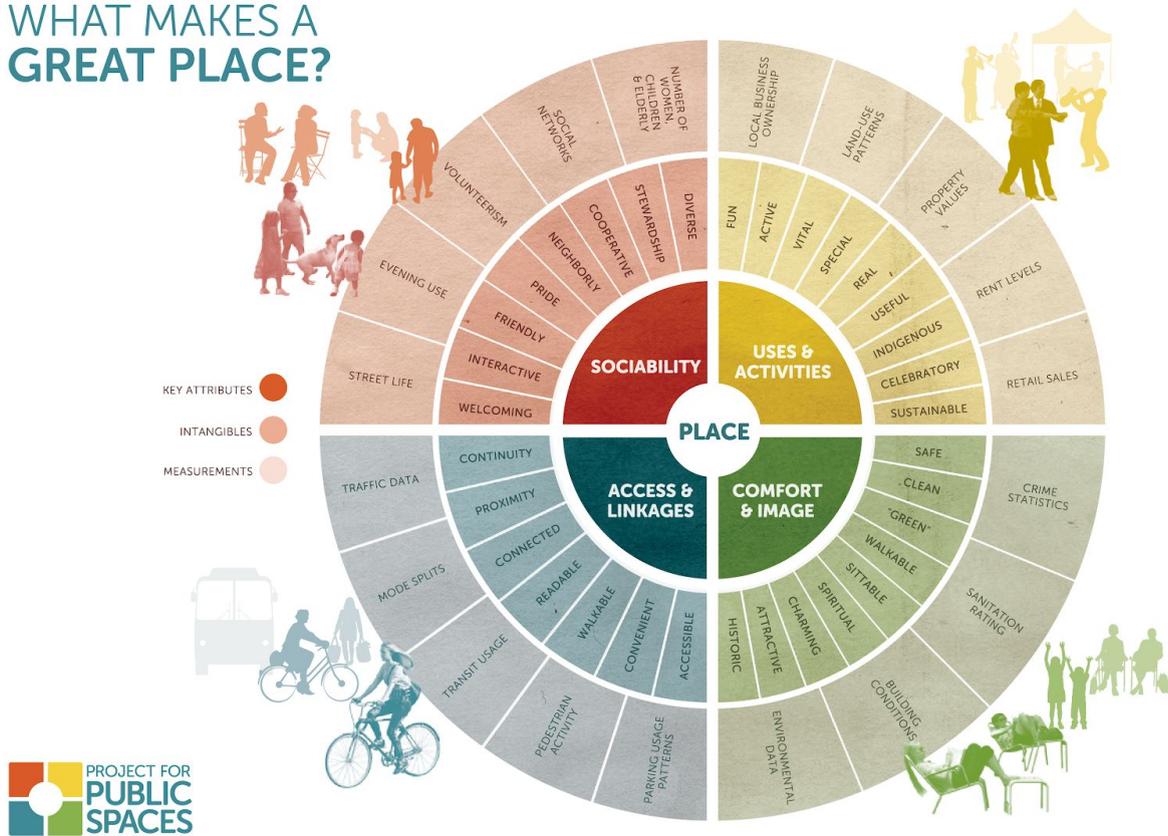


Рисунок 1. Диаграмма атрибутов, критериев и объектов измерения для изучения городских мест, предлагаемая Project for Public Spaces⁵.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите основных исследователей общественных пространств. В чем заключались их идеи?
2. Назовите основные критерии успешных общественных пространств в соответствии с концепцией “хорошего места” от Project for Public Spaces.
3. Какие виды данных необходимы для оценки критериев успешных общественных пространств?

⁵What Makes a Great Place? Project for Public Spaces. New York, 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pps.org/article/grplacefeat>

4. Структура предпроектного исследования общественного пространства

Для формирования успешных общественных пространств и избежания ошибок при их проектировании необходимо проводить комплексное предпроектное исследование, которое должно включать следующие компоненты:

1. анализ функционального зонирования и морфотипов городской среды;
2. анализ архитектуры зданий и строений территории;
3. социологический анализ текущих и потенциальных пользователей пространства и заинтересованных сторон;
4. анализ нормативно закрепленного назначения и нормативных ограничений использования территории;
5. анализ истории, памяти места и культурного кода территории;
6. анализ текущих и потенциальных видов экономической деятельности на территории;
7. анализ транспортной ситуации и пешеходной доступности территории;
8. анализ маркетингового потенциала территории и возможности формирования бренда.

В системе этих исследований социологическое исследование играет ключевую роль в определении групп интересов (стейкхолдеров) и групп пользователей, их потребностей, ценностей интересов и предпочтений относительно развития данной территории и потенциала соучастия данных групп интересов в проекте. Кроме этого, социологическое исследование позволяет проследить объективные параметры социальной жизни общественного пространства и субъективные параметры его восприятия. К объективным параметрам относятся исчисляемые и объективно измеримые характеристики социальной жизни, которые можно измерять повторно с устойчивым результатом. К субъективным параметрам относятся вариативные, зависящие от субъекта восприятия, неизмеримые количественно и интерпретируемые только качественно характеристики среды. Примеры параметров приведены в Таблице 1 (список не конечен и может дополняться).

Таблица 1. Примеры объективных и субъективных параметров социальной жизни в общественном пространстве

Объективные параметры	Субъективные параметры
Разнообразие видов деятельности	Ощущение безопасности
Количество социальных групп пользователей	“Атмосферность”, “дух места”

Количество интересантов (стейкхолдеров) ⁶	Положительные и отрицательные эмоции
Наличие связей между пользователями (дружбы и конфликты)	Личные ассоциации, воспоминания
Интенсивность пешеходных потоков	Чувство привязанности к месту (place attachment)

К сожалению, многие городские планировщики и проектировщики совершали ошибку и проектировали общественные пространства, в том числе жилые зоны, места отдыха, досуга, места транзита, без учета специфики социальной жизни⁷. Это приводило к печальным результатам – запустению этих пространств, повышению криминогенности, пустоте и неиспользуемости пространств. Если пространство не адресовано людям, конечным пользователям, и если не учитывает интересы стейкхолдеров, оно может не “запуститься” и остаться ничейным, или же оно может быть полигоном постоянных конфликтов по поводу пространства.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите основные компоненты предпроектного исследования общественного пространства.
2. Каково назначение социологического исследования в системе предпроектного исследования общественных пространств?
3. Что такое “объективные параметры” и “субъективные параметры” качества социальной жизни общественного пространства? Приведите примеры.

5. Система социологических методов изучения общественных пространств

Несмотря на стереотипное представление о социологии как о практике социологического опроса, в этой науке существует множество различных методов, которые можно использовать для получения разнообразных данных и решения прикладных задач. Совокупность методов объединяется в методологию. Системность и сложность методологии должна соответствовать системности и

⁶ К стейкхолдерам территории относятся те субъекты, у которых есть ресурсы и влияние на территории, например, местный муниципалитет, местный бизнес, собственники и арендаторы земли, ТСЖ, местные организации и сообщества. Посетители общественного пространства, не объединенные в группы или организации, не обладающие субъектностью, обозначаются более широким понятием - “пользователи” территории.

⁷ О таких ошибках можно прочитать в рекомендуемой литературе, в том числе, в книге “Смерть и жизнь великих американских городов” (1960 г.) Джейн Джекобс.

сложности объекта и предмета исследования. Общественное пространство, как и любой другой феномен или процесс городской жизни, является сущностью со множеством измерений и функций, поэтому требует не только объединения методов различных наук, но и развернутой совокупности методов анализа в пределах каждой из них. Социология, в частности, социология города, предлагает нам арсенал методов, которые могут пролить свет на социальные процессы, социальные группы, объективные и субъективные социальные характеристики общественного пространства. В данном учебном пособии мы предлагаем следующую совокупность методов (Таблица 2).

Таблица 2. Совокупность социологических методов изучения общественных пространств и их назначение

Название метода	Назначение метода
Наблюдение за параметрами среды ОП и фотофиксация	фиксация видимых элементов и характеристик городской среды (архитектурных, средовых, социальных и тп)
Фиксация стационарных активностей	определение типовых и уникальных видов деятельности; определение динамики активности во времени
Подсчет социальных групп, представленных в ОП	определение социальных групп на территории ОП и их социально-демографических характеристик
Анализ мобильности пользователей	анализ маршрутов перемещений; анализ видов перемещений; анализ мобильности во времени
Неформальные интервью с жителями/представителями кейса (не менее 3х)	анализ потребностей пользователей касательно ОП; анализ предпочтений пользователей относительно развития ОП;

	анализ потенциальных конфликтов пользователей по поводу пользования ОП; анализ локальных историй и легенд, связанных с ОП
Анализ среды по методу “12 критериев”	оценка безопасности, комфорта и удовольствия от пространства
Ментальное картирование	оценка воспринимаемого образа территории

Вопросы для самоконтроля:

1. Как лучше изучать общественное пространство социологически: с помощью одного метода или комплекса методов? Почему?
2. Назовите основные методы социологического исследования общественных пространств и обозначьте, для чего они нужны.

6. Социологическое наблюдение городской среды

Главный фокус наблюдения в городской среде - поведение людей в городском пространстве. Наблюдая, мы можем зафиксировать и понять, как люди взаимодействуют между собой в пространстве и с пространством, что и как они делают, как используют уличную инфраструктуру, как располагаются в пространстве.

При проведении наблюдения важно помнить о суточных и сезонных ритмах общественных пространств. Для адекватной оценки состояния общественного пространства в течение суток, недели и года необходимо проводить *сплошное суточное наблюдение, наблюдение в разные дни недели и наблюдение в различные сезоны года*. Сплошное суточное наблюдение - это полное наблюдение суток из жизни пространства без перерывов или с минимальными перерывами. Для фиксации недельного ритма необходимо охватить, по крайней мере, один типичный рабочий и один типичный выходной день, в качестве которых в контексте российских городов обычно принимаются четверг и суббота. Сезонные различия жизни пространства могут быть выявлены при проведении наблюдений в течение года в разные сезоны - весной, летом,

осенью и зимой. Сопоставление востребованности открытых общественных пространств в теплые и холодные сезоны актуально для Санкт-Петербурга и развития его публичной уличной жизни. В северном городе распространен стереотип о том, что уличная жизнь исчезает в октябре и возвращается в мае, и во многом так и есть, однако это может быть преодолено, как показывает опыт Копенгагена и других скандинавских городов.

Для интерпретации результатов наблюдения можно опираться на различные теоретические рамки, в том числе, разработанные урбанистами-классиками, которых мы рассмотрели выше. Здесь мы приведем ключевые свойства уличного общественного пространства, которые можно оценить с помощью наблюдения.

1. *Уровень уличной публичной культуры.* Если на улице наблюдается суточное использование уличного пространства, крупные скопления людей на улице, разнообразие активностей на улице и эффекты “тусовки” и пестрой уличной толпы, можно уверенно говорить о высоком уровне уличной публичной культуры. Чтобы понять, о чем речь, сравните уличную жизнь любого южноевропейского города и Санкт-Петербурга.

2. *Свобода и контроль над общественным пространством.* Если люди чувствуют себя свободно в уличном пространстве, сидят, где хотят - скамейках, ступенях, парапетах, уступах, ходят и лежат на траве, спокойно перемещаются по улицам, останавливаясь на маленькие разговоры со знакомыми, по-разному выглядят и не стесняются одежды и символов, по которым их можно отнести к различным религиозным, этническим и гендерным группам, такое пространство можно назвать свободным. Примером такого свободного города можно назвать Берлин. Наличие скованности в движениях, серости и монотонности во внешнем виде людей, засилие единообразных паттернов перемещения по улицам, устройства слежения и безопасности, контролирующие и оградительные знаки - признаки контролируемости уличного пространства. К сожалению, в силу привычки люди могут не замечать то, что пространство их сковывает.

3. *Приоритетные социальные группы.* По обустройству уличного пространства можно понять, кому город отдает приоритет - пешеходам или автомобилистам. Если в уличном пространстве отсутствуют барьеры для пешеходного потока, для него достаточно места, люди с комфортом перемещаются пешком по улицам от остановок общественного транспорта к пунктам назначения или просто прогуливаясь, если создана безбарьерная среда для маломобильных групп населения, то город стремится быть “городом для людей”, как многие скандинавские города. Если приоритет поставлен на широкие автотрассы и магистрали, перемещение по городу на автомобиле вместо пешеходных прогулок или перемещения на общественном транспорте, то город

является городом для машин, как в американских городах. Если же город не предоставляет ни пешеходной инфраструктуры, ни надежной автомобильной инфраструктуры, то город является городом для никого.

