Методика изучения и оценки реализации проектов открытых городских общественных пространств

По результатам экспедиции «Исследование современных общественных пространств г. Казани»

9 - 17 октября 2021 г.

УДК 711(075.8)+712.2
ББК 85.118
М54

Рецензент:
Стрекалова Н.Д., д.э.н., профессор, зав.кафедрой государственного, муниципального и социального управления ФГБОУ ВО РГПУ им. А. И. Герцена

Кайсарова В.П., Степанова Е.С., Груздева И., Смоленцев И., Шиллинг В., Ягудина А., Николаева Д., Болховская Е.
Методика изучения и оценки реализации проектов открытых городских общественных пространств. -СПб: «Свое издательство», 2023.-56с

ISBN: 978-5-4386-2230-7

Методическое пособие представляет собой руководство, содержащее информацию о методах изучения открытых городских пространств (парков, скверов, набережных и т.п.) на постпроектной стадии реализации. Материал содержит обобщение опыта уже реализованных практик преобразования городской среды, а также универсальные рекомендации для оценки постпроектного использования территорий в городах. Издание подготовлено по итогам научной экспедиции «Исследование современных общественных пространств г. Казань» 9–17 октября 2021 г.

ISBN: 978-5-4386-2230-7

Содержание

О проекте **4**

Раздел 1. Методы исследования открытых общественных пространств в городах **8**

1.1 Наблюдение и анализ «горячих точек» при изучении городских общественных пространств 10

1.2 Социологический опрос пользователей городских общественных пространств 13

1.3 Ментальное картирование как оценка восприятия жителями общественных пространств 16

Раздел 2. Результаты полевого исследования открытых общественных пространств в г. Казани **20**

2.1 Наблюдение и выявление центров притяжения общественных пространств в городе 21

2.2 Анализ общественных пространств методом социологического опроса 26

2.3 Оценка восприятия общественных пространств на основе ментальных карт 30

Раздел 3. Практические рекомендации для будущих исследований **37**

3.1 Наблюдение и анализ «горячих точек»: советы и рекомендации 37

3.2 Особенности и алгоритм проведения опросов пользователей общественных пространств 41

3.3 Ключевые аспекты проведения ментального картирования 45

Общие выводы **47**

Список использованных источников **48**

Приложения **49**

О ПРОЕКТЕ

Современный этап развития городов связан с активным благоустройством, интересными проектами преобразования городской среды, к обсуждению и оценке которых наряду со специалистами привлекаются и местные жители. С обустройством открытых общественных пространств (парков, скверов, набережных, площадей, придомовых территорий и т.п.) постепенно сглаживаются монотонность и хаотичность типовой архитектуры российских городов.

На первый план в городском управлении выходит обеспечение связи между интересами жителей и их удовлетворённостью обустройством публичных пространств, восприятием города как «своего». На сегодняшний день анализ потребностей горожан при создании общественных пространств активно реализуется на предпроектной стадии, когда объект благоустройства еще не создан: организуются публичные слушания, обсуждения, сессии соучаствующего проектирования. Однако важно понимать и то, как воспринимается и оценивается общественное пространство пользователями уже после его создания.

Цель исследовательского проекта – изучить и обобщить практику создания открытых общественных пространств в Казани и создать универсальные рекомендации для оценки постпроектного использования таких территорий в других городах

Для формирования массива мнений жителей г. Казани о постпроектном использовании общественных пространств было выбрано три объекта на территории города:

1. **ТЕРРИТОРИЯ КРЕМЛЕВСКОЙ НАБЕРЕЖНОЙ**
2. **НАБЕРЕЖНАЯ ОЗЕРА КАБАН**
3. **ДЕТСКИЙ ПАРК «КАЛЕЙДОСКОП»**

Данное исследование было направлено на обобщение опыта уже реализованных проектов преобразования городской среды. Выбор объектов был обусловлен их расположением в различных районах крупного города, а также отличающимися подходами к преобразованию территорий (разной степенью вовлечения граждан в проектирования и постпроектное использование пространств).

В литературе и управленческой практике существуют разные термины, которые в широком смысле относятся к понятию “открытое городское пространство”, обозначая парки, набережные, скверы, площади и т.д. Поэтому в данном исследовании как синонимы будут использоваться следующие наименования: открытое пространство (ОП), открытое общественное пространство (ООП), городская общественная территория.

МЕТОДИКА СОДЕРЖИТ СЛЕДУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ:

1. исследование градостроительного контекста формирования и использования ООП;
2. изучение особенностей городской среды;
3. методы обработки анализа мнений групп посетителей ООП;
4. определение возможных сценариев использования выбранных территорий города разными группами пользователей;
5. анализ ментального восприятия ООП жителями разных возрастов и социальных экономических групп.

ОБЩИЕ РАМКИ НАУЧНО-ПОЛЕВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ:

1. Теоретические границы определяются возможностями совершенствования механизмов, создания общественных пространств для городского управления;

2. Территориальные границы связаны с тремя выбранными публичными пространствами города Казань, расположенными в центральной части и в районе массовой застройки, имеющими свои культурные, ландшафтные и функциональные характеристики;

3. Временные границы обусловлены длительностью научной экспедиции, которая проводилась в осенний период, посещаемость объектов анализировалась в течение рабочей недели и в выходные дни;

4. Границы выборки оценок восприятия городской среды и постпроектного обслуживания включает сбор мнений разных групп населения в анализируемых частях города;

5. Общие географические границы связаны с выбором Казани как одного из крупнейших активно развивающихся городов-миллионников, где уже реализован и накоплен большой опыт практик по вовлечению граждан в процессы создания и оценивания постпроектного обслуживания ООП.

ПОЛУЧЕННЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ МОГУТ БЫТЬ ИСПОЛЬЗОВАНЫ:

- В изучении и оценке постпроектного использования ООП в городах:
- Для создания инструкций по развитию и поддержанию общественных пространств;
- В работах по благоустройству;
- Лабораториями и исследовательскими центрами, студентами и молодыми учеными для изучения городской среды и городской жизни;
- В деятельности проектировщиков, архитектурных бюро;
- В органах исполнительной власти системы государственного и муниципального управления, модераторами общественных платформ/социальных сетей;
- Ассоциациями и объединениями управляющих компаний, менеджерами строительных компаний при реновации территории;
- Менеджерами местных сообществ в проектах вовлечения и публичных слушаниях;
- В сфере решения проблем благоустройства, экологии большого города, формирования комфортной среды государством и некоммерческими организациями;
- Отдельными заинтересованными гражданами, которые вносят вклад в развитие городской среды.
- При формировании концепций преобразования территорий на проектируемых участках с привлечением жителей, развитии ООП на проектной и постпроектной стадии.

Авторы выражают свою признательность всем заинтересованным в организации и проведении данного полевого исследования специалистам и сотрудникам НИУ ВШЭ, администрации города Казани в лице сотрудников Управления архитектуры и градостроительства Исполнительного комитета, Дирекции парков и скверов, а также жителям города, принявшим участие в исследовании.

Работа выполнена под руководством сотрудников Департамента государственного администрирования факультета Санкт-Петербургская школа социальных наук и востоковедения НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург: преподавателя Степановой Екатерины Сергеевны, к.э.н., доцента, академического руководителя Кайсаровой Валентины Петровны, с участием команды студентов образовательной программы бакалавриата «Управление и аналитика в государственном секторе» Болховской Екатерины, Смоленцева Игоря, Шиллинг Веры, Николаевой Дарьи, Груздевой Ирины, Ягудиной Ангелины (рисунок 1.1).

Данная разработка опирается на результаты проведенной с 9 по 17 октября 2021 года научно-исследовательской экспедиции в рамках проекта «Открываем Россию заново» Фонда образовательных инноваций НИУ ВШЭ.

Рисунок 1.1 - Исследовательская команда экспедиции в г. Казань
Источник: архив авторов

КОМАНДА ПРОЕКТА

КАЙСАРОВА ВАЛЕНТИНА ПЕТРОВНА
к.э.н., доцент, академический руководитель Образовательной программы «Управление и аналитика в государственном секторе»

СТЕПАНОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА
преподаватель, аспирант, заместитель академического руководителя Образовательной программы «Управление и аналитика в государственном секторе»

ЯГУДИНА АНГЕЛИНА
студентка 2-го курса Образовательной программы «Управление и аналитика в государственном секторе»

ГРУЗДЕВА ИРИНА,
студентка 2-го курса Образовательной программы «Управление и аналитика в государственном секторе»

ШИЛЛИНГ ВЕРА
студентка 3-го курса Образовательной программы «Управление и аналитика в государственном секторе»

СМОЛЕНЦЕВ ИГОРЬ
студент 3-го курса Образовательной программы «Управление и аналитика в государственном секторе»

БОЛХОВСКАЯ ЕКАТЕРИНА
студентка 3-го курса Образовательной программы «Управление и аналитика в государственном секторе»

НИКОЛАЕВА ДАРЬЯ
студентка 3-го курса Образовательной программы «Управление и аналитика в государственном секторе»

Раздел 1.
Методы исследования открытых общественных пространств в городах

С семидесятых годов XX века возникло академическое движение, специализирующиеся на изучении общественных пространств. Джейн Джекобс (1961), Кристофер Александер (1977), Уильям Холлингсворт Уайт (1980), Ян Гейл (2010), Генри Санофф (2010) и другие урбанисты приходили к выводу, что пользователи общественных пространств знают о городе больше, чем планировщики и архитекторы[1]. Следовательно, для создания «города для людей» необходимо учитывать их мнения, пожелания, их привычки и образ действий.

С каждым годом в городах России появляются современные общественные пространства, увеличивается масштаб и качество проработки проектной документации. Все пространства в городах можно разделить на несколько типов (рисунок 1.2).

Под открытым общественным пространством (ООП) мы понимаем определенную уличную зону города, которая обустроена для рекреации и досуга абсолютно всех жителей и гостей города.

Казань, как город-миллионник, является отличным примером реализации проектов открытых общественных пространств. Такой элемент городской инфраструктуры требует применения всесторонних методов анализа, поскольку подобные объекты, важны не только для формирования определенного облика городской среды, но и для обычных граждан. Эти территории являются центрами скопления потоков жителей города, формируют каналы социального взаимодействия.

Рисунок 1.2 - Пример классификации общественных пространств в городах

[1] Whyte, W.H. The Social Life of Small Urban Spaces // New York: Project for Public Spaces.1980
Jacobs, J. The Death and Life of Great American Cities // New York: Random House. 1993 (1961)
Alexander, C. A Pattern Language // Oxford: Oxford University Press. 1977
Gehl, J. Cities for People // Washington DC: Island Press; 2010
Sanoff, H. Democratic Design: Participation Case Studies in Urban and Small Town Environments // VDM Verlag. 2010

СРЕДИ МНОЖЕСТВА МЕТОДОВ ИЗУЧЕНИЯ ГОРОДСКИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ ОТМЕТИМ СЛЕДУЮЩИЕ:

- Наблюдение за параметрами среды и фотофиксация событий и посетителей.
- Фиксация стационарных видов активности пользователей территории.
- Опрос, анкетирование, неформальное интервью с жителями.
- Картографический анализ мобильности потоков пользователей ООП.
- Анализ “горячих точек” (“hotspot analysis”) на территории ООП.
- Наблюдение и фиксирование представленных социальных групп пользователей пространства.
- Ментальное картирование восприятия ООП, составление “эмоциональных” карт территорий.

В исследовании были реализованы три основных метода:

1. полевое наблюдение и “hotspot analysis”
2. социологичекий опрос
3. ментальное картирование

Исследователи, аналитики и управленцы могут применять эти методы независимо друг от друга, исходя из своих запросов и компетенций. Однако в рамках данной методики все три подхода были объединены для комплексной и многомерной оценки пространств. Схематично такая комбинация представлена на диаграмме (рисунок 1.3).