4. *Публичность и приватность уличного пространства.* Если открытое городское пространство четко разграничено и перегорожено заборами и отдельные территории можно четко отнести к какому-либо собственнику - будь то жилой комплекс, офисное здание или кафе, а оставшееся общее уличное пространство - узкое и скучное, то можно констатировать, что городское пространство приватизировано и присвоено отдельными акторами. По определению, общественное пространство - инклюзивно и не содержит порогов вхождения, поэтому его скудость отражает угасание социализирующих функций города.



Рисунок 2. Успешное общественное пространство, площадь Испании, Рим. Посетители используют пространство во множестве вариаций, в том числе, сидят на ступенях⁸.

Главным инструментарием наблюдения является *дневник наблюдения* и *гайд наблюдения*. Дневник наблюдения представляет собой систему записей, которые ведутся как дневник после каждого наблюдения. В дневнике регистрируется справочная информация о наблюдении - дата, время, продолжительность, место, записываются пронумерованные, сделанные в период

⁸ Фотография. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://opencityprojects.com/category/new-york/page/11/>

наблюдения карты и графики, а также фиксируются субъективные впечатления наблюдателя о наблюдении - эмоции за день, новые идеи о пространстве, услышанные обрывки разговоров или истории о месте.

Гайд наблюдения - это система вопросов и ориентиров наблюдения. Ключевыми вопросами наблюдения общественного пространства, которые можно превратить в гайд, являются: 1. Что наблюдаем? 2. Кого наблюдаем? 3. Где наблюдаем? 4. Когда наблюдаем? К ключевым вопросам в гайде можно записать вспомогательные вопросы, которые направляются вашей теоретической рамкой. Например, в Таблице 3 приведен ключевой вопрос “Что наблюдаем?”, который позволяет наблюдать важный элемент общественного пространства - социальные практики в нем, дополнен вспомогательными атрибутами (характеристиками) практик, которые фиксировать при наблюдении и которые основаны на концепции Я. Гейла (см. Рисунок 18).

Таблица 3. Ключевые и вспомогательные пункты гайда наблюдения.

Ключевой вопрос	Ключевой индикатор	Атрибут	Расшифровка атрибута
Что наблюдаем?	Практики	Социальные практики	Практики общения между посетителями пространства
		Опциональные практики (необязательные практики)	Практики длительного взаимодействия с пространством, разнообразные, но не обязательные (в отличие от транзита)
		Практики транзита (обязательные практики)	Практики использования пространства для быстрого перемещения из точки А в точку В

К вспомогательным инструментам наблюдения относят:

1. чеклист (с англ. checklist - проверочный список) наблюдений - схема (таблица), в которую заносятся данные наблюдений,
2. маршрутные листы - схемы перемещения по наблюдаемой территории,

3. карты участков - топографические схемы с подробным указанием инфраструктуры наблюдаемого участка, на который наносятся пометки о стационарных активностях и пользователях пространства,

4. графики подсчетов - график времени проведения подсчетов стационарных активностей, потоков пешеходов, заполнения дневника наблюдения.

Принципы наблюдения за общественным пространством таковы:

1. Отслеживать и фиксировать детали, которые могут помочь проанализировать социальные процессы. Пример: в этом парке многие бабушки сидят на скамейках по двое. Возможная интерпретация: бабушки любят сидеть по двое, или бабушки вынуждены сидеть по двое, однако хотели бы сидеть по трое, но длина скамейки не позволяет. Последнее можно проверить с помощью неформальных бесед и с помощью эксперимента (Рисунок 3).

2. Разделять объективное описание и субъективные ощущения. Пример объективного описания: “Количество бабушек на скамейках парка - 50 человек”, пример субъективных ощущений: “В парке много бабушек и нет молодежи”. Субъективные ощущения так же важны, как и объективные цифры, так как могут указать на латентные проблемы, которые не видно с помощью прямых подсчетов. Субъективные ощущения необходимо фиксировать в дневнике наблюдения.

3. Регистрировать визуальный ряд наблюдения. Делать фотографии, зарисовки, скетчи. При этом необходимо учитывать этические принципы: не подходить к людям слишком близко, не продолжать фотографировать, если вы видите, что на вас смотрят недоброжелательно.



Рисунок 3. Пожилые посетители общественного пространства⁹.

⁹ Фотография. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.liveinternet.ru/tags/геронтократия/>

В процессе наблюдения старайтесь обращать внимание на следы, аномалии и ритмы. Следы - это визуальные и материальные знаки, указывающие на социальные группы и виды деятельности в пространстве, которые непосредственно не наблюдаются. Например, граффити или тэги на стенах домов и других горизонтальных плоскостях свидетельствуют о наличии субкультурных группировок или творческих натур в городе. Иногда внешний вид не имеет эстетической ценности, но может выглядеть как протест против окружающего контекста и желание “раскрасить” город (Рисунок 4). Следями могут быть старинные вывески магазинов на фасадах старых зданий, которых там уже нет, проявления тактического урбанизма (например, ярнбомбинга) и даже объявления о проституции “Аня ХХХ-ХХХ” , которые в изобилии встречаются на стенах и тротуарах Петербурга.



Рисунок 4. Следы граффити, стрит-арта и текстовых посланий на стене домов и серых унылых гаражах, Петроградская сторона, Санкт-Петербург. Источник: из личного архива автора.

Странности и аномалии - знаки, которые говорят о нестандартном (нетипичном) использовании и преобразовании пространства или его элементов. Ярким примером аномалии в городской среде является так называемый жэк-арт - самодельные объекты рук жителей и представителей ЖКХ, которые, по замыслу

их авторов, делают территорию более красивой и наполненной смыслом (рисунки 5 и 6). Зачастую данные “произведения искусства” выглядят странно. Но именно эта “странность” может подсказать, что в этом дворе или на этой улице живет заинтересованный и неравнодушный “народный творец”, который старается улучшить территорию. У него (или у нее) получается не очень качественный результат, но, если его усилия направить в конструктивное русло, например, научить его делать простые хендмейд дизайны уличной мебели и уличной скульптуры или включить его в команду профессиональных дизайнеров и столяров, может получиться неплохо. К подобным странностям также можно отнести непонятные с точки зрения функционального назначения конструкции, которые явно сделаны руками местных жителей или пользователей территории, или даже местные топонимы и истории. Узнавая подробнее о назначении тех или иных конструкций или о смысле топонимов и местных легенд, исследователь может лучше узнать как самих пользователей и их потребности, так и сценарии использования территории.



Рисунок 5. “ЖЭК-арт”- жутковатые фигуры сказочных героев на детской площадке¹⁰.

¹⁰ Фотография. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://m.pikabu.ru/profile/Yphaarep>



Рисунок 6. Самодельное благоустройство двора¹¹.

Ритмы - это повторяющиеся события в динамике города, которые можно объяснить с помощью определенной логики процессов, происходящих в пространстве и времени. Понятие “ритма” применительно к изучению городской повседневности ввел и популяризировал Анри Лефевр, французский философ и социальный мыслитель, автор не менее известного термина “социальное производство пространства”. Взаимодействие между повторяющимися и разнообразными ритмами оживляет улицу и жилой квартал¹². Он же предложил метод “ритманализа” для изучения ритмов городского пространства. Этот метод фокусируется на описании суточной динамики выбранной для изучения территории: что происходит на ней с раннего утра и до позднего вечера, а также в ночной период, какова динамика перемещений людей и машин, изменений в видах деятельности, вибраций звука и шума, смены цвета и света, перемены в эмоциональном состоянии среды. Для того, чтобы наблюдать ритмы, ритманалитик должен опираться на ощущения ритмов в собственном теле. Ритманалитик может наблюдать суточные ритма города из окна, как делал Лефевр в Париже.

Подробные примеры длительных наблюдений за общественными пространствами мы можем найти в книге американского антрополога Сеты Лоу “Пласа. Политика общественного пространства и культуры”¹³. На протяжении более десяти лет Сета Лоу изучала площади города Сан-Хосе на Коста-Рике -

¹¹ Сообщество “ЖЭК Арт” ВКонтакте. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vk.com/ktossa>

¹² Lefebvre H. Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life. London: Continuum, 2004. - P. 30.

¹³ Лоу, Сета М. Пласа. Политика общественного пространства и культуры / Пер. с англ. Плискина Ю. - Москва: Strelka Press, 2016. - 352 с.

исторической площади Парк Централь (Parque Central) и новой площади Пласа де ла Культура (Plaza de la Cultura).



Рисунок 7. Ритмы города¹⁴.

Подоснова для наблюдений

Подоснова для наблюдения представляет собой детальную карту в границах общественного пространства или его выбранного участка, на которую наносится. На рисунке 8 представлен пример подосновы для наблюдения Пласа де ла Культура из исследования С. Лоу “Пласа”. На подоснове необходимо отметить:

1. детали общественного пространства: дорожно-тропиночная сеть, заведения, малые архитектурные формы (МАФ), уличная мебель, урны, парковки, лестницы, перепады, ограждения, перила, поребрики, элементы озеленения и благоустройства, другие объекты;

2. объекты, непосредственно примыкающие к общественному пространству: остановки общественного транспорта, заведения и учреждения и их входы и выходы, улично-дорожная сеть.

Четкая подоснова важна для того, чтобы детально зафиксировать, как люди используют пространство и его элементы.

Для последующей обработки данных наблюдения подоснова должна быть составлена как слой в QGIS с использованием полигонов (для указания элементов, имеющих площадь, например, зеленых насаждений), значков (для указания точечных элементов, например, скамейки, урны) и их атрибутов.

¹⁴ Ритмы города, фотография. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.spottedbylocals.com/blog/city-people-walk-faster/>

Система атрибутов должна быть разработана в соответствии с гипотезами исследования, к примеру, можно зафиксировать состояние инфраструктуры (самодельная / массового производства, ухоженная / сломанная, с интересным дизайном / со стандартным дизайном), в случае если исследователи стремятся проследить взаимосвязь между качеством благоустройства в общественном пространстве и практиками, которые в нем происходят.

Правила районирования участка для наблюдения

1. Участок должен быть обозрим полностью, или его должно быть легко обойти за пять минут, ничто не должно препятствовать обзору. Если участок больше, разбейте его на зоны (как показано на рисунке 9).

2. Легко зафиксировать все, что происходит на участке в данный момент в данное время (особенно важно для фиксации стационарных активностей и маршрутов мобильности).

3. Для исследования вы можете выбрать самые интересные участки в вашем кейсе: самые активные, наполненные жизнью, стационарными активностями. Такой выбор вы можете осуществить по результатам пилотного визита.

Наблюдение - комплексная процедура, которая требует совмещения многих методов: подсчета пешеходов, фиксации стационарных активностей, бесед с пользователями пространства и заполнения дневника наблюдения (о некоторых будет подробнее рассказано ниже).

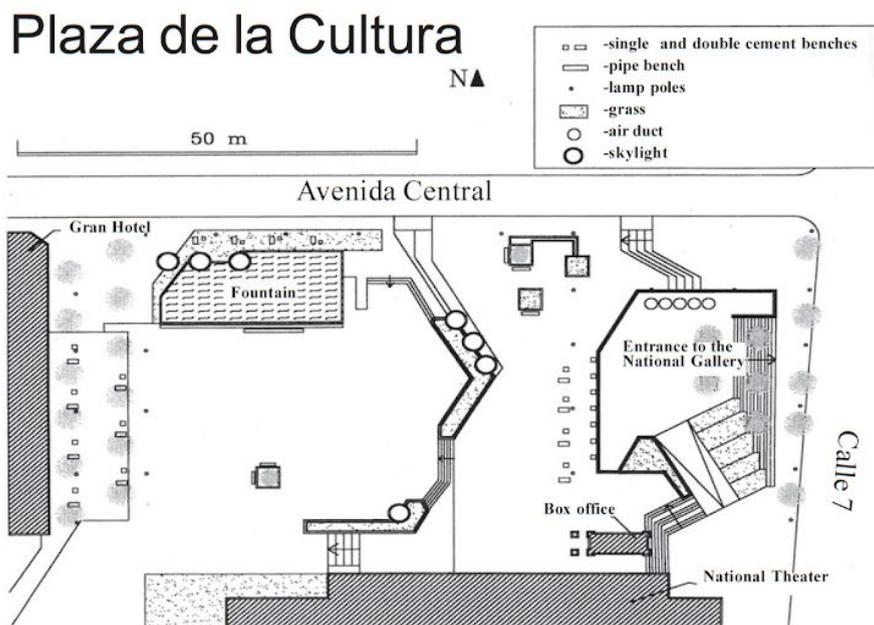


Рисунок 8. Подоснова для наблюдений Пласа де ла Кальтура¹⁵.