Данный подход был опробован при работе с тремя выбранными для исследования общественными пространствами в г. Казани. Рассмотрим содержание каждого метода в порядке усложнения.

Рисунок 1.3 - Методы исследования ООП в г. Казани
Источник: составлено авторами

1.1. Наблюдение и анализ «горячих точек» при изучении городских общественных пространств

Существует множество разных методов исследования, которые позволяют изучить объекты городской среды. Одной из наиболее доступных и распространенных исследовательских практик является наблюдение. Данный метод сбора информации представляет собой отслеживание и фиксацию значимых с точки зрения цели исследования параметров объекта социальной действительности[2].

ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ НАБЛЮДЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ИНСТРУМЕНТЫ, КОТОРЫЕ ПОМОГАЮТ ЗАФИКСИРОВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ:

- формализованные и полуформализованные бланки наблюдения
- средства аудио, видеозаписи и фоторегистрации
- запись результатов в свободной форме

Объектом для проведения наблюдения может являться любая площадка для взаимодействия жителей в городе, обеспечивающая активность городского сообщества.

С XX века урбанисты используют метод наблюдения с целью получения информации о взаимодействии горожан в публичном пространстве. Ян Гейл в исследовании “Как изучать публичную жизнь” отмечает, что наблюдение - это “ключ”, позволяющий исследователю получить просто и незатратно ценную информацию об общественной жизни города[3].

МЕТОД НАБЛЮДЕНИЯ ИМЕЕТ РЯД ПРЕИМУЩЕСТВ:

1. Позволяет уловить детали изучаемого явления без существенных затрат исследовательских ресурсов.
2. Даёт возможность фиксировать события и элементы человеческого поведения в момент их совершения
3. Помогает полнее и точнее понять мотивы поведения людей в тех или иных ситуациях, понять суть их реакции на происходящие события.

Наблюдение за действиями и поведением людей позволяет лучше понять потребности посетителей пространства и то, как оно используется.

Однако существуют недостатки наблюдения как метода исследования, которые затрудняют получение полной информации об общественной жизни на открытом пространстве:

1. При проведении исследования на большой территории (например, целый город) потребуются недели или даже месяцы, чтобы получить полную информацию обо всех местах скопления людей;
2. Если на ООП концентрируется большое количество пользователей (превышающее его пропускную способность), исследователю сложно отследить взаимодействия между ними.

[2] Петров, Э.П. Метод наблюдения в социологическом исследовании. (Глава 1, Глава 2) // Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. М.: Наука. 1990. С. 150-152.

[3] Gehl, J., Svarre, B. How to study public life // Island Press.2013. P. 3.

Наблюдение представляет собой отслеживание и фиксацию значимых с точки зрения цели исследования параметров объекта социальной действительности[2].

Благодаря данному методу урбанисты смогли понять, какие общественные пространства привлекают людей, а какие - нет. Так, американский исследователь Уильям Уайт, наблюдая за жителями Нью-Йорка, проиллюстрировал степень привлекательности некоторых непримечательных мест в городе (угол улицы, ступени здания)[4].

Выделяют различные виды и техники наблюдения (рисунок 1.4).

Для того, чтобы эффективно исследовать ООП, следует выявить **"точки притяжения"** пользователей пространства с помощью метода "анализа горячих точек" ("hotspot analysis"), который проводится на основе данных наблюдения. Метод помогает понять уровень реализации потребностей жителей и гостей города, их запросы и предпочтения. В анализ входит выявление концентраций посетителей, показывающее востребованность

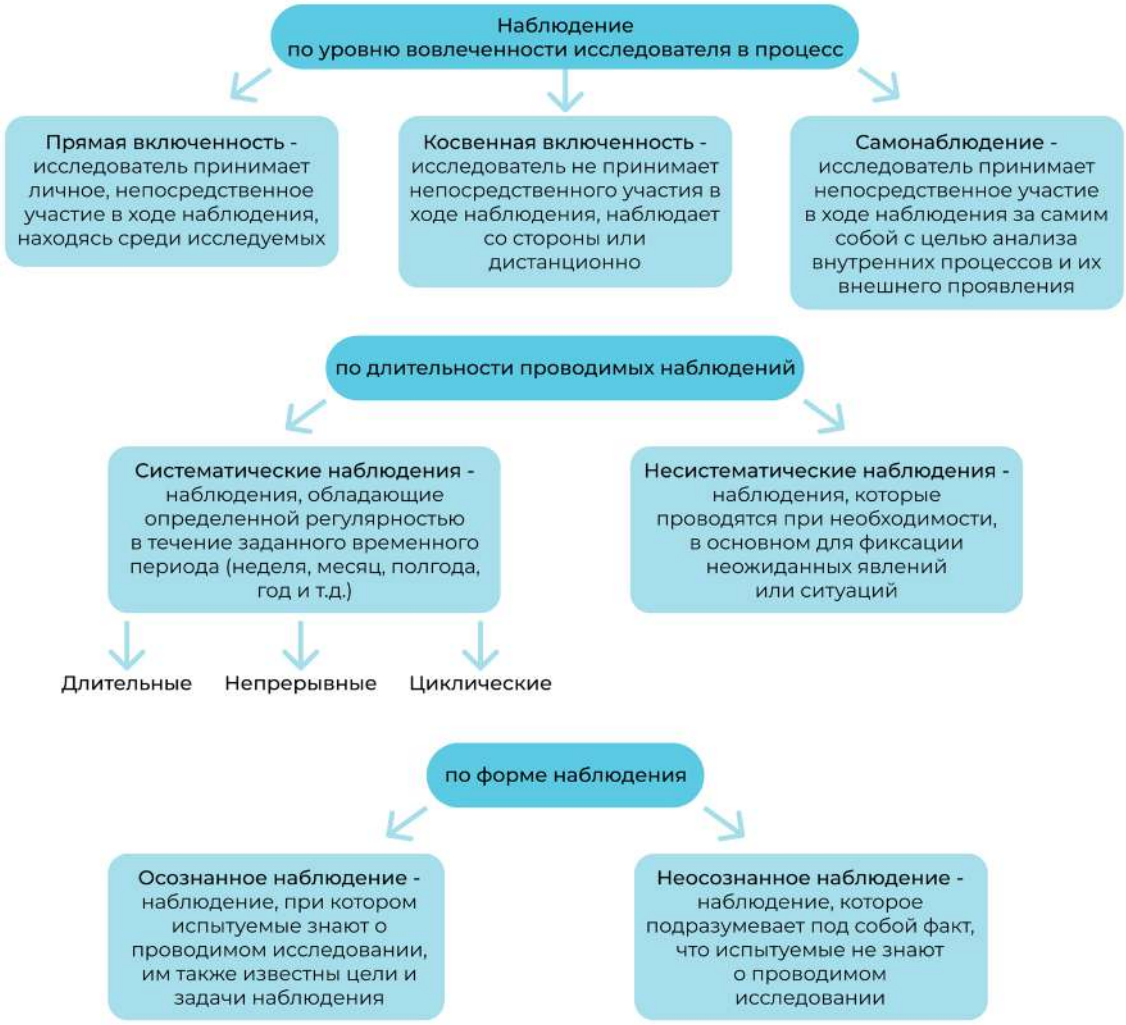

Рисунок 1.4 - Виды и техники наблюдения городских открытых общественных пространств
Источник: составлено авторами

[4] Whyte, W.H. The Social Life of Small Urban Spaces // New York: Project for Public Spaces.1980. P. 10.

5 Источник: составлено авторами по данным Лымаренко В. М. «Метод наблюдения в исследованиях»// МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА при МПА ЕВРАЗЭС. 2018. С. 4-6.

всего пространства и отдельных его участков. Ключевые этапы процесса наблюдения и обработки собранных данных представлены в таблице 1.1.

Таким образом, с помощью наблюдения, проводимого на общественном пространстве, можно определить “точки притяжения”, в зоне которых в большей степени концентрируются пользователи в разное время суток по дням недели. Полученная информация может быть представлена исследователями в виде, например, тепловых карт и использована в дальнейшем при проведении социологического опроса, ментального картирования.

Таблица 1.1. - Особенности проведения метода наблюдения для исследования городских открытых общественный пространств

Этапы	Ключевые задачи	Результаты	Сложности	Обратить внимание
Подготови-тельный	• изучение объектов; • изучение уровня развитости ООП в городе; • создание предвари-тельной карты объекта.	Изучены история и обстоятельства создания каждого из объектов; найдены контакты представителей администрации города в области благоустройства; изучены объекты соучаствующего проектирования в городе; персональные карты объектов с выделенными «точками».	В открытом доступе недостаточно информации о территории и инфраструктуре объекта, чтобы построить подробную карту. Также не обо всех объектах в открытом доступе есть документация с этапами реализации их проектов.	На данном этапе лучше заранее заняться подготовкой черновика агрегатора информации.
Сбор данных	• составление временного плана пребывания на объекте; • создание агрегатора для сбора информации; • регулярная работа «в поле».	По каждому объекту собраны данные в разные дни недели и разное время суток. Все данные электронном формате.	Ограничение во времени создавали сложности анализа.	Для экономии времени лучше не записывать данные от руки, а сразу вносить в электронную форму.
Обработка и анализ результатов	• обработка данных; • вывод статистики; • интерпретация данных.	- определение точек “притяжения” посетителей; - анализ общего потока посетителей; - выводы и рекомендации.	Мало данных, чтобы сделать фундаментальные выводы, необходимо комбинировать с другими методами (интервью, опрос и пр.).	При интерпретации результатов следует учитывать сезонность, время года, степень износа объекта и др. факторы.

Источник: составлено авторами

1.2. Социологический опрос пользователей городских общественных пространств

Главными пользователями общественных пространств являются жители и гости города. С помощью социологического опроса можно выявить их восприятие действительности и модель поведения при посещении парков, набережных, скверов и т.д. Полученные данные могут быть применены для улучшения существующих городских пространств, а также для эффективного проектирования будущих. В основе исследования городских общественных пространств можно комбинировать социологический опрос с экспертными оценками.

Социологический опрос, который происходит в формате общения в реальном времени между исследователем и респондентом можно условно разделить на два вида (рисунок 1.5).

При проведении **структурированного опроса**, все вопросы заранее подготовлены и имеют закрытый тип, то есть респонденты отвечают строго в рамках вариантов ответов, которые предлагает исследователь. Как правило, для исследователя при таком типе опроса всё взаимодействие со всеми респондентами должно быть одинаковым и не отклоняющимся от заранее составленного сценария общения. Методом обработки данных могут быть корреляционные тесты и иные количественные методы, при этом качественные методы исследования не применяются.

Качественный опрос отличается от структурированного тем, что он содержит как вопросы закрытого типа, так и открытого. Такой тип опроса обладает явным преимуществом: исследователь может задавать респонденту дополнительные вопросы для разъяснения его ответов. В процессе проведения качественного опроса со стороны исследователя требуется внимательное слушание ответов респондента

Рисунок 1.5 - Виды социологического опроса
Источник: составлено авторами по Yin, R.K. Qualitative research from start to finish // The Guilford press.2016. P.

и понимание того, о чём ему говорят. Опрос направлен на то, чтобы понять, как респонденты придают смысл условиям, в которых они находятся. Эта цель соответствует одной из фундаментальных задач качественных исследований, которая состоит в том, чтобы изобразить сложный социальный мир с точки зрения участника взаимодействий[6].

Для получения более «глубинной» информации, выходящей за рамки стандартизированных вопросов, целесообразнее включать в состав опросника как закрытые, так и открытые вопросы

В последнее время анализ общественных пространств с помощью социологического опроса в России стал чаще использоваться как архитекторами и урбанистами при проектировании городских территорий, так и исследователями в научных статьях[7]. Метод опроса незаменим, когда необходимо получить от достаточно большого числа респондентов информацию субъективного плана. Обширная область применения данного метода обусловлена рядом достоинств:

1. Относительно невысокая стоимость проведения опроса при высокой информативности и достоверности полученных данных. Применение выборочного метода позволяет сократить число респондентов, но не в ущерб качеству полученной информации. Правильно составленная выборка гарантирует получение достоверной информации при минимизации затрат на проведение опроса.

2. Возможность проведения массовых исследований по унифицированной технологии: одинаковые формулировки вопросов, структура анкеты, обеспечивающие сопоставимость результатов для дальнейшего анализа.

Социологический опрос позволяет получать эмпирический материал, удобный для статистической обработки и обобщения. Кроме того, для анализа полученных данных могут быть применены сложные математические методы, такие как кластерный и регрессионный анализ.

Для того, чтобы ответить на вопрос: “Какое общественное место можно назвать хорошим, а какое нет?” датский урбанист Ян Гейл (2013) разработал метод субъективной оценки привлекательности общественного пространства «12 критериев». В его основе лежит анализ пространства по трем основным блокам: безопасность, комфорт, удовольствие[8].

Первый блок формируют требования к городской предметной среде, обеспечивающие физическую и психологическую безопасность пребывания жителей в общественном пространстве. Это подразумевает под собой защиту от биологических (погодные условия), социальных (преступность) и техногенных угроз (транспорт и мобильность), что способствует гармонизации общественного пространства.

Второй блок содержит критерии доступности и комфорта, обеспечивающие функционирование места в режиме открытого и удобного для всех пространства. Если пространство физически доступно, располагает к длительному пребыванию, предполагает разнообразные виды деятельности для всех слоёв населения, то оно отвечает требованиям данного блока.

В основе третьего блока лежат положительные ощущения горожан от нахождения в данном месте: чувственное восприятие и эстетические переживания.

[6] Yin, R. K. Qualitative research from start to finish // The Guilford press.2016. P. 141.

[7] Воробьева, О.В. Разработка количественного опроса в прикладных городских исследованиях // Городские исследования и практики. 2021. Т. 6. № 2. С. 94.

[8] Gehl, J., Svarre, B. How to study public life // Island Press.2013. P. 106.

12 критериев в итоге формируют системный подход к анализу комфортности и развитости общественного пространства (рисунок 1.6.).

Ограничением данного метода является субъективность оценки территории экспертом-наблюдателем[9].

Но при изучении общественных пространств важно не только наблюдение со стороны, но также и обратная связь от посетителей пространства, полученная при взаимодействии с ними. По этой причине в рамках данной методики предлагается создать расширенный социологический опрос, опирающийся на метод «12 критериев».

Социологический опрос должен быть частью комплексного исследования общественного пространства, также включающего в себя методы качественной полевой работы (наблюдение, ментальная карта).

Использование социологического опроса позволит получить достоверную информацию о мнении жителей относительно общественных территорий и сделать вывод о привлекательности анализируемого общественного пространства [10].

Пожелания горожан в сфере благоустройства воспроизводят наиболее очевидные недостатки общественных пространств, не выявляя скрытых и более системных потребностей[11]. Поэтому социологический опрос рекомендуется использовать в комплексе с другими исследовательскими техниками, а не в качестве единственного исследовательского метода[12]. Кроме того, реальное поведение горожан на территории может не совпадать с их ответами на вопросы.

Рисунок 1.6 – Метод «12 критериев» исследования комфорта городских общественных пространств
Источник: составлено авторами по Gehl, J., Svarre, B. How to study public life // Island Press.2013. P. 107.

[9] Ненько, А.Е. Социологические методы изучения общественных пространств // Университет ИТМО.2020.С. 43.

[10] Курякова, Н.Б., Пируцкая, А.В. Алгоритм определения перспективных для преобразования общественных пространств на примере г. Губахи // Инновационная наука. 2017. №1-2. С. 175

11 Воробьева, О. В. Разработка количественного опроса в прикладных городских исследованиях // Городские исследования и практики. 2021. Т. 6. № 2. С. 94.

[12] Сидоров, А.А., Сапрон, Д.В. Развитие общественных пространств: социологическое измерение (на примере Новособорной площади города Томска) // Урбанистика. 2016. № 2. С. 14.

1.3. Ментальное картирование как оценка восприятия жителями общественных пространств

В последние два десятка лет наблюдается растущий интерес к применению когнитивного картографирования (также называемого ментальным картографированием) для оценки эмоциональной связи людей с местом. Впервые в 1960 году Кевин Линч провел серию исследований по изучению визуальных качеств американских городов, в которых применялись различные методики, связанные с ментальным картированием. Например, нужно было наносить места на карту города, зарисовывать город, провести воображаемую прогулку и т. д.[13] При этом также был использован метод интервью. Ментальные карты Линча включали в себя четыре ключевых элемента:

1. края (границы или внешние границы ментальной карты);
2. пути (маршруты частых путешествий, нити, которые скрепляют карту вместе);
3. узлы (места соединения - места, где пути сходятся вместе);
4. районы (районы с общей идентичностью, в то время как достопримечательности - это ориентиры, которые выделяются в сознании людей)

Ментальное (когнитивное) картографирование, поиск пути (“wayfinding”), интервью при ходьбе, нарративное картографирование и психогеография относятся к числу многих форм исследования, проводимых на открытом воздухе, которые, в свою очередь, попадают под более широкий спектр визуальных методов исследования пространств.

«Ментальная карта — это инструмент визуализации и структурирования полученной информации из различных источников: статей, книг, географических карт»[14], интервью. Другими словами, карту, состоящую из слов, чувств и образов, обычно называют ментальной картой. Составление ментальных карт позволяет людям упорядочивать в своем сознании большие объемы данных об окружающем мире и сохранять их простым способом для последующего извлечения, чтобы ориентироваться в пространстве.

Преимущество метода создания ментальных карт - предоставление ученым возможности более детально исследовать факторы, которые лежат в основе привязанности людей к месту.

Критики данного метода утверждают, что каждый собранный фрагмент информации имеет ограниченную ценность, поскольку полученные данные во многом зависят от времени, места проведения исследования и человеческого опыта.[15] Однако в дальнейшем ментальные карты можно дополнить другими методами исследования, что позволит минимизировать возможные искажения.

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

[14] Данилова Э. В., Вальшин Р. М., Бурова В. А. Ментальная карта как инструмент исследования городского пространства //Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Градостроительство. – 2017. – С. 104-108.

[15] Rishbeth C. Articulating transnational attachments through on-site narratives //Place attachment: Advances in theory, methods and applications. – 2014. – P. 100-111.

3 основных характеристики ментальных карт территории:

1. Визуализируют представления о местности.
2. Непосредственным создателем ментальной карты является информант.
3. Ментальные карты создаются для последующего исследования.

Пример ментальной карты представлен на рис 1.7

Рисунок 1.7 - Ментальная карта университетского кампуса американского студента
Источник: Ненько А. Е. Социологические методы изучения общественных пространств. – 2020. С.50

Конечная цель составления и изучения ментальных карт – раскрыть и интерпретировать то, как люди взаимодействуют с местом и привязываются к нему. Ментальные карты – это отражение внутреннего образа города, базирующегося на его объективных и субъективных характеристиках (рисунок 1.8).

Важно понимать, что это способ размышления о том, как каждый человек воспринимает пространство, чтобы ориентироваться в нем. Это выборочное представление реальности, но оно может раскрыть восприятие, чувства и уникальное отношение к определенному месту.

В нашей работе мы использовали термин “ментальное картирование” как способ графического фиксирования визуального субъективного опыта человека, что позволяет его отнести к качественным или, как иногда еще их называют, «мягким» методам исследования.

Рисунок 1.8 – Характеристики ментального картирования
Источник: составлено авторами

При конструировании карты обычно предлагается либо пространственная схема фиксации опыта (в этом случае карта по своей форме приближается к обычным картам), либо последовательная схема, которая больше напоминает выстраивание индивидуального маршрута передвижения и называется биографической прогулкой. Мы же в своем исследовании остановимся на первом варианте, где ментальная карта имеет некоторые сходства с традиционными картами.

Процедура ментального картирования осуществляется в режиме полуструктурированного интервью с респондентом с одновременным рисованием последним самой ментальной карты: интервьюер задает серию вопросов, последовательность которых он может менять. Кроме того, обычно интервьюер имеет возможность задавать дополнительные вопросы в ответ на значимые на его взгляд реплики (рисунок 1.9).

Но ментальная карта не похожа на обычные географические карты: на ней все условно и даже “ошибочно”, не соотносится с реальными размерами города. Однако именно эта особенность позволяет открыть черты образа города или отдельного пространства, которые есть в представлениях и восприятии человека.

Рисунок 1.9 - Процесс ментального картирования в г. Казань
Источник: архив авторов

В процессе проведения интервью особое внимание уделяется последовательности, с помощью которой человек рисует компоненты карты, возвращается ли он к одним и тем же компонентам, какие компоненты он прорабатывает с особой тщательностью, и иные детали, которые отражают отношение информанта к изображению.

В результате проведения интервью у интервьюера должны остаться: а) запись самого интервью в виде аудио или видеоматериала, б) ментальная карта, в) записи о ходе интервью (дневник интервью).

В процессе интервью нужно фиксировать субъективные переживания человека по поводу описываемого им пространства и причины его эмоций.

Таким образом, выбор ментального картирования для изучения городского пространства обоснован, во-первых, тем, что метод обладает большим теоретическим и практическим потенциалом для понимания взаимодействия между человеком и окружающей средой при исследовании городских открытых общественных пространств.

Во-вторых, метод включает в себя субъективную осведомленность о городском пространстве и дает представление о восприятии и оценке этого пространства индивидом.

В-третьих, составление ментальных карт респондентами позволяет исследователю получить представление о том, какие части города или общественного пространства являются более существенными или мыслимыми с точки зрения оценки качества управления, комфорта и услуг в городе на изучаемой территории.

Раздел 2.
Результаты полевого исследования открытых общественных пространств в г. Казани

Цель раздела: на основе прикладных методов исследования открытых общественных пространств на постпроектной стадии развития оценить мнение актуальных пользователей, выявить их типологии и характеристики, сформулировать сценарии использования каждой городской территории разными группами.

Исследовательская команда из восьми исследователей (шесть студентов бакалавров основной образовательной программы бакалавриата “Управление и аналитика в государственном секторе” под руководством двух преподавателей Департамента государственного администрирования НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге) остановила свой выбор на городе Казань. В столице республики Татарстан были опробованы лучшие мировые и российские практики вовлечения жителей в проектирование комфортной городской среды, отмеченные международными и всероссийскими премиями и конкурсами по качеству реализации проектов (более 300 проектов по благоустройству: от бульваров, скверов до набережной озера Кабан). Казань входит в ТОП-3 городов - миллионников после Москвы и Санкт-Петербурга по Индексу качества городской среды. Этот город - лидер России по показателям “развитие социально-досуговой инфраструктуры и прилегающих пространств” и “общегородское пространство”.