¹⁵ Low, S. M. (2000). Cultura in the modern city: the microgeographies of gender, class, and generation in the costa rican plaza. Horizontes Antropológicos, 6(13), 31–64. - P. 51.



Рисунок 9. Пример разделения участка наблюдения на зоны (набережная реки Карповка, Санкт-Петербург). Из личного архива автора.

Во время проведения поля рекомендуется формировать график применения различных методов, чтобы системно собрать данные. Примерный график наблюдения представлен в Таблице 3.

Таблица 3. Пример графика наблюдения и сопутствующих методов анализа

Подсчет пешеходов	Место подсчета 1	Время 8.20 – 8.30
Подсчет пешеходов	Место подсчета 2	Время 8.40 – 8.50
Подсчет пешеходов	Место подсчета 1	Время 9.00 – 9.10
Подсчет пешеходов	Место подсчета 2	Время 9.20 – 9.30
Заполнение карты стационарных активностей		Время 10.00 – 10.30
Подсчет пешеходов	Место подсчета 1	Время 11:00 – 11.10
Подсчет пешеходов	Место подсчета 2	Время 11.20 – 11.30
Заполнение карты стационарных активностей		Время 12.00 – 12.30
ПЕРЕРЫВ 12:30 – 13.50 Беседы с посетителями ОП, заполнение дневника наблюдения		
Подсчет пешеходов	Место подсчета 1	Время 14:00 – 14.10

Подсчет пешеходов	Место подсчета 2	Время 14.20 – 14.30
Заполнение карты стационарных активностей		Время 15.00 – 15.30
ПЕРЕРЫВ 15.30 – 18.00 Беседы с посетителями ОП, заполнение дневника наблюдения		
Подсчет пешеходов	Место подсчета 1	Время 18:00 – 18.10
Подсчет пешеходов	Место подсчета 2	Время 18.20 – 18.30
Заполнение карты стационарных активностей		Время 19.00 – 19.30
Подсчет пешеходов	Место подсчета 1	Время 20:00 – 20.10
Подсчет пешеходов	Место подсчета 2	Время 20.20 – 20.30
Заполнение карты стационарных активностей		Время 21.00 – 21.30

Пример таблицы с примером графика наблюдения доступен для скачивания по ссылке <https://goo.gl/4bnTph>.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите виды социологического наблюдения по его длительности.
2. Какие ключевые свойства общественного пространства можно оценить с помощью социологического наблюдения?
3. Назовите основные инструменты наблюдения и их назначение.
4. Приведите примеры ключевых и вспомогательных пунктов гайда наблюдения.
5. Опишите основных принципы наблюдения.
6. Что такое “подоснова для наблюдений”? Что обязательно должно быть отмечено на ней?
7. Опишите понятия “аномалии” и “ритмы” общественного пространства, которые можно изучать в процессе социологического наблюдения.
8. Назовите основные правила выделения участков для наблюдения.

6.1. Подсчет стационарных активностей

Стационарные активности - это те, которые происходят в общественном пространстве некое продолжительное время, чем, собственно, они и отличаются от практик транзита. Кроме того, стационарные активности могут повторяться и воспроизводиться в пространстве: люди приходят в парк, чтобы посидеть на скамейках, покормить птиц, погулять по песчаным дорожкам, выгулять собаку.

При анализе стационарных активностей следует в процессе наблюдения деятельности людей в городской среде отвечать на вопросы: Что делает человек в среде? Как он взаимодействует с ней? Чем больше видов деятельности в пространстве, тем выше качество пространства, так как выше разнообразие групп и того, что они могут делать в пространстве. Стационарные активности включают:

1. типичные виды деятельности, которые происходят в общественном пространстве,
2. уникальные виды деятельности, которые происходят в общественном пространстве,
3. активности, отличные от транзита.



Рисунок 10. Уникальные стационарные активности у фонтана на день ВДВ в Санкт-Петербурге¹⁶.

Я. Гейл утверждает, что в общественном пространстве могут проистекать три типа практик: а) обязательные, например, практики транзита из точки А в точку В, б) необязательные практики (*optional practices*), то есть всевозможные виды стационарных активностей - от сидения на ступенях до кормления голубей, и в) социальные практики - практики общения и взаимодействия между людьми (Рисунок 11).

¹⁶ Фотография. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://relrus.ru/200506-na-den-vdv-peterburgskaya-desantura-ostalas-bez-fontanov.html>

РАЗНООБРАЗИЕ ПРАКТИК В ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВАХ



ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ
ПРАКТИКИ

НЕОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ
ПРАКТИКИ

СОЦИАЛЬНЫЕ
ПРАКТИКИ

Рисунок 11. Типы практик в общественном городском пространстве¹⁷.

Для успешного функционирования городского пространства необходимо, чтобы доля необязательных и социальных практик была больше, чем обязательных практик, причем доля опциональных практик должна быть самой высокой (Рисунок 12).

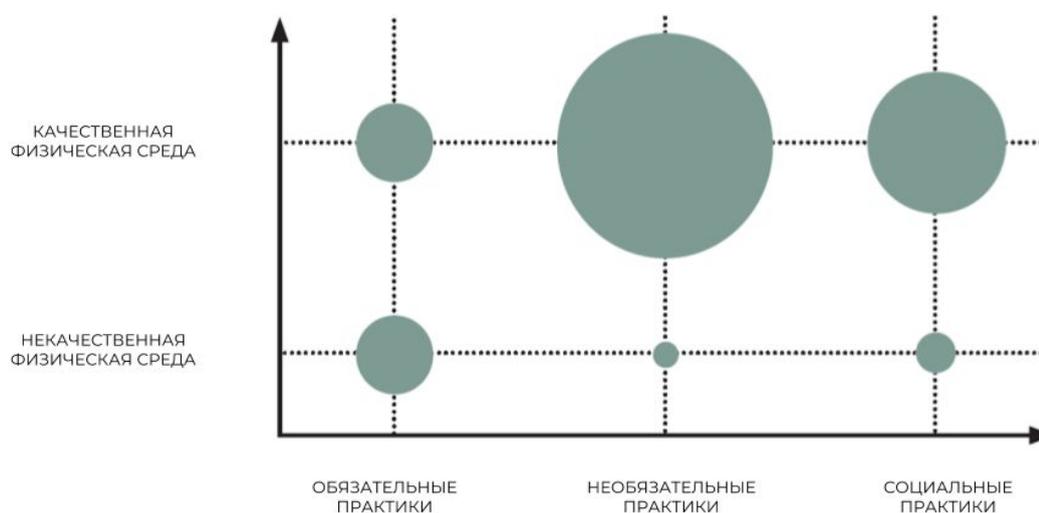


Рисунок 12. Конфигурация типов практик в качественной и некачественной городской среде¹⁸.

¹⁷ Гейл, Я. Города для людей / Ян Гейл; Изд. на русском языке — Концерн «КРОСТ», пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 276 с. - С. 18.

¹⁸ Ibid. С. 21.

Сета Лоу называет карты фиксации стационарных активностей картами поведения (behavioral maps) (Рисунок 13). На карте указаны дата и время наблюдения, место наблюдения и масштаб. На карте Лоу отмечает текстом социальные группы, которые она наблюдает в это время. В названии отражены особенности поведения или практики: “комик и его публика (200 человек)” и “студенты, которые готовятся к параду” по центру площади, “любовные парочки” расположились вдоль нижнего края площади возле тумб, “подростки, которых поймала полиция за распитием напитков” сидели сбоку на ступенях. Карта дает представление о том, какие группы находятся на площади, что они делают и где. У каждой группы на площади есть свое место, которое можно описать через характеристики приватности / публичности, интимности / коллективности, легитимности / нелегальности и т. п. Кое-где Лоу обвела название группы овалом, чтобы обозначить примерное место коллективного действия.

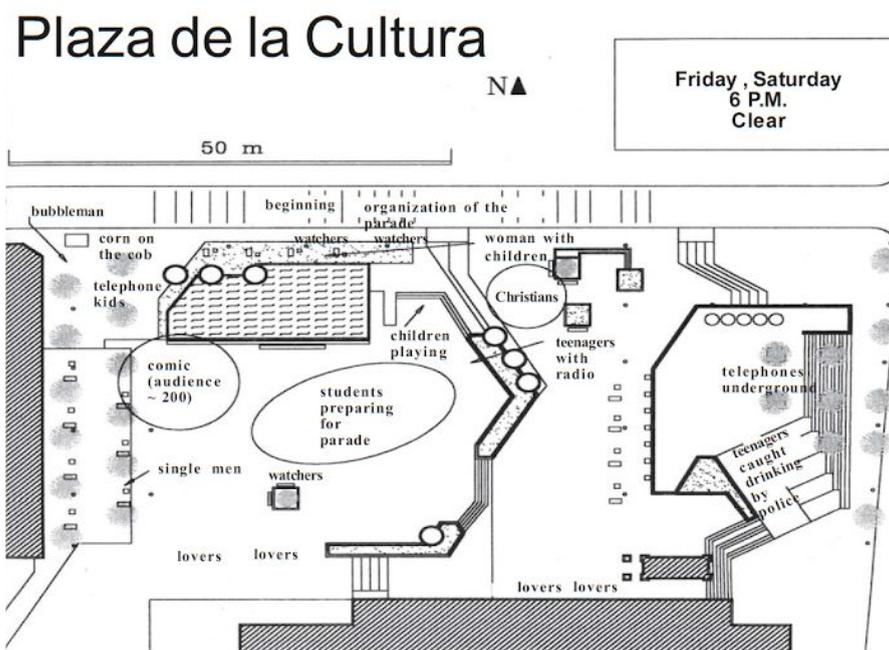
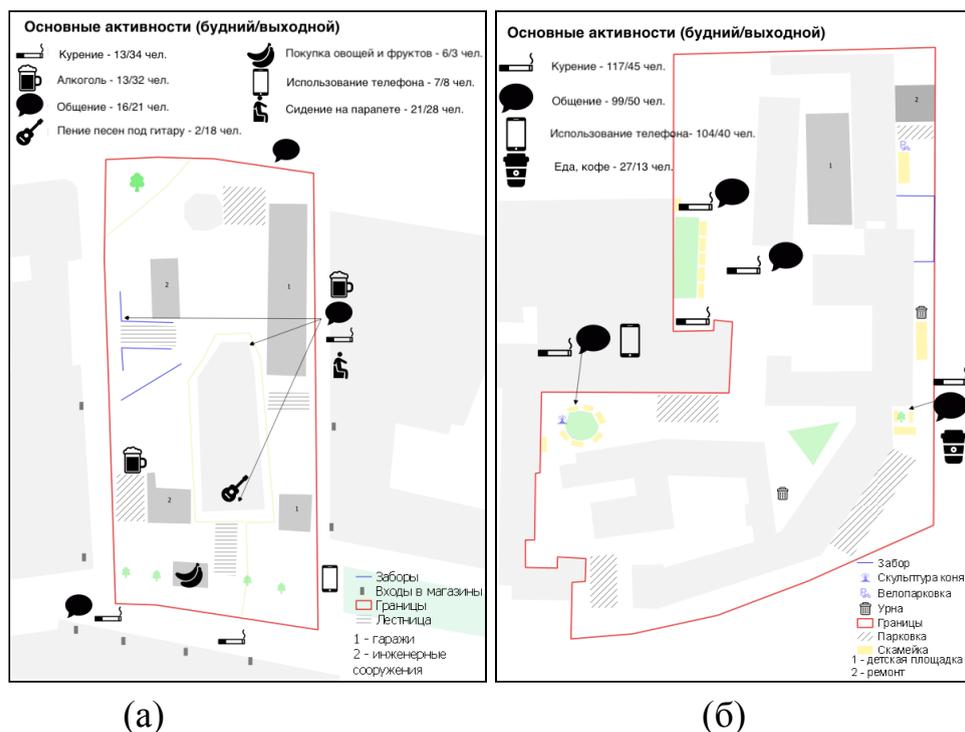


Рисунок 13. Пример карты поведения в исследовании С. Лоу “Пласа”¹⁹.