Постпроектное исследование проводилось на трех территориях, преобразованных в рамках проектов по благоустройству и созданных с учетом мнения горожан. Они популярны среди жителей города, а две набережные являются местами притяжения туристов (рисунок 2.1)

Эти открытые общественные пространства используются для общего

Кремлевская набережная

Набережная озера Кабан

Детский парк «Калейдоскоп»

Рисунок 2.1 – Объекты научно-исследовательской экспедиции
Источник: составлено авторами

пользования, свободны от транспорта и предназначены для использования неограниченным кругом лиц в целях досуга и полного доступа к объектам общественного назначения.[16] Выбранные для анализа участки располагаются в центре города (Кремлевская набережная и озеро Кабан) и в спальном районе Казани (детский парк “Калейдоскоп”).

В процессе полевых работ исследовательская команда выявила ключевых акторов территории (бизнес, сервисные организации, группы горожан, индивиды и др.) и уточнила их у операторов пространств. Акторы заинтересованы в функционировании открытых территорий в предлагаемом формате и вносят свой вклад в их развитие, увеличивая устойчивость созданных проектов. Работа была сфокусирована на уточнении идентичности, топонимики, навигации каждой отдельной из выбранных трех территорий в городе и оценке восприятия пространств пользователями. В задачи полевых работ входила диагностика мнений посетителей на основе группы из трех методов (см. раздел 1), систематизация информации и предложений о возможных направлениях улучшения включенности общественного пространства в повседневную жизнь города и горожан за счет его исторической, культурной и досуговой интеграции.

2.1. Наблюдение и выявление центров притяжения общественных пространств в городе

В предыдущем разделе рассмотрены теоретические основы метода наблюдения и описан механизм анализа центров притяжения городских открытых общественных пространств (так называемых “горячих точек”, англ. “hot spots”). В данной части описано применение этих инструментов на примере общественных пространств в г. Казань, рассмотрены полученные результаты.

Работа по наблюдению проходила в несколько этапов (рисунок 2.2). Чтобы получить наибольший объем информации, необходимо было не только провести наблюдение, но и обработать данные, используя инструменты анализа.

Рисунок 2.2 – Этапы проведения метода наблюдения городских открытых общественных пространств
Источник: составлено авторами

[16] https://www.gov.spb.ru/static/writable/mediact/materials/2016/12/01/

В данном случае “hot-spot”- анализ в сочетании с наблюдением был одной из наиболее оптимальных стратегий исследования трех территорий в городе, поскольку такой подход позволяет получить следующую информацию:

- определить целевую аудиторию;
- составить “портреты пользователей”;
- выявить объекты на территории, которые являются наиболее привлекательными для целевой аудитории пространства;
- определить «часы-пик» для объекта (временные промежутки с наибольшим количеством посетителей).

Среди ограничений полевых исследовательских работ отметим:

1. ограничение по времени нахождения на территории (затруднения систематического и долговременного сбора данных)
2. строительные работы на некоторых анализируемых открытых пространствах.

Таблица 2.1 – Результаты этапов наблюдениея в городе Казань

Этап	Цель этапа	Результат
Подготовка к исследованию	Сбор информации об объекте и разработка плана и инструментов для исследования в поле.	1. Изучена история создания набережных и парка, особенности объектов, 2. Изучен уровень вовлечения жителей в разработку проекта (степень соучастия и вовлечения). 3. Составлен предварительный список очагов концентрации активности на территориях и целевые группы пользователей. 4. Проведен предварительный анализ мнений жителей об ОП из социальных сетей города: определены проблемные зоны и преимущества. 5. Составлен шаблонов формы сбора данных (Google-Формы)
Сбор данных	В течение недели провести наблюдение на всех трех объектах, захватив рабочие и выходные дни, утреннее, дневное и вечернее время.	1. Составлен график наблюдений по времени суток и площадкам. 2. Заполнение данных в Google Forms, где фиксировалась информация о количестве человек, возрастных группах, времени
Обработка данных	Подготовить данные к анализу и определить горячие точки	1. Таблицы по объектам приведены к единому виду.
Обработка данных	благодаря собранной информации на этапе сбора данных.	2. Данные структурированы
Анализ данных	Провести hotspot анализ, рассчитать описательную статистику для собранного массива наблюдений	1. Данные проанализированы 2. Определены «горячие точки» на каждом объекте и места с низкой посещаемостью для разных групп пользователей

Источник: составлено авторами

Рисунок 2.3 - Пример зонирования участка наблюдения по объектам (детский парк «Калейдоскоп», город Казань)
Источник: составлено авторами

Результаты каждого из этапов проведения наблюдения в Казани представлены в таблице 2.1. На предварительном этапе работы каждый объект был разделен на зоны с точками притяжения. Пример такого деления представлен на Рисунке 2.3. Обычно центрами являются элементы детских площадок, спортивные объекты, кафе, общественные туалеты и т.п.

Итоги наблюдений по трём объектам исследования в городе Казани представлены на рисунках 2.6 - 2.11.

Исследователи выходили на площадки и фиксировали, сколько пользователей разных возрастных групп взаимодействовали с тем или иным объектом.

В результате анализа “горячих точек” были выделены точки притяжения населения на территории Кремлёвской набережной, набережной озера Кабан и парка “Калейдоскоп”

В каждой из зон были выделены центры концентрации активности посетителей.

В собранном массиве данных цветом выделено общее число посещений различных точек на территории набережной: красным - наименее посещаемые места, желтым - умеренно посещаемые, зелёным - высоковостребованных (рисунок 2.5).

```
    at_all
Min.   : 0.000
1st Qu.: 0.000
Median : 2.000
Mean   : 2.692
3rd Qu.: 4.000
Max.   :14.000
```

Рисунок 2.4 – Фрагмент описательной статистики измерения количества людей на объекте
Источник: составлено авторами

Spot	0-17	18-39	40-60	60	at_all	time	day_week
Маяк	0	2	0	0	2	12:23	пн
Домик (пирс 1)	1	2	1	0	4	12:23	пн
Эйнштейн + детская пл	2	4	0	0	6	12:25	пн
Сцена (пирс 2)	0	0	0	0	0	12:24	пн
Туалет + дядя Стёпа	1	2	0	0	3	12:27	пн
Карусель 2	1	1	0	1	3	12:27	пн
Фотозона Казань	0	0	2	0	2	12:32	пн
Трибуны около кваса	0	0	2	0	2	12:34	пн
Беседка с качелями + в	1	1	1	0	3	12:40	пн
Караоке	0	0	0	0	0	12:44	пн
Уличная библиотека	0	0	0	0	0	12:41	пн
Горка 1	0	3	0	0	3	12:48	пн
Качели для детей в вид	0	4	2	2	8	12:49	пн
Горка 2	2	2	0	0	4	12:50	пн
Качели для всех	3	1	2	1	7	12:51	пн
Добрый парк	0	0	0	0	0	12:55	пн
Фигуры Олени	0	0	0	0	0	12:38	пн
Автомат с соком и боль	0	0	0	0	0	12:51	пн
Фотозона Влюблённые	0	0	0	0	0	12:58	пн
Лежаки	0	0	0	0	0	13:00	пн
Буккроссинг не работае	0	0	0	0	0	13:04	пн
Трибуны (колизей)	0	7	2	0	9	13:06	пн
Лестница	0	6	4	0	10	13:07	пн
Зона около пышечной и	0	0	1	0	1	13:41	пн
Workout	0	1	0	0	1	13:44	пн

Рисунок 2.5 – Фрагмент собранных данных по объекту “Кремлёвская Набережная” в городе Казани
9-17 октября 2021 года
Источник: составлено авторами

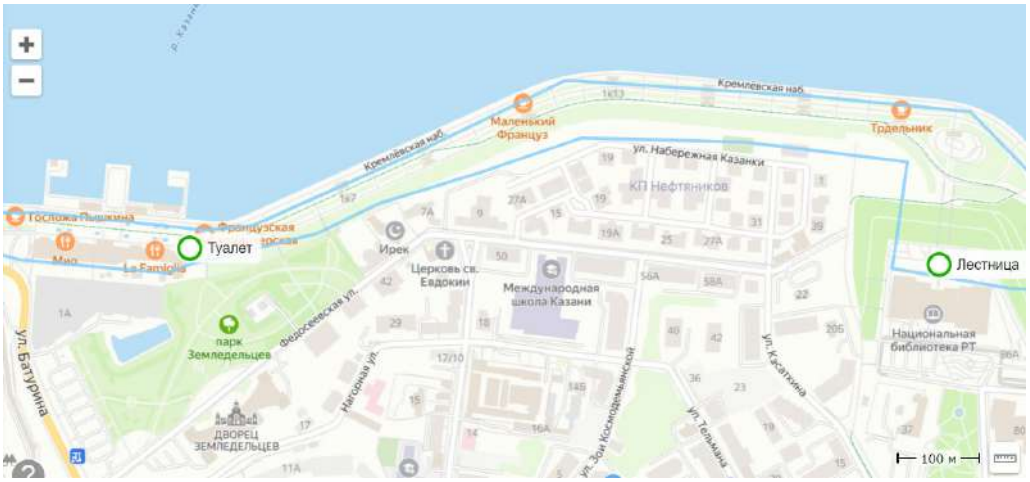

Рисунок 2.6 – Точки расположения центров притяжения посетителей Кремлёвской набережной в г. Казани
Источник: материалы авторов полевого исследования 9-17 октября 2021г.

Spot	0-17	18-39	40-60	60	at_all	time	day_week
Пешеходная зона под театром	0	20	15	5	40	16:00	сб
Детская площадка	17	15	0	0	32	16:03	сб
Скамейки напротив фонтана	0	15	0	0	15	16:05	сб
Маленький спуск к воде	0	10	0	0	10	16:12	сб
Смотровая площадка №4 большая	0	7	0	0	7	16:30	сб
Спортивная площадка	0	7	0	0	7	16:34	сб
Ландшафтный парк	0	3	2	0	5	16:39	сб
Пешеходный мост	0	7	0	0	7	16:44	сб
Памятник Марджани	0	4	0	0	4	16:55	сб
Пешеходная зона под театром	2	25	8	2	37	18:30	вс
Правый берег у театра	0	11	0	0	11	18:45	вс
Пирс правый берег 2 шт.	1	7	0	0	8	18:47	вс
Под театром у фонтана	2	13	10	2	27	18:32	вс
Детская площадка	3	12	1	1	17	16:38	вс
Скамейки напротив фонтана	0	5	2	6	13	18:31	вс
Маленький спуск к воде	0	2	1	0	3	18:55	вс
Смотровая площадка №1	0	11	0	0	11	19:05	вс
Смотровая площадка №2 маленькая	0	2	2	0	4	19:05	вс

Рисунок 2.7 – Фрагмент сбора данных по объекту Набережная озера Кабан в г. Казани
Источник: составлено авторами

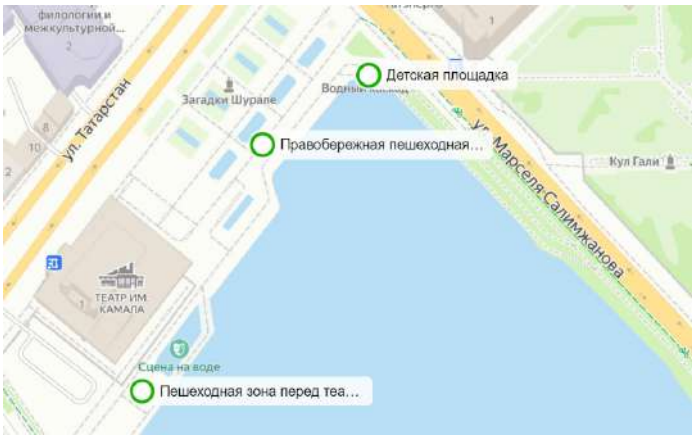

Рисунок 2.8 – Точки расположения центров притяжения посетителей набережной озера Кабан в г. Казани
Источник: материалы авторов полевого исследования