¹⁹ Low, S. M. (2000). Cultura in the modern city: the microgeographies of gender, class, and generation in the costa rican plaza. Horizontes Antropológicos, 6(13), 31–64. - P. 64.



Стационарные активности в общественных пространствах Санкт-Петербурга, июнь 2018 года: а) сквере Цоя, б) Ленполиграфмаш. Из личного архива автора.

Кодировка стационарных активностей

Для быстрой фиксации стационарных активностей во время полевого наблюдения важно быстро записывать происходящее. Для этого до начала наблюдений во время пилотного визита на территорию общественного пространства и во время кабинетного исследования необходимо придумать систему кодировки стационарных активностей. Кодировка стационарных активностей может осуществляться по их видам: основные и дополнительные активности, а также по социально-демографическим характеристикам людей, которые их осуществляют (Таблицы 4 и 5). Пример кодировочного листа доступен для скачивания по ссылке: <https://goo.gl/LojqsZ>.

Таблица 4. Пример кодировки стационарных активностей

Код	Основная активность	Код	Дополнительная активность
А	Стоит	1	Выпивает
В	Сидит	2	Гуляет с собакой
С	Сидит в непредназначенн	3	Играет

	ом для этого месте		
D	Двигается	4	Занимается спортом
E	Другое	5	Катается на велосипеде, роликах, скейте, самокате
		6	Фотографирует(ся)

Таблица 5. Пример кодировки социально-демографических групп

возраст	группа	пол	код
0-5	малыши	(М/Ж)	I
5-10	дети	(М/Ж)	II
10-17	подростки	(М/Ж)	III
17-35	молодежь	(М/Ж)	IV
35-50	взрослое население среднего возраста	(М/Ж)	V
50+	взрослое население старшего возраста	(М/Ж)	VI

Пример итоговой кодировки на карте стационарных активностей будет выглядеть так: **M V A1** (M- Мужчина, V- 30-50 лет, A- стоит, 1 – выпивает).

Обработка данных о подсчете стационарных активностей может осуществляться вручную, однако эффективнее сделать ее в программе работы с геоданными QGIS. В качестве подложки можно выбрать карту города с базовой инфраструктурой - УДС, зеленые насаждения, учреждения и организации (например, с такой функцией хорошо справляется подложка Open Street Map, которую можно автоматически задать в проекте QGIS). Один человек заносится как одна точка. В QGIS каждой точке присваиваются атрибуты - социально-демографические данные и данные о стационарной активности. На каждый временной отрезок подсчета стационарных активностей делается отдельный слой в QGIS. Внутри слоя объединяются все участки изучаемого территориального объекта.

Визуальный анализ фиксации стационарных активностей можно представлять в виде диаграмм и графиков (рисунки 14 и 15). В ходе анализа сопоставляются доминирующие и дефицитные активности внутри изучаемого пространства, а также между пространствами одного района, рассматривается индекс разнообразия активностей, рассчитывается сменяемость активностей.

СНИМОК ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ

Стационарные активности
доминирующие

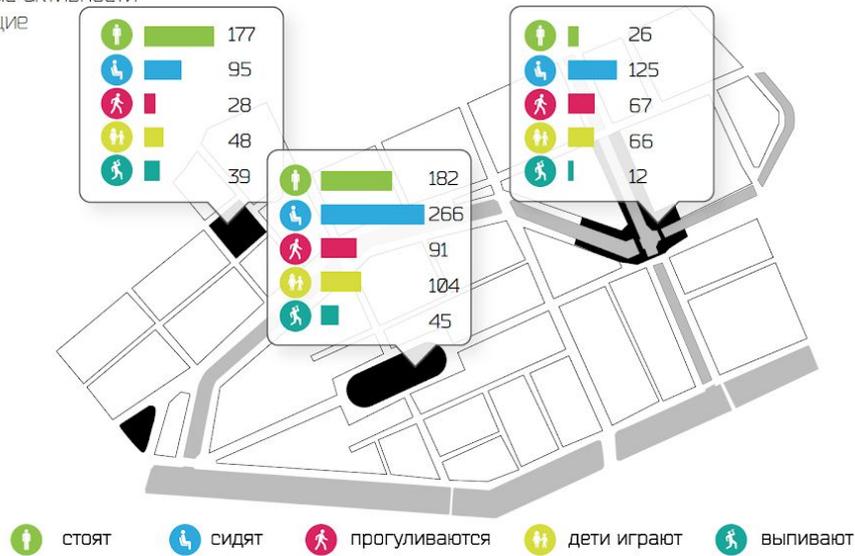
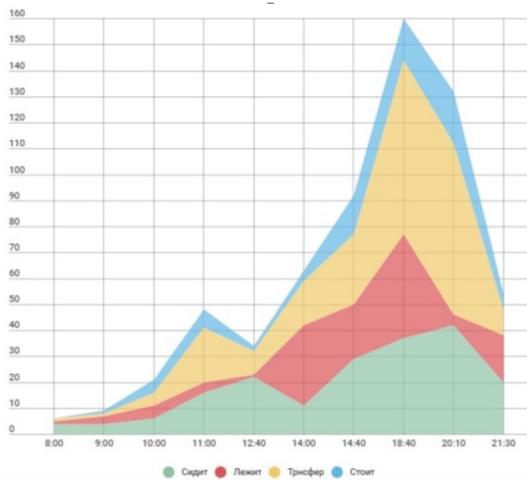
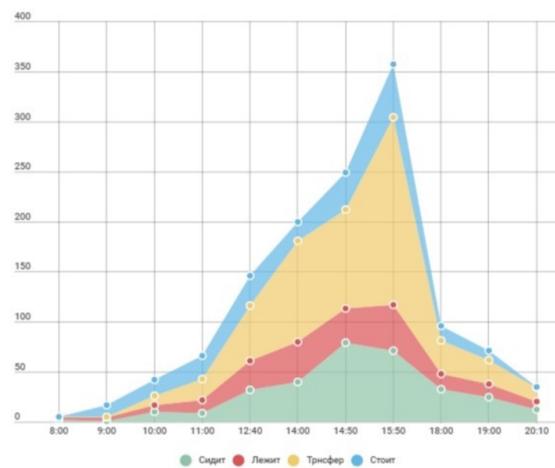


Рисунок 14. Результат подсчета доминирующих стационарных активностей на площадях района Коломна, Санкт-Петербург, за сутки. Источник: архив проекта SAGA и личный архив автора.



(а)



(б)

Рисунок 15. Подсчет стационарных активностей на Деревянной набережной (Крестовский остров) в будний и выходной дни: а) будний день, среда, 30.05.2018, б) выходной день, воскресенье, 03.06.2018 (пример студенческой работы Института дизайна и урбанистики Университета ИТМО).

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое “стационарные активности”? Приведите примеры.
2. Какие виды стационарных активностей бывают?
3. Приведите примеры “обязательных практик”, “необязательных практик” и “социальных практик” в общественном пространстве. Каково оптимальное соотношение этих видов практик в общественном пространстве?
4. Для чего нужна кодировка стационарных активностей?
5. Какие выводы можно сделать на основании подсчета стационарных активностей?

6.2. Подсчет социальных групп

Данная методика в рамках наблюдения позволяет ответить на вопрос о том, какие группы есть на данной территории в конкретное время и в конкретном месте.

Для подсчета социальных групп используется информация о поле и возрасте, которые определяются в процессе анализа стационарных активностей (рисунок 15). Кроме пола и возраста, в ходе фиксации активностей можно закодировать иные параметры, например, “этничность”, “субкультура”, “особые потребности” и другие социальные параметры, которые важны для исследования.

Table 1. *Parque Central* Sunday, August 3, 1986

AGE	0-12	10-19	20-39	40-59	60-79+	TOTALS
Gender	_____	_____	_____	_____	_____	_____
8:00 am	2 4	5 16	14 8	35 7	15 7	71 35
10:00 am	18 24	7 19	36 50	149 32	92 7	302 132
12:00 am	4 10	8 18	23 17	37 4	25 1	97 50
2:00 pm	14 9	27 42	49 30	49 19	7 4	146 104
4:00 pm	24 27	27 28	165 69	70 31	20 1	306 156
6:00 pm	5 12	4 12	36 34	46 15	13 0	104 73
Totals						1026 557

Рисунок 15. Подсчет возрастных групп в исследовании С. Лоу “Пласа”²⁰.

²⁰ Low, S. M. (2000). *Cultura in the modern city: the microgeographies of gender, class, and generation in the costa rican plaza*. *Horizontes Antropológicos*, 6(13), 31–64. - P. 35.

Для удобной обработки и визуализации данных о социальных группах необходимо сформировать таблицы в Excel с указанием всех наблюдаемых атрибутов и данных о наблюдении. По каждому из атрибутов можно создавать фильтры. В отдельные ячейки можно заложить список альтернатив для удобного выбора, например, время наблюдения, которое задано временными интервалами в соответствии с графиком исследования.

Таблица 6. Пример базы данных в Excel о социальных группах наблюдаемого пространства

Пол	Возраст	Этни- чность	Субкуль- тура	Дата	Время наблю- дения	Учас- ток	Зона	Район
М	30-50	русский	футболь- ный фанат	19.07.18	20-20.30	А	Стадион “Зенит Арена”	Петро- градский

По результатам подсчета социальных групп можно составить социальный профиль изучаемой территории и выделить основные и дополнительные целевые аудитории, рассчитать их количественную представленность, определить степень инклюзивности (социальной толерантности, разнообразия социальных групп) или эксклюзивности пространства (доминирование единичных групп), уровень сегрегации общественного пространства (разделение пространства между отдельными группами).

Вопросы для самоконтроля:

1. Для чего используется метод подсчета социальных групп в анализе качества общественных пространств?
2. Какие социальные параметры можно использовать при подсчете социальных групп?
3. Какие выводы можно сделать на основании подсчета социальных групп.

6.3. Анализ социальных потоков

Еще одним разделом социологического наблюдения является анализ характера распределения социальных потоков по изучаемой территории. Анализ направлений, социальных характеристик мобильности отражает транзитные свойства территории, закономерности в перемещении по территории различных

социальных групп, наличие на территории точек притяжения и характер распределения функциональных зон.

С точки зрения проектировщиков, анализ мобильности позволяет оценить корректность дизайна пешеходных путей - дорожек, тропинок - на территории. Проявление “козых тропок” - путей пешеходов в обход официального тротуара или иного покрытия - свидетельствует о том, что при проектировании дорожек не были учтены потребности людей и особенности их поведения на территории. Например, на рисунке 16 изображена протоптанная пешеходами тропинка поперек (!) официального тротуара в новом парке Зарядье в г. Москва, которая говорит о том, что направления передвижений были рассчитаны в корне неверно.



Рисунок 16. Перемещения посетителей парка “Зарядье”, Москва²¹.

С точки зрения социологов и антропологов города, в характере мобильности по общественным пространствам можно проследить динамику повседневных активностей на территории и ритм ее жизни посредством анализа интенсивности потоков и их динамики во времени в течение суточного, недельного, сезонного циклов; социальную структуру пространства мобильности через анализ социальных характеристик потоков (напр., гендерное или возрастное распределение). В качестве яркого примера последнего фокуса можно привести гендерное распределение потоков на знакомой нам уже Парк Сентраль в Сан-Хосе на Коста Рике, который исследовала Сета Лоу в течение многих лет. Она обнаружила, что в парке при прогулках в разное время суток

²¹Фотография. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://pashalena.livejournal.com/147184.html>

воспроизводится разделение потоков на женский и мужской. Причиной этому является жесткая регламентация женского и мужского пространств, которые являются традиционными в этой латиноамериканской стране.