Рисунок 2.9 – Фотографии точек притяжения посетителей набережной озера Кабан
Источник: открытые интернет-ресурсы

Spot	0-12	13-17	18-39	40-60	60	at_all	time	day_week
Логово дракона	5	0	1	0	2	8	12:54	ср
Детская площадка на ar	3	0	1	1	0	5	12:55	ср
Детская площадка:4-12	13	5	11	3	6	38	13:05	ср
Детская площадка:0-4	8	0	7	1	1	17	13:06	ср
Футбольное поле+трибу	0	13	5	0	1	19	13:08	ср
Восклицательный знак+	0	1	0	2	0	3	13:09	ср
Скамейка около входа+	1	0	1	0	2	4	11:07	чт
Барсуки+скамейки	6	0	3	1	1	11	11:11	пт
Качели с фигурами+ска	4	0	3	1	1	9	11:11	сб
Самолёт с облаками	0	0	0	0	0	0	11:12	вс
Сцена со скамейками	5	0	4	2	2	13	11:13	пн
Лабиринт	19	2	7	5	2	35	11:14	вт
@+трибуны+львы	10	1	3	3	0	17	11:15	ср
Детская площадка:0-4	11	0	9	0	2	22	11:17	чт
Детская площадка:4-12	17	3	12	9	9	50	11:19	пт
Восклицательный знак+	0	4	0	0	1	5	11:20	сб
Футбольное поле+трибу	0	0	0	0	0	0	11:22	вс
Детская площадка на ar	8	0	4	2	1	15	11:25	пн

Рисунок 2.10 – Фрагмент сбора данных по объекту парк “Калейдоскоп” в г. Казани
Источник: составлено авторами

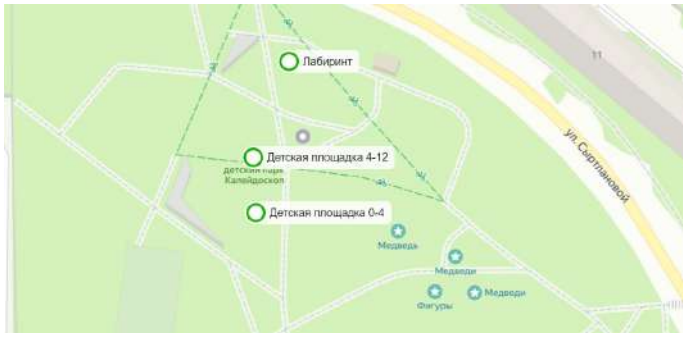

Рисунок 2.11 – Точки расположения центров притяжения посетителей Детского парка “Калейдоскоп”
Источник: материалы авторов полевого исследования

Опыт апробации метода наблюдения на трех реализованных проектах в городе Казани (одного парка и двух набережных) позволил определить их объективные характеристики: целевые группы пользователей; элементы обустройства территорий, траектории передвижения, которые совпадают с потребностями и интересами разных социальных категорий горожан для времяпрепровождения вне дома.

Метод применим и для предметно-пространственного анализа восприятия жителями города как «своего» в разных его районах, а также позволяет уточнить визуальный образ общественных пространств, функции их операторов и возможные сценарии использования территории группами жителей в разное время дня и рабочей недели, в выходные дни. Он прост в применении для оценивания устойчивости проектов благоустройства и может дать ориентиры для постпроектного обслуживания городских территорий, для создания концепций соучаствующего проектирования. Полученные итоги наблюдения и анализ точек активности реализуют цели полевой работы исследователей - понять процесс ориентирования посетителей и их общие предпочтения, предложить основу дальнейшего изучения открытых общественных пространств в сочетании с другими способами анализа архитектурно-планировочных решений.

2.2. Анализ общественных пространств методом социологического опроса

Перед исследователями стояла задача составить опрос, который был бы универсальным для всех трёх объектов (Кремлевская Набережная, Набережная озера Кабан, детский парк «Калейдоскоп»). Опрос состоит из вопросов, направленных на изучение:

1. Посещаемости объекта (длительность посещения, компания, с которой приходит человек и так далее);
2. Целей посещения (посещают ли мероприятия, как часто, выявление других целей посещения);
3. Удовлетворенности посетителей различными аспектами (проведенное благоустройство, наличие объектов для рекреации, безопасность и так далее);
4. Участия посетителей в жизни города (осведомлённость о возможности влиять на архитектурный облик, наличие/отсутствие мотивации принимать участие в облагораживании объекта).

Структура опроса представлена на рисунке 2.12.

Рисунок 2.12 – Структура социологического опроса для исследования общественного пространства
Источник: составлено авторами

Также для таких объектов, как Набережная озера Кабан и детский парк «Калейдоскоп», были составлены дополнительные вопросы, применяемые только на этих объектах. Это было сделано по следующим причинам:

- При реконструкции Набережной озера Кабан был применён метод соучаствующего проектирования, поэтому нам было важно узнать принимали ли посетители участие в публичных обсуждениях или обладали ли они данной информацией;
- Детский парк «Калейдоскоп» создан для посещения детей, которые приходят со взрослыми. Главная цель посетителей – провести время с ребёнком, поэтому на данном специфическом объекте особенно важно узнать о состоянии объекта, о удовлетворенности родителей, бабушек, дедушек тем, как дети проводят время в парке. В социологический опрос были включены вопросы об осведомленности проведения публичных обсуждений, которые также были применены при реконструкции объекта.

Для удобства проведения опроса на открытых общественных пространсвах мы использовали программу Google Forms, в которую перенесли опрос из печатного в онлайн формат. Ознакомиться с полным вариантом опроса можно, обратившись к Приложению А.

После проведения опроса и получения результатов, мы приступили к обработке данных. Способ анализа полученной информации зависит от типа вопроса. Обработка открытого вопроса связана с выделением частного из общего, формированием кластеров. Анализ закрытых вопросов проводился через нахождение средней, по результатам которой ранжировались общественные пространства.

Пример подхода к обработке результатов открытых вопросов:

Вопрос №13 сформулирован следующим образом: **По Вашему мнению, необходимо ли что-то изменить/добавить на (объект)?** Нами было получено множество ответов на этот вопрос, кроме того, часть респондентов выделяла несколько недостатков на объекте, которые касались совершенно разных аспектов.

После отфильтровывания ответов по каждому объекту, были выделены те, которые повторялись. Например, многих посетителей Набережной озера Кабан и Детского парка «Калейдоскоп» волнует проблема отсутствия объектов общественного питания на территории общественных пространств. Те, проблемы, которые повторялись из ответа в ответ, безусловно, заслуживают внимания управленцев и исследователей. Например, проблема, сформулированная как «не отремонтирована часть объекта», потребовала поиска информации на официальных сайтах администрации г. Казань и обращения к представителям власти. Было выяснено, что некоторые участки объектов, требующие ремонта, находятся в процессе реставрации, поэтому данные проблемы нерелевантны.

В ходе опроса были получены уникальные ответы и замечания жителей. Они важны, потому что в них содержатся детали, которые пользователи замечают, когда часто посещают данные открытые городские пространства.

Среди ответов на вопросы были и труднореализуемые ответы-предложения: “сделать пруд с утками в Детском парке”. Они были выделены как нерелевантные по причине того, что на территории парка нет места для пруда, а также это было бы небезопасно для детей. Поэтому при формировании рекомендаций по улучшению пространств такие предложения не используются или используются очень ограниченно.

Все проблемы были разделены нами на группы (рисунок 2.13).

Обобщенные проблемы трех общественных пространств г. Казань представлены в таблице 2.14.

Рисунок 2.13 – Группы проблем анализируемых территорий городских общественных пространств открытого типа , выявленные на основе опроса в г. Казани
Источник: материалы авторов полевого исследования

	Кремлёвская Набережная	Набережная озера Кабан	Детский парк «Калейдоскоп»
Территория	· Добавить скамейки со спинками · Бетонное покрытие – много трещин, пласты бетона «съехали» · Плохое освещение – тусклое, есть не на всей территории набережной · Нет ухода за деревьями, поэтому они гибнут · Много мусора · Мало мусорных урн · Некачественная велодорожка · Небезопасно, так как люди ходят по велодорожке, а люди на транспорте едут по пешеходной части · На многих объектах слезла краска · Узкие тротуары · Установить больше качелей	· Много мусора · Не косят траву · Больше лавочек · Плохое состояние воды · Отсутствие площадок для командных игр · Добавить велопрокат · Не хватает тренажёров · Освещение на правой стороне · Добавить больше зон для детей · Небезопасное пространство для детей – добавить ограждения · Добавить прорезиненные беговые дорожки · Нет места, где можно согреться в холодное время	· Опасные горки · Множество сломанных объектов (лавочки, самолёт, качели и тд) · Отсутствие тента, которые будет защищать от солнечных лучей в летнее время · Мало тренажёров · Мало деревьев · Недостаточно места на площадке для всех детей · Много неубранного мусора · Добавить площадку для скейтбордистов · Небезопасно в тёмное время суток
Рекреационное времяпрепро-вождения	· Проводить больше мероприятий · Добавить больше мест для детей, пожилых людей и домашних животных · Сделать доступные цены на аттракционы	· Проводить выставки и другие творческие мероприятия	· Отсутствие мероприятий с аниматором (творческие, игры и тд) · Отсутствие проката велосипедов
Места общего пользования	· Кафе – отсутствует разнообразие (нет еды для веганов), расположены только в начале набережной, рано закрываются · Мало туалетов на объекте	· Отсутствие кафе · Изменение режима работы туалетов	· Отсутствие кафе · Изменение режима работы туалетов
Прилегающие территории	· Создать больше парковочных мест	· Отсутствие паркинга	· Отсутствие оборудованного входа со стороны парковки
Другое	· Музыка – громкая, неподходящая для данного места, играет во время того, как проводится намаз в мечетях · Плохая стилистика (отсутствие айдентики объекта) · Неграмотное разделение потоков людей	· Много бродячих собак · Много людей на самокатах, что создаёт аварийные ситуации · Неприятный запах с фабрики · Плохое информирование граждан о проводимых мероприятиях	· Школьники, которые мусорят, портят объекты, матерятся · Не пускать собак на территорию · Обеспечить объект патрульными, которые будут следить за порядком

Таблица 2.14 – Проблемы анализируемых территорий городских общественных пространств открытого типа , выявленные на основе опроса в г. Казани 9-17 октября 2021 г.
Источник: составлено авторами

Для того, чтобы оценить качество общественного пространства, была построена матрица по средним значениям **комфорта**, **удовольствия** и **безопасности**, трёх критериев, на основе подхода Яна Гейла (подробнее про критерии привлекательности общественного пространства написано в разделе 1.2). Анализ позволяет получить оценку состояния общественного пространства по каждому критерию и провести их сравнение.

Описательные данные социологического опроса могут быть преобразованы в количественные показатели с помощью кодирования. Например, к вариантам ответов о частоте посещения объекта были установлены следующие категории: «пришёл впервые» – 1, «редко» – 2, «нечасто» – 3, «не очень часто» – 4, «довольно часто» – 5. Порядок кодирования устанавливается для каждого вопроса от 1 до 5, где 1- наихудшая оценка респондента, а 5 - наилучшая. В приведённом примере чем чаще респондент посещает объект, тем лучше пространство, так как оно способно удовлетворить потребности горожанина.

По каждому вопросу с пятибалльной шкалой, в том числе по перекодированным вопросам, было найдено среднее значение. В случаях, где к одному критерию относилось несколько показателей, общее среднее значение критерия определялось как среднее арифметическое средних значений показателей. После такого как были проведены все вычисления по каждой категории, была составлена матрица критериев качества общественного пространства (рисунок 2.15).