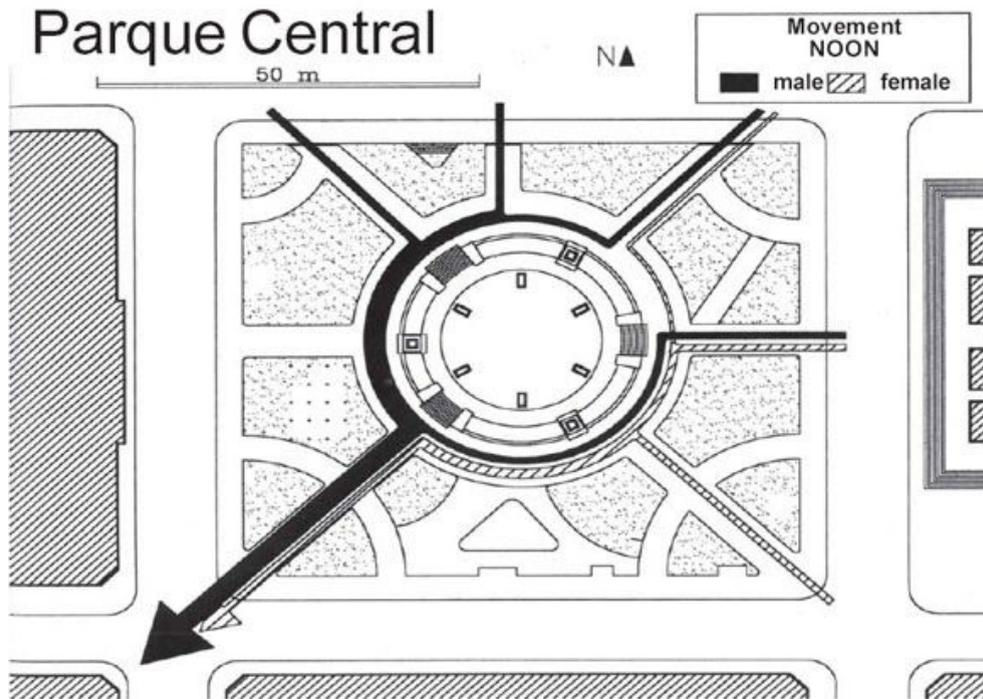


Рисунок 17. Карта перемещений мужчин и женщин в Парке Централь в полдень²².

На рисунках 17 и 18 видны направления потоков перемещений мужчин и женщин, их локализация. К примеру, мужчины перемещаются по центру круга парка, тогда как женщины по внешнему кольцу круга, поток мужчин гораздо интенсивнее, чем поток женщин. Входы и выходы из парка, которыми пользуются женщины, отличаются от тех, которыми пользуются мужчины (женские потоки больше представлены в нижнем правом треугольнике парка, мужские - в верхнем левом). При сравнении карт мобильности в одном и том же парке в разное время суток заметны различия в полуденных и вечерних перемещениях. Потоки мужчин и женщин рассредотачиваются, проявляется паттерн прогулки, а не монотонного транзита (особенно у женщин - они выбирают больше тропинок для перемещения). Что-то остается неизменным - выбор женщинами путей перемещения, альтернативных мужским, и локализация женщин в левом нижнем треугольнике парка.

²² Low, S. M. (2000). Cultura in the modern city: the microgeographies of gender, class, and generation in the costa rican plaza. *Horizontes Antropológicos*, 6(13), 31–64. - P. 53.

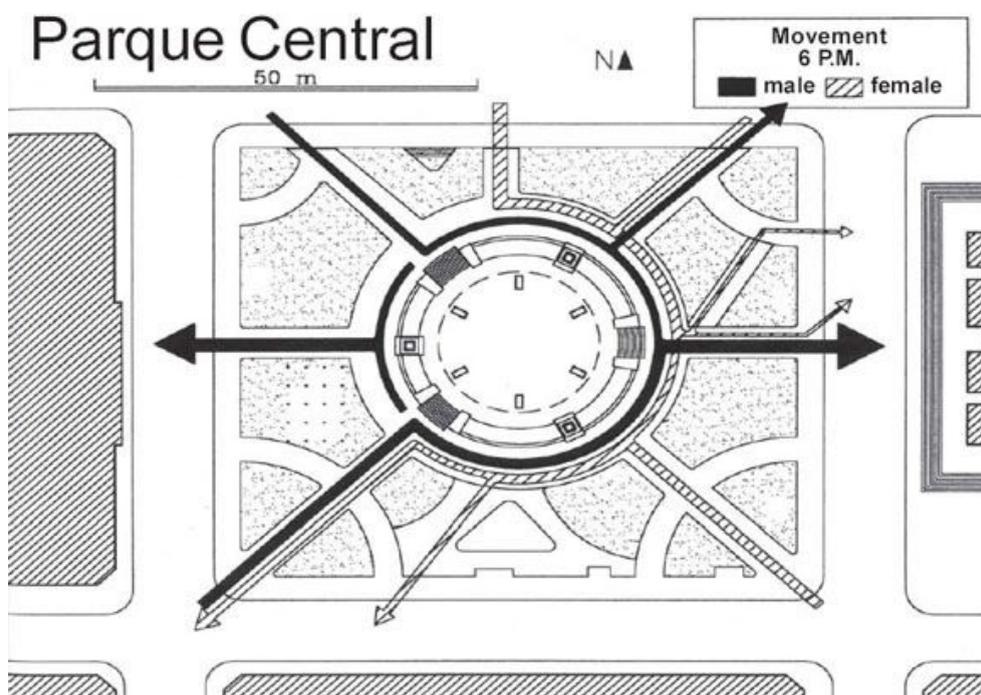


Рисунок 18. Карта перемещений мужчин и женщин в Парке Сентраль в 18.00²³.

Анализ мобильности пешеходов может производиться в ручном режиме в процессе проведения полевых исследований. При интенсивных потоках рекомендуется использовать специальный счетчик, на котором с помощью нажатия специальной кнопки меняется цифра зафиксированных пешеходов. Есть и альтернативный путь - это автоматизированная симуляция потоков пешеходов в специальных программах, таких как AntRoadPlanner²⁴. Использование данной программы в любом случае требует детального понимания исследуемого пространства и его контекста, а также данных подсчета пешеходов для валидации результатов симуляции.

Процедура анализа мобильности посетителей

1. Выбрать на территории точки подсчета потока пешеходов, которые соответствуют структуре основных наблюдаемых потоков (или транзитов). Точка подсчета должна быть просматриваема (ничто не должно заслонять обзор).

2. Для упрощения подсчета можно мысленно провести линию поперек улицы/дорожки/тропинки, по которой двигаются пешеходы, и считать, сколько пешеходов пересекает черту.

3. Для фиксации результатов непосредственно после подсчета необходимо иметь при себе карту участка, где нанесены точки проведения подсчетов,

²³ Low, S. M. (2000). Cultura in the modern city: the microgeographies of gender, class, and generation in the costa rican plaza. Horizontes Antropológicos, 6(13), 31–64. - P. 54.

²⁴ Смирнов Е. В., Гуревич М. А., Кудинов С. А., Пешеходные дорожные сети: типичные ошибки проектирования и методы их решения. – СПб: Университет ИТМО, 2019. – 58 с.

основные направления потоков. На карте можно записывать результаты замеров, социальные характеристики пешеходов (например, одинокие/компаниями, мужчины/женщины, разные возрастные группы), направление потока (если он меняет характер).

3. Если поток интенсивный, то считайте движение людей в разные стороны по двое. Для подсчета интенсивного потока используйте счетчик.

4. Подсчет пешеходов необходимо встроить в общий график полевых работ (см. Таблицу 3) в соответствии с графиком. Замеры в каждой точке необходимо осуществлять не менее одного раза в течение 10 минут каждый час наблюдения.

5. Данные подсчетов занести в таблицу Excel с указанием места и периода наблюдения. Расчет потока за час (чел/час) осуществляется умножением количества пешеходов в обе стороны, полученное за 10 минут, на 6 (для получения итога за 60 минут). Данные за каждый период наблюдения можно представить как слой в QGIS для дальнейшего картографического анализа.

6. Для анализа результатов можно сопоставлять значения потоков на разных маршрутах в определенный час суток, сопоставлять суммарные значения потоков за сутки (или больший период). Кроме того, интересно сопоставлять социальные характеристики потоков.

Результаты подсчета можно представлять в виде графиков. Кроме того, для визуального отображения также можно составить карту с отображением динамики потока за каждый час наблюдения в точке подсчета и с указанием дня наблюдения (рисунок 19).



Рисунок 19. Результат подсчета потока пешеходов на площадях района Коломна, Санкт-Петербург, чел/час. Источник: архив проекта SAGA и личный архив автора.

Вопросы для самоконтроля:

1. Для чего используется метод подсчета социальных потоков в анализе качества общественных пространств?
2. Какие социальные параметры можно использовать при анализа характера социальных потоков на территории?
3. Каким образом можно визуализировать результаты подсчета социальных потоков?

7. Полуструктурированные интервью с пользователями территории

Полуструктурированные короткие интервью на улице с жителями и посетителями общественный пространств являются ключевым методом при установлении первичного контакта с социальными акторами изучаемого общественного пространства. По-другому этот метод можно обозначить как “беседа” - достаточно неформальный, тематически сфокусированный и информативный для исследователя диалог с конечным пользователем, в котором исследователь рассказывает о своих мотивах и “истории” (легенде), а не только задает вопросы. Цель беседы – выяснить субъективное восприятие человеком пространства, которое является объектом исследования: положительные черты и проблемы пространства, привычные и любимые виды деятельности в пространстве, характер взаимодействия между пользователями пространства и подобные вопросы. Неформальная беседа длится недолго, от 5 до 15 минут, хотя может занять и дольше, если вам посчастливилось встретиться с говорливым информантом. Говорливость может быть проблемой: информант может рассказывать о своей жизни, однако мало отвечать на нужные вопросы, или “ходить по кругу”. Особенно это свойственно одиноким людям, в том числе, старшему поколению, или людям, которым нечего делать, например, местным безработным алкоголикам. В таком случае нужно постараться вежливо, но твердо закончить беседу под предлогом того, что вам нужно уходить, чтобы встретиться с командой, поговорить с другими людьми и т.п.

Для проведения неформальных бесед составляется базовый гайд беседы. Гайд беседы не является строгой последовательностью вопросов (как, например, в опросе); скорее, это набор тем, на которые Вы хотите поговорить с местными жителями или посетителями пространства. Вопросы гайда неформальной беседы с местными жителями могут быть такими:

1. Давно ли Вы живете в этом районе?
2. Часто ли Вы ходите в этот парк?

3. Как Вы обычно проводите свое свободное время в парке? Ездите ли Вы в другие парки? Куда и почему?

4. Кто ходит в этот парк? Что они здесь делают? Хватает ли здесь всем места?

5. Что Вам нравится в этом парке?

6. Что Вам не нравится в этом парке? Чего не хватает в парке?

8. Какие проблемы парка надо решить в первую очередь? Кто должен их решать?

9. Можете ли Вы сами решить какие-либо из этих проблем? (совместно с другими жителями?)

Отличие беседы от опроса по анкете и даже от интервью - в ее максимально неформальном характере. Для того, чтобы войти в доверие к местным жителям, необходимо стать своим или, по крайней мере, не напугать жителей формализмом или поверхностностью. Разговаривая с вами, человек инвестирует ограниченный ресурс - время, поэтому разговор должен быть простым и иметь мотив, понятный для собеседника. Для этого необходима легенда - (полу)вымышленная история о себе и о цели проведения исследования, которая вызовет интерес и доверие у опрашиваемых. Варианты легенды, которые зарекомендовали себя в исследованиях городской среды, приведены ниже.

Таблица 7. Легенда интервьюера для социологической беседы в общественном пространстве

Название легенды	Описание	Мотивация для собеседника
“Бедный студент”	“Я студент/ка и мне нужно написать работу про это место. Расскажите, что тут происходит, что вы об этом месте думаете”	“Нужно помочь бедному студенту учиться, сегодня учиться тяжело, может, вырастет профессионалом, а ведь за молодежью будущее”
“Новичок”	“Я недавно переехал(а) и хочу узнать, куда здесь можно сходить за хлебом / погулять / какие люди тут живут”	“Нужно помочь новенькому, а то потеряется, запутается, время потратит”
“Свой в доску”	“Я сам собачник / мама маленького ребенка / другая	“Нужно помочь такому же, как и я, наши ряды растут”

	роль. Как и где можно гулять с собакой / безопасно гулять с ребенком?”	
“Активист”	“Я активный гражданин и хочу поменять это место к лучшему, привлечь муниципалов, поэтому собираю мнения горожан. Что тут нужно сделать? Что тут нужно поменять?”	“Может, этот что-то изменит, вишь, какой активный и вроде не дурак с виду”

Неформальная беседа может организована как часть более широкого события, например, соседского чаепития или соседского праздника (Рисунок 20). Смысл подобной практики в том, что исследователи не просто “берут” информацию, а сначала “отдают” что-то пространству и людям в нем - создают приятную обстановку, в которой соседи могут получить положительные эмоции и угощение, развлечься или с пользой провести время. Такой подход помогает сформировать ситуацию взаимовыгодного обмена: исследователи инвестируют время, таланты и деньги, жители делятся информацией о районе.