На рисунке 2.15. использована цветовая шкала для форматирования полученных результатов. Диапазон шкалы колеблется от ярко красного цвета (наихудший результат) до тёмно-зелёного (наилучший результат).

Из рисунка видно, что общественные пространства недостаточно комфортные, по мнению респондентов. В то же время рассматриваемые городские территории Казани удовлетворяют горожан по предоставляемой степени безопасности.

	Комфорт	Удовольствие	Безопасность
Кремлёвская набережная	2,48	4,48	4,67
Набережная о. Кабан	2,44	4,34	4,82
Детский парк "Калейдоскоп"	2,55	4,42	4,65

Рисунок 2.15 – Матрица критериев оценки качества трех городских общественных пространств г.Казани
Источник: составлено авторами

Рисунок 2.16 – Портреты типичных пользователей Кремлевской набережной, набережной о. Кабан, детского парка «Калейдоскоп»
Источник: составлено авторами

Также обработка результатов социологического опроса позволила создать своеобразный **индекс восприятия** анализируемых **общественных пространств** Казани: были проранжированы объекты **по сумме полученных баллов**. Так, с небольшим отрывом Кремлевская набережная заняла первое место, детский парк «Калейдоскоп» - второе, а набережная озера Кабан – третье. Основная причина такого распределения мест – достаточное разнообразие коммерческих объектов на Кремлевской набережной (кафе, прокат самокатов и тд.) и явный недостаток точек общественного питания на набережной озера Кабан и в парке “Калейдоскоп”.

В последний блок вопросов входили классические социально-демографические сведения. Они позволи выяснить информацию, важную для понимания целевой аудитории пространства. В результате были получены **портреты типичных пользователей** трёх открытых городских пространств г. Казань (рисунок 2.16).

Как видно на рисунке 2.16, типичные посетители таких общественных пространств, как набережная о. Кабан и Кремлёвская набережная - это мужчины и женщины в возрасте от 25 до 43 лет, которые имеют постоянное место работы и проживают в г. Казань с рождения или недавно переехали.

При сравнении портретов типичных пользователей набережной о. Кабан и Кремлёвской набережной есть одно различие: Кремлевская набережная пользуется популярностью среди туристов в возрастной категории от 19 до 60 лет, посетителями набережной о. Кабан в большей степени являются местные жители. Это происходит потому, что жители используют пространство набережной о. Кабан как транзитную зону между работой, домом и местом, где они проводят обеденное время. Кроме того, это пространство ограждено стеной из специального материала, которая заглушает звуки, поэтому, несмотря на расположение набережной у шоссе с интенсивным движением, местные жители используют его для отдыха около воды, чтения книг, вязания и т.п.

Портреты посетителей детского парка «Калейдоскоп» отличаются от выше описанных, так как этим пространством пользуются женщины от 25 до 43 лет, являющиеся домохозяйками или находящиеся в декретном отпуске и имеющие от 1 и более детей, а также женщины от 60 лет и старше, проводящие время в парке с внуками.

Горожанин является главным пользователем общественных пространств, поэтому именно его мнение стоит учитывать для создания действительно успешно интегрированного и «живого» пространства. Применение метода социологического опроса для анализа общественного пространства дает возможность для оценки объекта «изнутри», устанавливаются достоинства и недостатки общественных пространств, и определяется, какие критерии качества пространства соблюдаются, а какие - нет. Методом опроса можно оперативно выявлять точечные проблемы функционирования территории и своевременно решить их. Таким образом, социологический опрос – это ценный инструмент анализа общественного пространства, предоставляющий основу для принятия управленческих решений в целях улучшения городской среды.

Портреты посетителей общественных пространств важны для управления городскими территориями и сохранения устойчивой реализации проектов по благоустройству, так как парк-менеджеры, администрация города и другие управляющие лица должны продумывать, как удовлетворять основные потребности граждан, чтобы их пребывание на общественных пространствах было комфортным. Портреты посетителей помогают в этом, так как исходя из знания пола, возраста, места проживания и работы, можно определить интересы и потребности жителей и гостей города.

2.3. Оценка восприятия общественных пространств на основе ментальных карт

При исследовании восприятия местными жителями общественных пространств с помощью ментального картирования удалось выяснить, каким жители видят каждую из исследуемых территорий. Были изучены индивидуальные маршруты, изобразить их предлагалось каждому респонденту на карте местности.

Для проведения ментального картирования был составлен гайд полуструктурированного интервью, состоящий из следующих вопросов:

1. **Что для Вас значит [название места]? (Несколькими словами? Прилагательными?)**
2. **Опишите свои обычные перемещения по [название места]. Нарисуйте фактически, как Вы перемещаетесь по [название места], каким путем Вы идете? Ограничивает ли что-то Ваши перемещения?**
3. **А в каких частях/местах [название места] Вы еще бываете? По работе? Отдыхаете? Едите? Пьете кофе? Занимаетесь спортом? В какие части [название места] вы не ходите? Почему? (Интервьюер, если нужно, задавайте вопросы на уточнение).**
4. **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).**
5. **Какие части и/или объекты [название места] вызывают у Вас положительные эмоции: радость, интерес? Отметьте их, пожалуйста. (Если информант не затрудняется привести пример - что-то красивое, места, с которыми связаны радостные воспоминания. Не подсказывать намеренно!) Если нужно, задавайте вопросы на уточнение.**
6. **Какие места и/или объекты [название места] вызывают у Вас негативные эмоции: раздражение, страх? Нарисуйте их, пожалуйста. (Если информант затрудняется, привести пример - мусор, пугающие темные места, непонятные люди. Не подсказывать намеренно! Если нужно, задавайте вопросы на уточнение).**

Рассмотрим итоги ментального картирования трех объектов. Для **набережной озера Кабан** важным фактором стало его протяженность. При анализе типичных маршрутов пользователей можно заметить, что нижняя часть набережной слева практически не используется посетителями (рисунок 2.17).

Данный участок, по словам респондентов, а также по личным наблюдениям исследователей, является не обустроенным, в темное время суток и в непогоду - еще и небезопасным. Таким образом, большая часть маршрутов находится в верхней части набережной.

Обобщая данные маршрутов и ответы респондентов в ходе полуструктурированного интервью, можно сказать, что **наиболее примечательными объектами набережной являются фонтан и детский водный игровой комплекс.**

Рисунок 2.17 – Карта наиболее распространенных маршрутов по набережной оз. Кабан
Источник: составлено авторами

Совсем иная карта маршрутов была обнаружена в детском парке «Калейдоскоп». Как показано на карте (рисунок 2.18), наиболее распространенных маршрутов нет у посетителей парка. Они свободно перемещаются по всему периметру территории парка. Это позволяет нам сделать вывод о том, что на пути людей, гуляющих в парке, не встречается каких-либо барьеров.

На рисунке 2.19 представлена карта наиболее распространенных маршрутов на Кремлевской набережной. В данном случае были замечены некоторые сходства с набережной озера Кабан: большая протяженность, необустроенность некоторых участков. Анализируя карту маршрутов данного общественного пространства, прежде всего стоит отметить особенность Кремлевской набережной: карту маршрутов можно разделить на две, почти равные по площади части, поскольку именно так построены большинство маршрутов респондентов.

Значительная часть посетителей зачастую **не проходит** всю **набережную от начала до конца**. По словам некоторых респондентов, они даже никогда не бывали в ее противоположной части, несмотря на частые прогулки по ней. Как показал анализ, кафе и рестораны в большей мере расположены в левой части набережной. Это создает определенные трудности для посетителей, пришедших на набережную с противоположной стороны.

Более того, как и в случае с набережной озера Кабан, у респондентов **нет целостного образа Кремлевской набережной**, поскольку многие из них попросту не бывают в противоположной стороне. Это подтверждает карта маршрутов, где нет возможности определить четкие края ментальной карты или выделить завершенный маршрут вдоль всей набережной. Кроме карт распространенных маршрутов были также составлены карты мест, вызывающих негативные, позитивные эмоции, интересные места, места активностей

(Приложение Б).

Рисунок 2.18 – Карта наиболее распространенных маршрутов посетителей в парке «Калейдоскоп»
Источник: составлено авторами

Рисунок 2.19 – Карта наиболее распространенных маршрутов посетителей Кремлевской набережной в городе Казани
Источник: составлено авторами

Таким образом, анализ ответов респондентов на вопрос о местах, вызывающих негативные или позитивные эмоции, показал, что на набережной озера Кабан и Кремлевской набережной большинство объектов, вызывающих неприятные эмоции, являются необустроенные места, а в парке «Калейдоскоп», в большей мере, это небезопасные, вышедшие из строя объекты.

Исследование карт наиболее распространенных маршрутов показало, что только территория парка «Калейдоскоп» используется посетителями в полной мере, в то время как на набережной озера Кабан бóльшая часть маршрутов пролегает в верхней части этого участка, а левая нижняя часть набережной почти не используется из-за ее необустроенности. На **Кремлевской набережной** бóльшая часть маршрутов пролегает в ее левой части, при этом важно отметить, что в силу большой протяженности набережной практически отсутствуют длинные маршруты от одной части набережной до ее противоположной части. Указанные особенности Кремлевской набережной и набережной озера Кабан говорят о том, что восприятие этих пространств жителями не является целостным, на территории используются пользователями частично.

Следующим этапом работы с ментальными картами стал анализ очагов концентрации интересов конечных пользователей общественных пространств в Казани. В результате обработки данных были выявлены конкретные объекты общественных пространств, вызывающие наибольший интерес и спрос у посетителей. Они были представлены на карте в виде очагов концентрации с помощью программы Mapbox.[17] Для удобства дальнейшего применения полученных данных каждого общественного пространства очаги концентрации были разделены на следующие группы в соответствии со сферами жизнедеятельности: работа, спорт, питание, отдых. Также необходимо отметить, что радиус точек (очагов) на карте зависит от количества респондентов, проявивших интерес к этому участку города: чем больше радиус круга, тем больше данный объект востребован у пользователей.

Рассмотрим сферу отдыха для каждого из исследуемых общественных пространств. Так, большая часть объектов для отдыха, посетителей, сконцентрирована в центре парка «Калейдоскоп». Наиболее предпочтительными из них являются большая скамейка, качели и детская площадка для детей в возрасте 4-12 лет (рисунок 2.20).

Несколько иначе расположены очаги концентрации на Кремлевской набережной Во-первых, зоны активностей посетителей здесь расположены менее плотно. Они «разбросаны» по центральной части набережной. Так, пространство рядом с Национальным культурным центром «Казаньф» и качели расположены в центральной части набережной справа, а спортивная площадка, фонтаны и карусель слева. Во-вторых, радиусы очагов концентрации значительно различаются: спортивная площадка и карусель имеют небольшой радиус (спрос среди не более 20 респондентов), а пространство рядом с НКЦ и фонтаны имеют радиус гораздо больше.

Рисунок 2.20 – Очаги концентрации точек отдыха в парке «Калейдоскоп»
Источник: составлено авторами в программе Mapbox

[17] Maps, geocoding, and navigation APIs & SDKs | Mapbox. Режим доступа: https://www.mapbox.com/maps

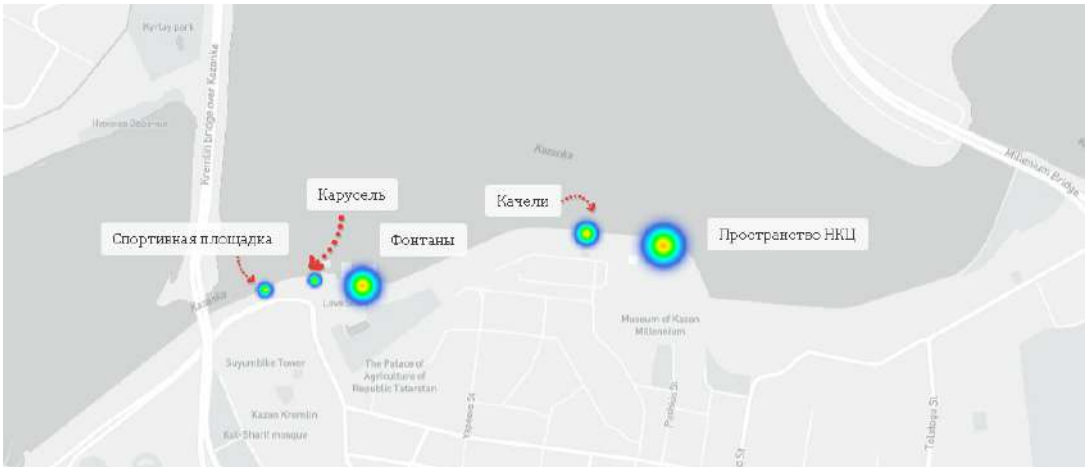

Рисунок 2.21 – Очаги концентрации точек отдыха на Кремлевской набережной
Источник составлено авторами в программе Mapbox

Опрос среди более 40 респондентов). Наконец, учитывая большую протяженность Кремлевской набережной, очагов концентрации в сфере отдыха недостаточно, чтобы удовлетворить интерес и потребности всех посетителей (рисунок 2.21).

Очаги концентрации активности жителей на набережной озера Кабан изображены на рисунке 2.22. Некоторые очаги концентрации, исходя из их близкого расположения и возможности одновременного использования, можно объединить в небольшие кластеры: два из них находятся в верхней части набережной, один - в правой нижней. Объединение этих объектов вполне обосновано, поскольку они обладают одинаковыми характеристиками (направлены на удовлетворение потребностей посетителей в отдыхе, находятся в одной части набережной, дополняют друг друга). Более того, радиусы отдельных очагов концентрации имеют приблизительно одинаковый размер, что позволяет не перегружать отдельные объекты, создавая комфортные условия использования общественного пространства для большинства посетителей.

Таким образом, очаги концентрации точек отдыха наиболее удачно сформированы на набережной озера Кабан, а наименее эффективно – на Кремлевской набережной.

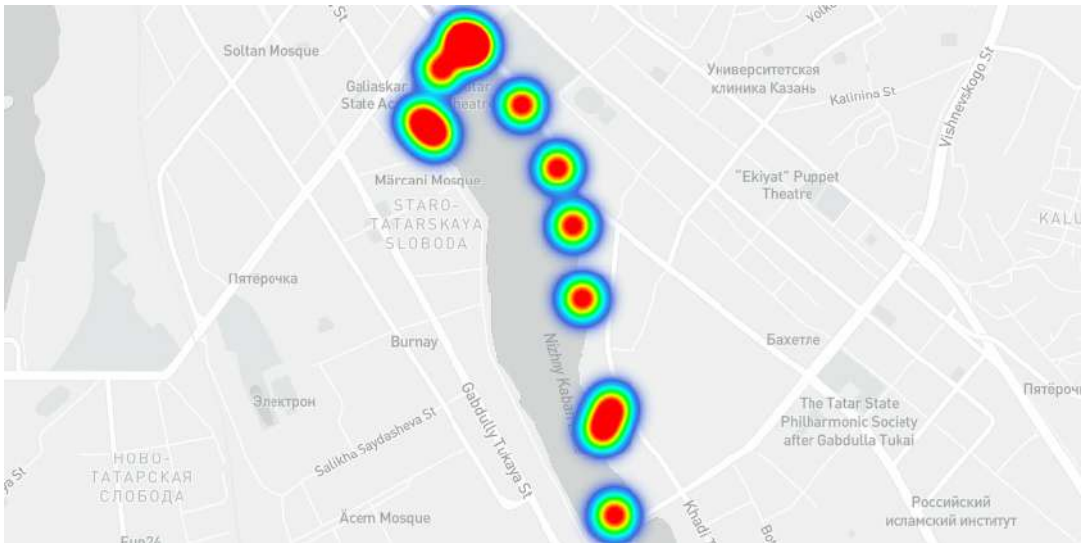

Рисунок 2.22 – Тепловая набережной озера Кабан
Источник: составлено авторами в программе Mapbox

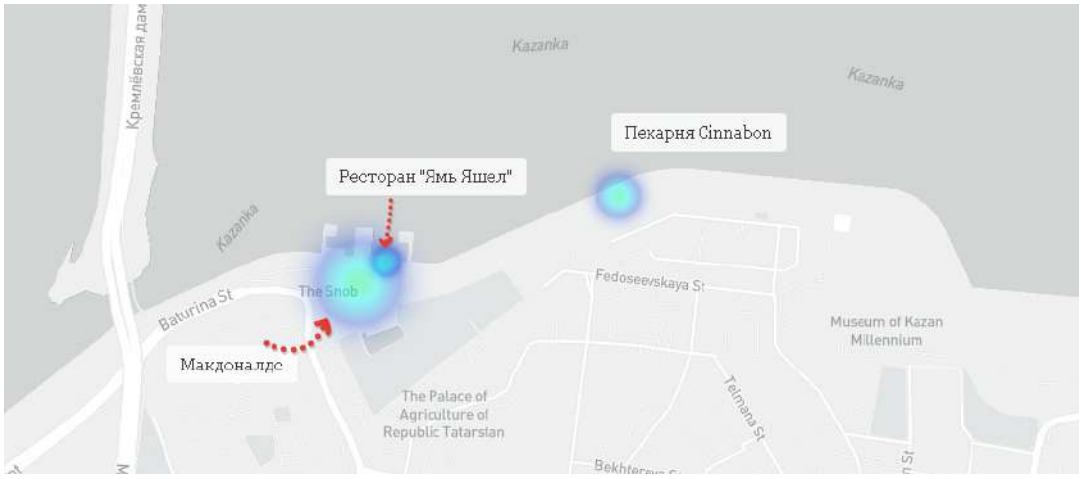

Рисунок 2.23 – Очаги концентрации точек питания на Кремлевской набережной
Источник: составлено авторами в программе Mapbox

Более того, каждое из исследуемых общественных пространств имеет перспективы и территориальные возможности для развития в сфере отдыха. Рассмотрим очаги концентрации точек питания. Они представлены лишь на одном общественном пространстве - Кремлевской набережной. Это три точки: ресторан «Ямь Яшел», «Вкусно и точка» (бывш. «Макдоналдс»), Пекарня Cinabon (рисунок 2.23).

При этом важно отметить, что все указанные точки не вызывают у большинства респондентов позитивных эмоций в силу дороговизны этих мест.

Сфера питания представлена только на Кремлевской набережной, однако, согласно результатам опроса на остальных общественных пространствах, спрос на точки питания крайне высок **(более 50% всех опрошенных указывали на необходимость появления точек питания на территории общественного пространства).**

Кратко рассмотрим точки активности жителей в области **спорта** и **труда**. В ходе проведения ментального картирования точки для занятия спортом выявлены в парке «Калейдоскоп» и на Кремлевской набережной. Точки для работы выявлены только на набережной озера Кабан и на Кремлевской набережной (рисунки 2.24 и 2.25).

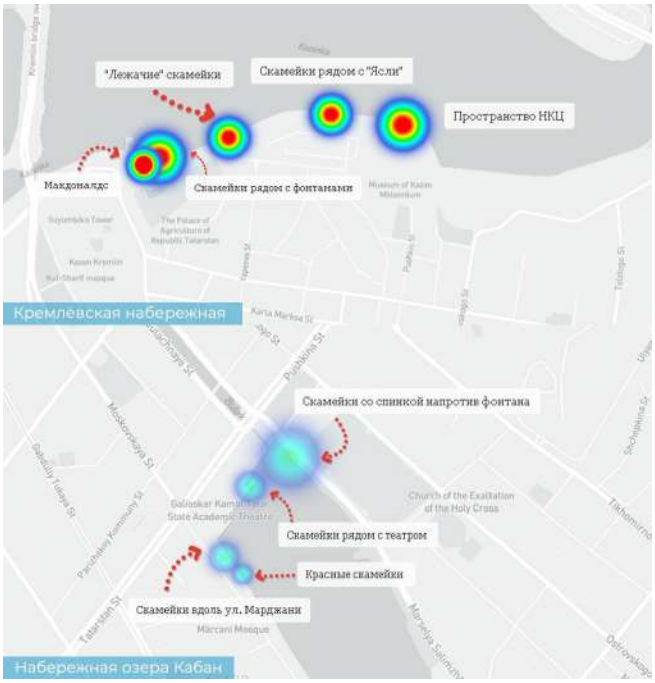

Рисунок 2.24 – Очаги концентрации точек для работы на Кремлевской набережной и набережной оз. Кабан
Источник: составлено авторами в программе Mapbox

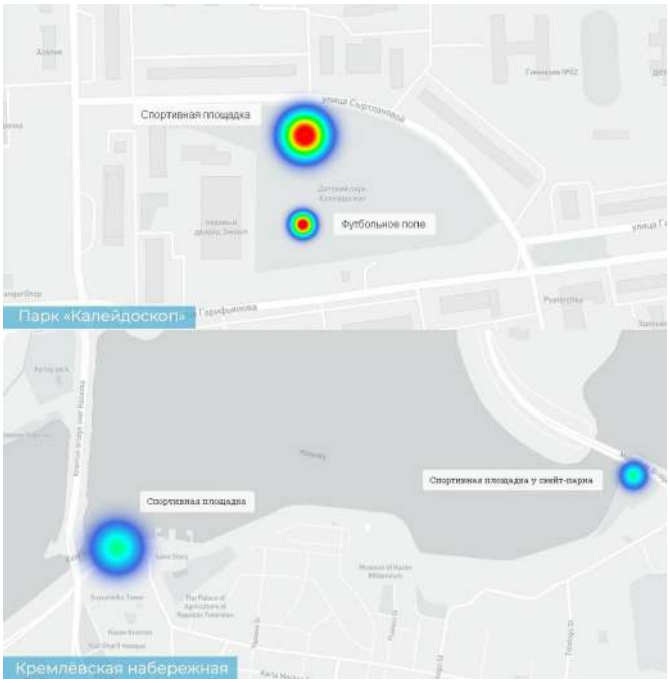

Рисунок 2.25 – Очаги концентрации точек для занятия спортом в парке “Калейдоскоп” и на Кремлевской набережной
Источник: составлено авторами в программе Mapbox

Таким образом, наиболее развитой и представленной функцией во всех трех исследуемых общественных пространствах является сфера отдыха. На набережной озера Кабан очаги концентрации точек отдыха сформированы наиболее удобным для посетителей образом, что положительно влияет на восприятие всего общественного пространства в целом.

Сфера спорта развита менее успешно, поскольку количество очагов концентрации во всех общественных пространствах не превышает двух, однако и те не пользуются высоким спросом у посетителей.

Места для работы и точки питания развиты в наименьшей степени. Так, сфера работы на Кремлевской набережной и набережной озера Кабан представлена несколькими объектами, интерес к которым со стороны жителей невысок, а сфера питания развита лишь на Кремлевской набережной, при этом многие респонденты не удовлетворены ими. В этой связи видится важной разработка управленческими структурами города Казани системы рекомендаций и проектов по улучшению функционирования данных общественных пространств по каждому из проанализированных в ходе ментального картирования направлений.