Рисунок 20. Непринужденная беседа за чаем в формате соседского чаепития²⁵.

²⁵ Фотография. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://kudago.com/msk/event/prazdnik-maslenica-v-olimpijskoj-derevne/>

Выборка неформальных бесед может быть небольшой - от десятка до нескольких десятков единиц. Метод неформальных бесед не тождественен количественному опросу, поэтому нет необходимости проводить 100 интервью. Главный критерий для формирования выборки - полнота представленности социальных групп, которые наблюдаются на территории. С каждой группой необходимо провести минимум по 3 беседы для обеспечения минимального разнообразия субъективных оценок.

Рекомендации по проведению неформальных бесед

1. Не стремитесь в обязательном порядке задать все вопросы гайда – это не опрос по анкете. Ваша задача - понять, как люди используют изучаемое пространство. Постарайтесь в беседе получить ответы на интересующие вас темы, отталкиваясь от той информации, которую сообщает вам человек.

2. Не подсказывайте информанту. Вас должно интересовать ЕГО (ЕЕ) мнение (а не наше собственное)! Следите за повествованием респондента, направляйте по теме, но не навязывайте своего видения. В отчете используйте те термины, который использует информант (к примеру, если информант про приезжих говорит «черные», так и пишите, не исправляйте на «мигранты»).

3. Говорите на языке информанта. Старайтесь избегать сложных формулировок, специализированных терминов, используйте простые слова и понятия. Не переборщите: если информант использует обценную лексику, это не означает, что вам ее также нужно использовать. Не используйте жаргонизмы, если не уверены в значении слов, так как это может вызвать недоумение или смех информанта.

4. Избегайте оценочных суждений и навязывания своего мнения. Не учите информанта - не рассказывайте, что правильно, а что нет.

5. Используйте “эмпатийное слушание” - смотрите в лицо собеседнику, улыбайтесь, кивайте, говорите “да”, “ага”, “вот как”, “надо же”, демонстрируйте внимание и интерес к словам собеседника.

Фиксация неформальных бесед

1. Записывайте информацию в блокнот (или текстовый редактор на планшете, смартфоне), либо во время разговора, либо сразу после него. Не оставляйте это на потом! Огромное количество информации забывается и искажается, если не фиксируется сразу.

2. Желательно работать по двое: пока один человек разговаривает, второй может записывать информацию в блокнот.

3. Для записи беседы можно использовать диктофон (смартфон), но, по возможности, с согласия информанта. Скрытая запись может привести к конфликту.

Обобщение результатов неформальных бесед нужно производить в соответствии с основными “кодами” (или темами), которые встроены в структуру гайда беседы и отражают исследовательские вопросы.

Таблица 8. Пример обобщения данных неформальных бесед.

Место проведения беседы	Об информанте (пол, возраст, характеристики, что делает тут)	Какие группы упоминает	Какие виды деятельности упоминает	Оценка места «что плохо»	Оценка места «что хорошо»	Оценка места «что нужно»
-------------------------	--	------------------------	-----------------------------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------

Что касается анализа данных бесед с жителями, он также может производиться в соответствии с основными темами беседы. Анализ также может иметь визуальное отображение. Интересными сюжетами для анализа и интерпретации полученных результатов являются ценности общественного пространства или ожидания, предъявляемые к общественному пространству различными группами пользователей. Так, на рисунке 21 изображена “матрица” пожеланий опрошенных около 100 опрошенных из 9 разных социальных групп. В распределении пожеланий наглядно заметна специфика ценностей и стилей жизни различных социальных групп. Например, в данном исследовании общественных пространств (впрочем, эта тенденция довольно распространена) наиболее активны матери с маленькими детьми, для которых важна детская инфраструктура, скамейки со спинками для себя. Для молодежи до 30 также важны скамейки и детские площадки (хотя эта потребность не так выражена, как у мам с детьми), но при этом и очень многие другие элементы досуговой инфраструктуры - зелень, магазинчики, фонтаны и даже культурные индустрии. У людей старшего возраста главная потребность - это озеленение. Сопоставляя эти потребности, исследователи могут прийти к составлению списка функциональных зон, которые необходимы всем, и уникальных элементов пространства, которые будут радовать отдельные группы.

На рисунке 22 отражен другой аналитический сюжет - конфликты между социальными группами, так называемое “оспаривание пространства”. Чаще всего на остальные группы жалуются люди старшего поколения; более всего жалуются на молодежь, мигрантов и “маргиналов”. В данном случае можно говорить и о стигматизации одних социальных групп другими, и о конфликтах по поводу правил использования пространства, которые можно попробовать решить за счет правильного зонирования.

Пожелания жителей

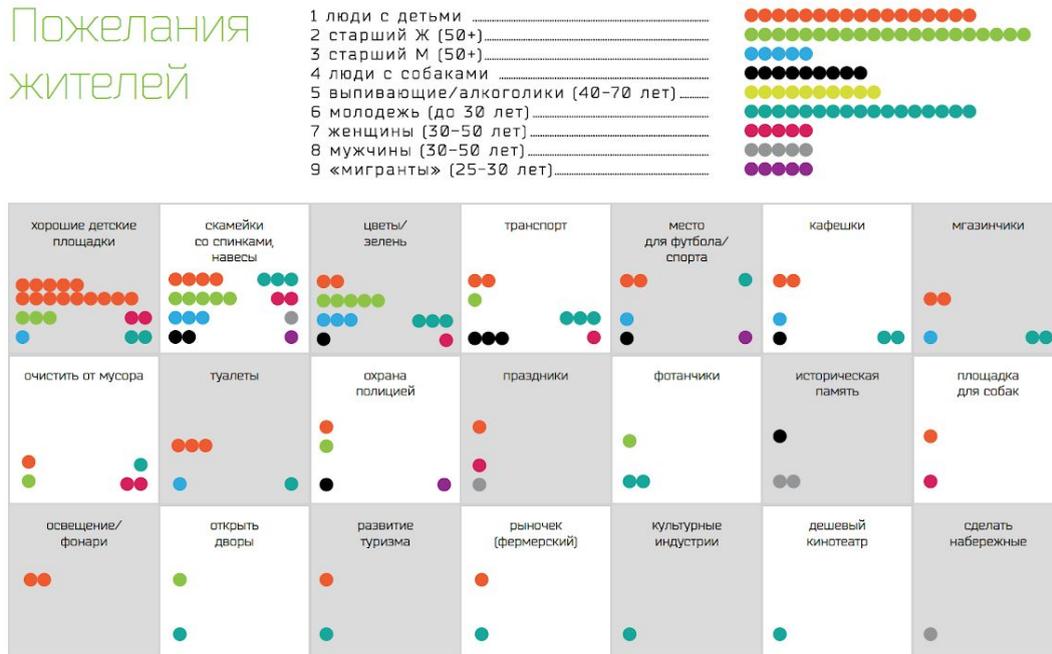


Рисунок 21. Пожелания различных социальных групп в адрес общественного пространства, выявленные по результатам бесед²⁶.

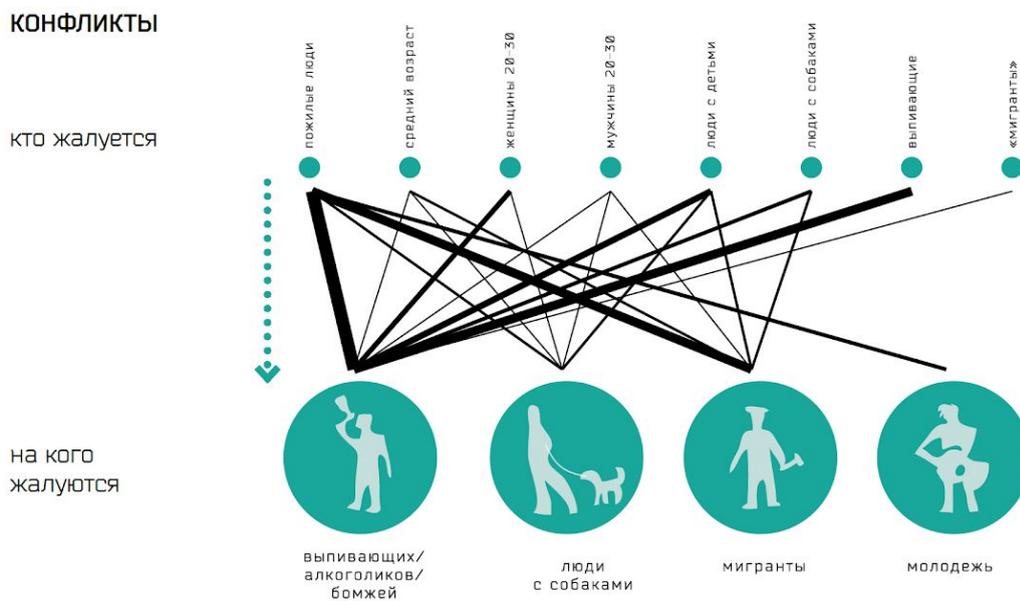


Рисунок 22. Конфликты между различными социальными группами в общественном пространстве, выявленные по результатам бесед²⁷.

²⁶ SAGA. Трансформация общественных пространств. Санкт-Петербург, «Совет министров северных стран», 2014. - С. 99

²⁷ Ibid. С. 103.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каково назначение метода полуструктурированных интервью с пользователями общественных пространств?
2. Что такое “легенда интервьюера”, для чего она нужна? Какие легенды можно использовать в анализе общественных пространств?
3. Перечислите рекомендации по проведению полуструктурированных интервью с пользователями.
4. Какие способы анализа можно применять к результатам интервью?

8. Методы анализа субъективного восприятия пространства

В анализе существующего состояния общественных пространств и в проектировании новых общественных пространств, которые будут дарить приятные ощущения, помимо объективных подсчетов, важна оценка субъективного восприятия пространства. Субъективные оценки содержатся, конечно, в материале полуструктурированных интервью (бесед) с жителями или пользователями пространства: ценности, истории, ассоциации, связанные с парком, сквером или набережной. Однако есть и другие специализированные методы оценки субъективного восприятия. Здесь подробнее расскажем о двух из них, прочно зарекомендовавших себя в урбанистике: метод “12 критериев” и ментальное картирование.

8.1. Анализ общественного пространства по методу “12 критериев”

“12 критериев” – метод субъективной оценки качества общественного пространства, разработанный Яном Гейлом и успешно применяемый в исследованиях общественных пространств в разных городах мира. Методика подробно описана в книге Яна Гейла «Города для людей». В основе метода лежит оценка пользователем или экспертом-наблюдателем собственного субъективного восприятия территории. Анализ пространства осуществляется по трем основным критериям:

1. *Защита* (безопасность) - в основе этого критерия лежит ощущение защиты от биологических (погодные условия), социальных (преступность) и техногенных угроз (транспорт и мобильность). Чем лучше сформированы условия защиты и выше субъективная безопасность, тем выше данный критерий. Безопасность можно назвать фундаментом качества общественного пространства: если она не обеспечена, то другие критерии также не смогут полноценно “работать” в пространстве.

2. *Комфорт* - данный критерий отражает возможность длительного пребывания в пространстве и наличие разнообразия возможностей для стационарных активностей, то есть различных видов деятельности, таких как смотреть, слушать, сидеть, играть и другие.

3. *Удовольствие* (привлекательность) - в основе критерия лежит чувственное восприятие пространства (зрительное, аудиальное, обонятельное, осязательное и другое) и чувства более высокого порядка, такие как эстетическое переживание пространства.

Три основных критерия раскладываются на составные части - подкритерии, всего 12, благодаря чему метод и получил свое название (см. Рисунок 23). По результатам оценки также ставится общая оценка (целостное ощущение от места). По каждому критерию пользователь или исследователь проставляет бальную оценку от “-2” (качество не выражено вовсе) до “+2” (качество выражено в полной мере). Таким образом, в оценке задействована привычная для широкого круга людей 5-балльная шкала (-2, -1, 0, 1, 2), что делает метод удобным для не-экспертов. Если требуется избежать “усреднения” показателей, можно исключить из шкалы “0” как нейтральную оценку.

Защита	ЗАЩИТА ОТ ТРАНСПОРТА И ПРОИСШЕСТВИЙ — ЧУВСТВО БЕЗОПАСНОСТИ <ul style="list-style-type: none"> Защита пешеходов Устранение страха перед транспортом 	ЗАЩИТА ОТ ПРЕСТУПНОСТИ И НАСИЛИЯ — ЧУВСТВО ЗАЩИЩЕННОСТИ <ul style="list-style-type: none"> Живая публичная сфера Люди, наблюдающие за улицей Многофункциональность днем и ночью Хорошее освещение 	ЗАЩИТА ОТ НЕПРИЯТНЫХ ОЩУЩЕНИЙ <ul style="list-style-type: none"> Ветер Дождь/снег Холод/жара Загрязнение Пыль, шум, яркий свет
Комфорт	ВОЗМОЖНОСТИ ХОДИТЬ <ul style="list-style-type: none"> Возможность ходить для ходьбы Пространство для ходьбы Отсутствие препятствий Качественные поверхности Доступность для каждого Интересные фасады 	ВОЗМОЖНОСТЬ СТОЯТЬ/ПРОВОДИТЬ ВРЕМЯ <ul style="list-style-type: none"> Эффект границ / привлекательные места, где можно стоять / проводить время Есть на что опереться 	ВОЗМОЖНОСТЬ СИДЕТЬ <ul style="list-style-type: none"> Зоны для сидения Дополнительные преимущества: пейзаж, солнце, люди Хорошие места для сидения Скамьи для отдыха
	ВОЗМОЖНОСТЬ ВИДЕТЬ <ul style="list-style-type: none"> Разумные расстояния обзора Свободное поле зрения Интересные виды Освещение (когда темно) 	ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗГОВАРИВАТЬ И СЛУШАТЬ <ul style="list-style-type: none"> Низкий уровень шума Уличная мебель, образующая «пространство для разговоров» 	ВОЗМОЖНОСТЬ ИГРАТЬ И ЗАНИМАТЬСЯ СПОРТОМ <ul style="list-style-type: none"> Стимулы для творчества, физической активности, упражнений и игр Днем и ночью Летом и зимой
Удовольствия	МАСШТАБ <ul style="list-style-type: none"> Здания и пространства, спроектированные в человеческом масштабе 	ВОЗМОЖНОСТЬ НАСЛАЖДАТЬСЯ ПОГОДОЙ <ul style="list-style-type: none"> Солнце/тень Жара/прохлада Вентиляция 	ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ОЩУЩЕНИЯ <ul style="list-style-type: none"> Хороший дизайн и проработка деталей Качественные материалы Красивые виды Деревья, растения, вода

Рисунок 23. “12 критериев”²⁸. Цит. по: SAGA Book С. 62.

²⁸ Ibid. С. 62.

Итоговые оценки по подкритериям можно обобщать путем расчета средней суммы в базовые критерии или рассматривать отдельно. С точки зрения анализа полученных результатов целесообразно сопоставлять выраженность критериев между собой по всему пространству, выявлять критерии, которые “заваливаются” или, наоборот, хорошо выражены в пространстве, и интерпретировать это как дефициты и перспективные черты общественного пространства. На рисунке 24 представлено визуальное отображение метода 12 критериев, примененных для оценки и сопоставления между собой трех малых открытых общественных пространств исторического района Коломна в Санкт-Петербурге.

Качество общественных пространств

12 КРИТЕРИЕВ

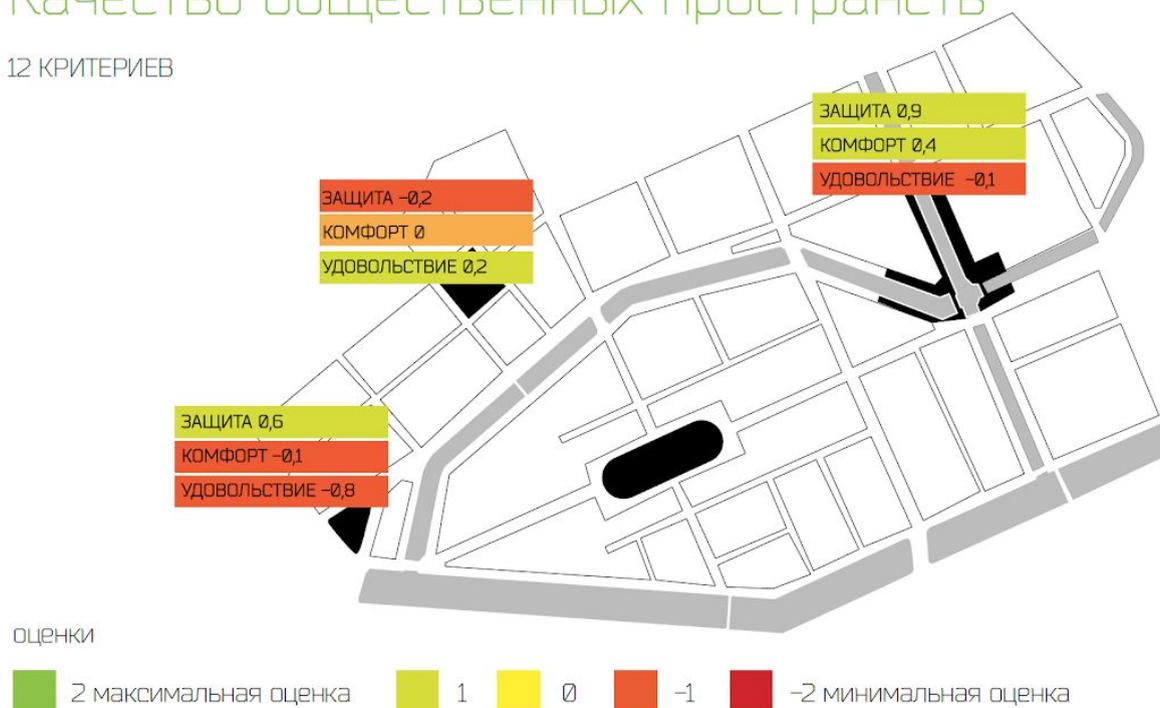


Рисунок 24. Визуализация расчета “12 критериев” для площадей района Коломна, Санкт-Петербург. Источник: архив проекта SAGA архив проекта SAGA и личный архив автора.

Метод «12 критериев» должен гибко применяться и может адаптироваться в зависимости от объекта исследования, то есть могут меняться конкретные индикаторы критериев в зависимости от типа пространства, климата и сезона. Например, блок для оценки «удовольствия» от пребывания на пешеходной улице будет содержать вопросы о длине перекрестков и масштабе зданий, тогда как для парка эти критерии явно не актуальны.

Правила применения метода “12 критериев”:

1. Производить оценку должна единая команда экспертов, которая до

применения метода достигла однозначного общего понимания представленных критериев и их оценки.

2. Если исследуемая территория крупная, при проведении оценки она должна делиться на участки (по тому же принципу, который описан в разделе о проведении социологического наблюдения пространства). Каждый участок оценивается по 12 критериям отдельно. Оценки, выставяемые отдельным участкам, могут отличаться, на это могут влиять детали - например, количество солнца, мафы, ямы. Совокупная оценка всего исследуемого пространства рассчитывается как среднее от сумм оценок по участкам.

3. Каждый участок территории должен быть оценен не менее чем тремя экспертами для соблюдения принципа “триангуляции”, то есть получения усредненных оценок и уменьшения риска излишней субъективности оценок.

4. Результаты применения метода “12 критериев” необходимо расценивать именно как субъективные оценки, которые отражают преимущества и проблемы территории. Для выводов о характеристиках территории эти результаты надо сочетать с данными наблюдений и бесед.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каково назначение метода “12 критериев”?
2. Какова структура матрицы метода “12 критериев”?
3. Каким образом можно анализировать данные, полученные с помощью метода “12 критериев”?
4. Каковы правила применения метода “12 критериев”?

8.2. Ментальное картирование

Метод ментального картирования был популяризирован американским градостроителем Кевином Линчем (Kevin Lynch, 1918-1984). Под ментальным картированием понималось воображаемая карта города, то есть то, как представляют город его жители. Линч доказал, что такая “условная” карта на самом деле отражает структуру города и характерные места, которые горожанин помнит, которыми пользуется каждый день и к которым он эмоционально привязан. Линч полагал, что чем четче структурирован город, тем лучше его вообразимость (imageability), а чем лучше вообразимость, тем сильнее городская идентичность, любовь горожан к своему городу и готовность в нем жить, творить и развиваться. Ментальное картирование можно применять для изучения масштаба отдельного общественного пространства, района города или даже всего города, как делал это Кевин Линч, изучая Бостон и Чикаго.

Линч полагал, что структура ментальной карты определенным образом

отражает морфологию города. В ментальной карте может быть 5 ключевых компонентов: а) пути - улицы, бульвары, тропинки, по которым перемещаются люди; б) узлы или пересечения путей - перекрестки, площади, узловые станции, которые соединяют пути; в) районы, которые очерчены путями и которые можно выделить по определенными субъективным характеристикам, например, “спокойный тихий центр”, “бурный деловой квартал”; г) края - физические и ментальные барьеры, которые разделяют районы, например, реки, автомагистрали, огороженные промышленные территории; д) вехи - достопримечательности и доминанты, которые выделяются в городском ландшафте и на которые ориентируются жители в повседневных перемещениях по городу, например, башни, стеллы, соборы, а также локальные вехи - памятники, высокие деревья (Рисунок 25).



Рисунок 25. Компоненты ментальных карт по Кевину Линчу²⁹.

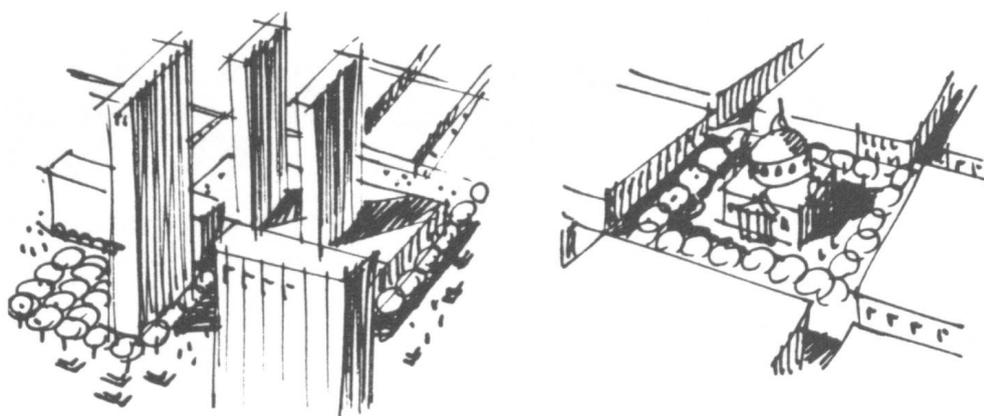
Ментальное картирование является удобным инструментом для анализа субъективной структуры общественного пространства - путей, барьеров, ориентиров, узловых точек и эмоций, которое оно вызывает. Качество структурных компонентов напрямую связано с историей города, его морфологией города и архитектурным обликом. На рисунках 26-28 представлены вехи, узлы и пути в разных городах - от старинных городов с исторической архитектурой до модернистских городов со шпилями небоскребов и автострад. Эти среды по-разному ощущаются людьми, что можно выявить в процессе ментального картирования, но, тем не менее, в них воспроизводятся те самые 5 элементов, на основании которых можно делать сравнительный анализ городов и отдельных территорий.

²⁹ Lynch, K. 1990 [1960] *The Image of the City*. Cambridge and London, The MIT Press, 195 p. - P. 47-48.



Landmarks.

Рисунок 26. Примеры вех³⁰.



Nodes.

Рисунок 27. Примеры узлов³¹.

³⁰ Визуальные примеры вех, узлов и путей по Кевину Линчу. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ahbelab.com/tag/kevin-lynch/>

³¹ Ibid.

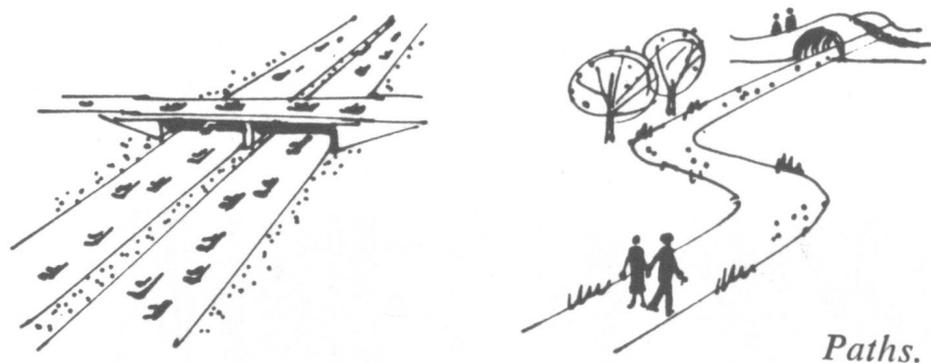


Рисунок 29. Примеры путей³².

Процедура ментального картирования осуществляется в режиме полуструктурированного интервью с респондентом с одновременным рисованием последним самой ментальной карты. Ментальная карта не похожа на обычные географические карты: в них все условно и даже “ошибочно”, не соотносится с реальными размерами города (см. рисунок 30). Однако именно эта условность позволяет открыть черты образа города или отдельного пространства, которые есть у человека. В процессе проведения интервью нужно обращать особое внимание на то, в какой последовательности человек рисует компоненты карты, возвращается ли он к одним и тем же компонентам, какие компоненты он прорабатывает с особой тщательностью, и тому подобные мелочи, которые отражают отношение информанта к изображению. В процессе интервью нужно также фиксировать субъективные переживания человека по поводу описываемого им пространства и причинах его эмоций. Таким образом, в результате проведения интервью у вас должны остаться: а) запись самого интервью в виде аудио или видеоматериала, б) ментальная карта, в) ваши записи о ходе интервью (дневник интервью).

³² Ibid.

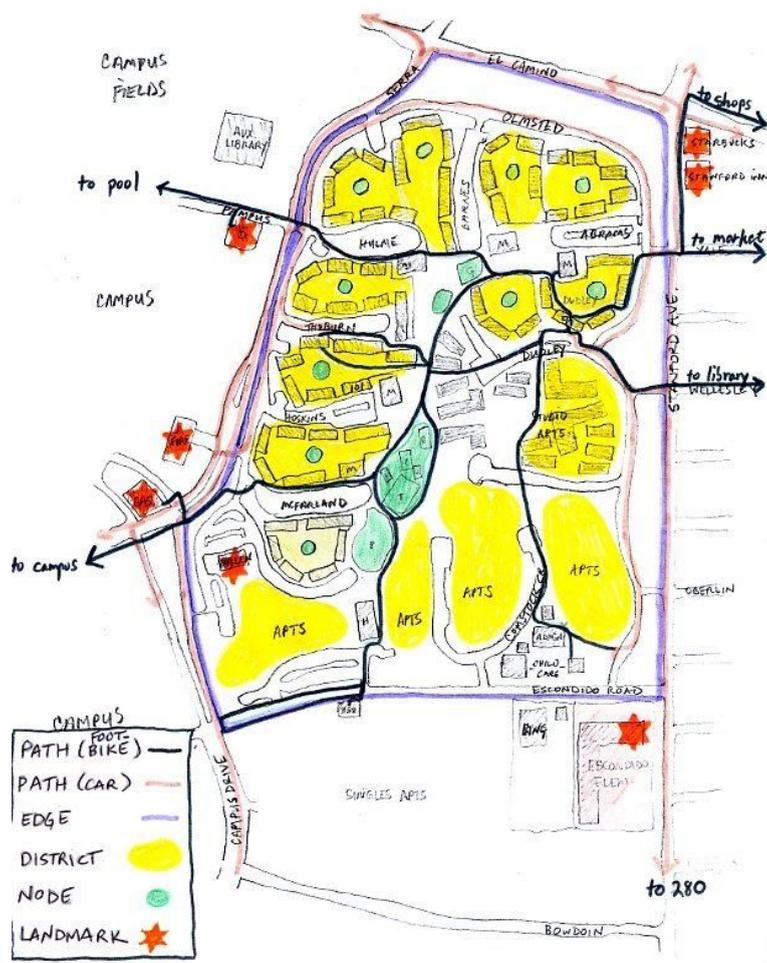


Рисунок 30. Ментальная карта университетского кампуса американского студента

33

Примерный гайд полуструктурированного интервью для проведения ментального картирования может быть таким:

1. Что для Вас значит [название места]? Несколькими словами? Прилагательные?

2. Пожалуйста, нарисуйте схематично карту [название места]. Как будто вы делаете рисунок - пояснение для незнакомца, указывая основные части, районы, дороги. Не нужно рисовать четкую идеальную карту, рисуйте схематично. (Интервьюер, отмечайте, в какой последовательности рисуется карта).

3. Опишите, пожалуйста, свои обычные перемещения по [название места]. Нарисуйте фактически, как вы перемещаетесь по [название места], каким путем Вы идете? какие вещи/объекты Вы видите на своем пути? что Вы слышите? какие

³³ Ментальная карта университетского кампуса американского студента. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.pinterest.ru/sif18dje08archi/carte/>

запахи чувствуете? Ограничивает ли что-то Ваши перемещения? *(Интервьюер, если нужно, задавайте вопросы на уточнение).*

4. А в каких частях/местах [название места] Вы еще бываете? По работе? Отдыхаете? Кушаете? Пьете кофе? Занимаетесь спортом? Что-то еще? В какие части [название места] вы не ходите? Почему? *(Интервьюер, если нужно, задавайте вопросы на уточнение).*

5. Какие части/места/объекты в [название места] кажутся Вам примечательными, интересными, “местными достопримечательностями”? Почему? Какие есть ориентиры? Нарисуйте их, пожалуйста. *(Интервьюер, если нужно, задавайте вопросы на уточнение).*

6. Какие части и/или объекты [название места] вызывают у Вас положительные эмоции: радость, интерес? Нарисуйте их, пожалуйста. *(Если информант не понимает, привести пример - что-то красивое, места, с которыми связаны радостные воспоминания. Не подсказывать намеренно!)* *(Интервьюер, если нужно, задавайте вопросы на уточнение).*

7. Какие места и/или объекты [название места] вызывают у Вас негативные эмоции: раздражение, страх? Нарисуйте их, пожалуйста. *(Если информант не понимает, привести пример - мусор, пугающие темные места, непонятные люди. Не подсказывать намеренно!)* *(Интервьюер, если нужно, задавайте вопросы на уточнение).*

При анализе результатов интервью необходимо провести количественные подсчеты и качественную интерпретацию полученных данных. К количественным метрикам можно отнести: а) количество структурных компонентов каждого вида, б) протяженность и четкость проработки структурных компонентов на ментальной карте, в) сопоставление структурных компонентов с реальными элементами карты (отклонения от реального образца можно рассчитывать в единицах длины, площади), г) количество эмоций и воспоминаний, связанных с местами, разного типа (например, положительные и негативные). К качественным метрикам можно отнести: а) причины испытываемых эмоций, б) содержание воспоминаний, связанных с местами, которые, скорее всего, будут отличаться для каждого респондента. Необходимо помнить о том, что при интерпретации данных ментального картирования важно сочетать анализ количественных метрик и качественной информации. В результате анализа ментальных карт можно судить о таких совокупных параметрах качества общественного пространства:

а) Выраженность вех. Если вехи на ментальной карте отсутствуют и не выражены, то у общественного пространства есть проблемы: оно незаметно для пешехода, в него не идут, его сложно запомнить, оно теряет свою “представимость”, становится экономически нерентабельным для местного бизнеса, унылым для местных жителей.

б) Безопасность путей для пешеходов. Если пути на ментальной карте линейны, проходят мимо многочисленных барьеров, вызывают неприятные ассоциации, это свидетельствует о дискомфорте при перемещениях, такими путями люди будут стремиться пользоваться меньше и только по необходимости, а само общественное пространство будет считаться мало доступным.

в) Разнообразие путей. Если пути на ментальной карте линейны, не разветвлены, рядом с путями не отмечено вех, нет пересечений с другими путями, путь имеет характер транзита (выглядит на карте как линия между А и В), то пути не разнообразны, людям не интересно ходить по пространству, они не будут стремиться там гулять.

г) Наличие областей или районов. Если общественное пространство представляется как одно однообразное пятно, если на ментальной карте человек не изображает разнообразных зон пространства, если все пространство описывается скудным набором характеристик и ассоциаций, следовательно, пространство не имеет “характера”, не зонировано, не разнообразно и, следовательно, не привлекательно для посетителей.

Вопросы для самоконтроля:

1. Для чего применяется метод ментального картирования?
2. Чем ментальная карта общественного пространства отличается от реальной карты?
3. Каковы основные структурные элементы ментальных карт?
4. Назовите количественные и качественные метрики, по которым можно проанализировать ментальные карты.
5. Какие параметры качества общественного пространства можно оценить с помощью анализа ментальных карт территории?

9. Заключение

В данном учебно-методическом издании раскрыты основные методы социологии города, которые можно применять в предпроектных исследованиях общественных пространств. Мы описали далеко не все возможные инструменты, например, мы не затронули количественные методы социологического анализа территории, такие как опрос, которые важны для понимания общественного мнения большего количества пользователей. Помимо количественных, существуют хорошо зарекомендовавшие себя методы качественного анализа, например, картирование эмоций посетителей общественных пространств или проектные сессии с конечными пользователями, в рамках которых происходит сбор обратной связи и совместное прототипирование пространства. Для того,

чтобы раскрыть все методы, понадобилось бы написать многостраничный учебник. Тем не менее, конфигурация методов, представленная в данном издании, является достаточной для получения базового среза информации об общественном пространстве, на основе которой можно составить выводы о качестве социальной жизни в нем. Раскрытые в издании методы помогают осуществить погружение в контекст изучаемого пространства, составить представление о его жизненном цикле и составляющих его функциональных процессах, участниках, а также смыслах, связанных с пространством. Такая база является достаточной для проектирования изменений в существующих общественных пространствах или обоснования необходимости их создания на конкретных городских территориях.

10. Рекомендуемая литература

1. Гейл, Я. Жизнь среди зданий / Ян Гейл; Изд. на русском языке — Концерн «КРОСТ», пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012.
2. Гейл, Я. Города для людей / Ян Гейл; Изд. на русском языке — Концерн «КРОСТ», пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 276 с.
3. Гейл, Я., Гемзо, Л. Новые городские пространства. / Ян Гейл, Ларс Гемзо; Изд. на русском языке — Концерн «КРОСТ», пер. с англ. — М.: ООО «ПСФ «Крост». — 264 с.
4. Гейл, Я., Сварре, Б. Как изучать городскую жизнь. / Ян Гейл, Биргитт Сварре; Изд. на русском языке — Концерн «КРОСТ», пер. с англ. — М.: Наука, 2016. - 196 с.
5. Whyte, W.H. (1980) *The Social Life of Small Public Spaces*. New York, Project for Public Spaces Inc.
6. Джекобс, Дж. Смерть и жизнь больших американских городов = *The Death and Life of Great American Cities* / пер. Леонид Мотылев. — М.: Новое издательство, 2011. — 460 с.
7. Projects for Public Spaces (2009) *Building The Vision* [online]. Available at: http://www.pps.org/info/services/our_approach/building_the_vision.
8. Placemaking: What if we built our cities around places. Буклет. https://uploads-ssl.webflow.com/5810e16fbe876cec6bcbd86e/5a6a1c930a6e6500019faf5d_Oct-2016-placemaking-booklet.pdf
9. SAGA. Трансформация общественных пространств. Санкт-Петербург, “Совет министров северных стран”, 2014.
10. Лоу, Сета М. Пласа. Политика общественного пространства и культуры / Пер. с англ. Плискина Ю. - Москва: Strelka Press, 2016. - 352 с.
11. Lefebvre H. *Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life*. London: Continuum, 2004.
12. Low, S. M. (2000). *Cultura in the modern city: the microgeographies of gender, class, and generation in the costa rican plaza*. *Horizontes Antropológicos*, 6(13), 31–64. doi:10.1590/s0104-71832000000100003
13. Lynch, K. 1990 [1960] *The Image of the City*. Cambridge and London, The MIT Press. - 195 p.

Ненько Александра Евгеньевна

Социологические методы изучения общественных пространств

Учебно-методическое пособие

В авторской редакции

Редакционно-издательский отдел Университета ИТМО

Зав. РИО

Н.Ф. Гусарова

Подписано к печати

Заказ №

Тираж

Отпечатано на ризографе

Редакционно-издательский отдел
Университета ИТМО
197101, Санкт-Петербург, Кронверкский пр., 49