Раздел 3.
Практические рекомендации для будущих исследований

В предыдущих разделах были раскрыты особенности трех методов анализа общественных пространств в городе Казани, созданных с учетом мнения населения. Эти проекты реализованы и пользуются повышенным интересом у жителей и гостей города. В этом разделе представлены **алгоритмы применения наблюдения, социологического опроса и ментального картирования** для их использования в исследованиях городской среды, а также универсальные **рекомендации по их реализации.**

По результатам проведённых полевых работ на двух открытых общественных пространствах в центре и в парке в спальном районе города Казань мы предлагаем несколько советов, которые помогут исследователям и экспертам вместе с жителями уточнить выбор точек интереса, видов активностей и проблемных зон территорий, выявить отношение горожан к месту, разработать способы сохранения ценностей и идентичности городской среды.

3.1. Наблюдение и анализ «горячих точек»: советы и рекомендации

Что важно знать при **подготовке** к проведению наблюдения?

1. Заранее четко определить цель для личного понимания наблюдателя: на что направлять свое зрительное внимание, за чем следить более пристально для получения достойного результата, чтобы избежать «лишних» измерений и искажений данных для дальнейшего анализа.

СОВЕТ 1: Определение цели - важный этап в каждом исследовании. Прежде чем её поставить перед собой, мы предлагаем ответить на следующие вопросы, которые помогут сформулировать ее четко: **“Что Вы хотите узнать в результате проведения анализа?”, “Какой информации об объекте Вам не хватает и каким образом анализ поможет ее восполнить?”, “Как Ваши результаты помогут в дальнейших исследованиях?”**. Также мы рекомендуем использовать технику SMART, которая поможет в дальнейшем определить акценты Вашего исследования и сделать релевантные выводы по результатам работы. Аббревиатура SMART расшифровывается как: S (Specific) - конкретная; M (Measurable) - измеримая; A (Achievable) - достижимая; R (Relevant) - соответствующая; T (Time) - актуальная, ограниченная по времени.[18] Это помогает обобщить воедино всю имеющуюся информацию об исследуемом объекте, устанавливает конкретные сроки проведения работы, определяет полноту имеющихся ресурсов, а также самое главное - дает участникам работы четкие и ясные цель и задачи.

[18] SMART- система постановки цели. URL:https://mn-zd.ru/planirovanie/smart-sistema-postanovki-celej/

2. Детально изучить территорию объекта (составить базу для наблюдения: собрать информацию об общественном пространстве - о состоянии и маршрутах пешеходных тропинок, дорог и тротуаров, заведениях, работающих на территории, информацию об малых архитектурных формах (МАФ), уличной мебели, урнах, лестницах, элементах озеленения и благоустройства, обо всём, что располагается на территории объекта наблюдения).[19]

СОВЕТ 2: При сборе информации об объекте, следует посещать не только официальные сайты, но и социальные сети (например, группу Вконтакте объекта) и форумы жителей.

Рис 3.1 – Поврежденная деревянная фигура в парке "Калейдоскоп", г. Казань
Источник: архив авторов

3. Составить план наблюдения (например, в течение недели захватить как минимум один типичный рабочий день и один типичный выходной) и также определить социально-демографические группы пользователей.

СОВЕТ 3: Обновлять данные следует регулярно. Во время сбора информации необходимо обращать внимание на техническое состояние объекта, его внешни вид, безопасность и удобство использования. Например, в рамках нашего исследования в городе Казань на одном из объектов, в парке "Калейдоскоп" мы обнаружили поврежденные деревянные фигуры (рисунок 3.1).

При встрече с операторами открытого общественного пространства, ответственными за поддержание состояния парка, мы сообщили об этом, чтобы вопрос скорее был решен.

4. Создать предварительную карту исследуемой территории и определиться с точками наблюдения: они должны быть хорошо обозримыми и их должно быть возможно обойти за несколько минут. Если участок большой, его лучше разбить на несколько зон с наблюдателями в каждой из них. Для исследования можно выбрать самые интересные участки, самые

СОВЕТ 4: **Предварительно** (еще до первого визита) **нанести разделенные зоны и объекты на карту** общественного пространства (например, использовать рельефную карту в Google/Yandex). Так будет проще в будущем вносить корректировки на карту после первого обзора местности.

[19] Ненько А. Е., Социологические методы изучения общественных пространств. СПб: Университет ИТМО. 2020. С. 21.

СОВЕТ 5: После шагов 1-4 следует выбрать порядок фиксации измерений: фото- и видеофиксация, аудионоситель, бумажный носитель, электронный носитель. Последний способ является наиболее подходящим и рациональным, поскольку после его проведения не требуется оцифровка данных. Мы советуем использовать Google-Формы: это просто и удобно. Уже в процессе сбора данных можно будет посмотреть статистику и распределение сведений в процентном соотношении на диаграмме, а также выгрузить таблицу с имеющимися данными для дальнейшего исследования.

СОВЕТ 6: Следует придерживаться определенной структуры записи, вне зависимости от выбранного метода. Дата, точное время, место – это обязательные атрибуты при проведении измерений.

СОВЕТ 7: Исследователю необходимо подумать над последовательностью своих действий по приезде на место наблюдения, прописать и зафиксировать свои начальные «шаги» для того, чтобы в дальнейшем было проще проводить анализ. В дополнение к этому подумать над ответами на такие вопросы как:

- **Где наблюдаем?**
- **Когда наблюдаем?**
- **Что наблюдаем?**
- **Кого наблюдаем?**
- **Сколько наблюдаем?**

После подготовки к наблюдению следует основной этап – **сбор данных.**

Это самая главная стадия, именно на неq и строится вся работа исследователя: происходит первый выезд на место, первичный осмотр общественного пространства, пересмотр составленной Google Формы и внесение изменений при необходимости.

СОВЕТ 8: Как правило, всегда приходится делать правки, поскольку реальная картина пространства выглядит иначе, нежели в интернет-ресурсах. Некоторые объекты стоит объединить, так как они существуют в связке друг с другом, другие же разделить. Все модификации происходят на усмотрение исследователя. В Google-Формы следует вносить данные не только о количестве посетителей различных “точек притяжения” общественного пространства, но и классифицировать их по возрастным группам. Дата и время в форме фиксируется автоматически при отправке. В течение установленного исследователем периода происходит наблюдение и фиксация данных.

СОВЕТ 9: Необходимо учитывать, что в рамках исследования следует провести замеры **одного типичного буднего дня и одного типичного выходного** дня недели. Следует разделить день на 3 промежутка: **утро, день, вечер**, и осуществлять замеры в каждом из промежутков буднего и выходного дня. И замеры следует совершать регулярно, согласно составленному графику посещения объектов.

СОВЕТ 10: Записывать данные сразу и не надеяться на свою память в будущем. И заключительный этап - **“Анализ и обработка результатов”.**

СОВЕТ 11: Провести обработку данных можно при помощи различных инструментов. Первичные данные автоматически интегрируются в Google-формы, где их можно агрегировать, провести первичный анализ, построить диаграммы и графики. Визуализировать данные о посещаемости можно при помощи картографической ГИС-платформы ArcGis/Mapbox, программы RStudio и других специализированных платформ для геоинформационного анализа.

СОВЕТ 12: Для упрощения обработки данных необходимо при составлении Google Forms обратить внимание на язык ввода. Например, инструмент RStudio не восприимчив к русскоязычному тексту в названиях строк и колонок, поэтому удобнее сразу создавать опросник с англоязычной версией названий локаций (или по-другому горячих точек).

Таким образом, применение метода “анализ горячих точек” - центров притяжения населения для изучения городских открытых общественных пространств нацелено на изучение исследуемой территории и выявление самых популярных мест у посетителей: тех мест, где скапливается наибольшее количество людей в определенный момент дня. При проведении анализа “горячих точек“ (hot spot” - analysis”) важно учитывать несколько моментов:

1) исследовать пространство следует в разные временные промежутки и регулярно;

2) обращать внимание не только на посетителей, но и на состояние объектов, располагающихся на исследуемой территории;

3) иногда общаться с посетителями для более глубинного анализа и понимания учета запросов жителей города в реализованных проектах благоустройства.

В результате применения метода наблюдения можно выявить, насколько территория неоднородна, оценить уровень ее востребованности у различных групп населения. Можно обнаружить достоинства и недостатки развития пространства, преимущества и недостатки его ландшафта, и в итоге понять, соответствует ли пространство потребностям, интересам и желания жителей и гостей города.

Очевидно, что метод наблюдения для открытых общественных пространств помогает увидеть зоны привлекательности в разное время дня. Такие участки требуется сохранять и поддерживать, как главные ценности. Например, создавать новые центры концентрации. Для будущего функционирования и устойчивости проектов обустройства набережных, парков и озер для жителей такими участками могут выступать: природа, зеленые насаждения, ландшафт. Более того, это могут быть объекты, которые закрывают рекреационную потребность посетителей: малые архитектурные формы, досуговые зоны для разных типов активностей жителей. Метод фиксации в виде горячих точек итогов наблюдения помогает учитывать связанность территорий с графиком работы общественного транспорта, структурой рабочего и нерабочего времени жителей, пешеходными маршрутами в городе.

3.2. Особенности и алгоритм проведения опросов пользователей общественных пространств

Рисунок 3.2 – Алгоритм проведения социологического опроса посетителей о качестве услуг благоустройства и комфорте открытых общественных пространств в городе
Источник: составлено авторами

По итогам исследования трех открытых общественных пространств в городе Казань, нами предлагается алгоритм, который поможет провести социологический опрос посетителей ООП.

Для каждого пункта алгоритма нами были разработаны рекомендации, направленные на повышение эффективности работы исследователей (рисунок 3.2) .

1. Советы по выбору типа социологического опроса.

Для того, чтобы понять насколько детален составленный опрос, создайте файл (черновик) опроса, где рядом с каждым **вопросом** укажите, какую информацию Вы хотите получить с помощью данного вопроса (например, узнать мотивы посещения **общественного** пространства) и для чего он Вам нужен (для оценки безопасности, привлекательности и т.д).

Кроме того, следует продумать, какой вид опроса целесообразнее применять в зависимости от целей и методов исследования. Это повлияет на включение в опрос закрытых и (или) открытых вопросов.

Если Вы не можете дать ответы на поставленные вопросы или в результате окажется, что вопросы социологического опроса дублируют друг друга, то исключите такие вопросы или при возможности объедините с другими. Постарайтесь не затягивать опрос, концентрация внимания респондента сохраняется в течение 10-15 минут

2. СОВЕТЫ ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ ОСНОВНЫХ ПРОБЛЕМ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА.

Общественное пространство может иметь как множествоположительных аспектов, так и изъянов. В первую очередь исследователь задумывается о таких проблемных местах как, например, парковка, удобство входа для маломобильных групп, наличие кафе и других мест питания на территории обширных общественных пространств. Однако вряд ли можно при первичном изучении обратить внимание на то, что, например, посетителям нравится или вызывает у них негативные эмоции. Если исследователь не включит в опрос и/или не спросит респондентов о таких аспектах общественного пространства, то такое исследование может упустить ряд важных деталей.

ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ИЗБЕЖАТЬ ТАКИХ ОШИБОК НЕОБХОДИМО:

А) Изучить страницы общественных пространств в социальных сетях. Как правило, посетители пишут как о положительных, так и об отрицательных впечатлениях от посещения того или иного общественного пространства. Не ограничивайтесь просмотром постов за несколько месяцев, изучите как можно больше публикаций (от года и более). Более длительный срок даст возможность также оценить, как изменилось общественное пространство, а также то, как администрации города и/или операторы общественного пространства реагируют на обращения граждан.

Б) Изучите отзывы об общественных пространствах в картах (Google Maps, 2ГИС, Яндекс Карты и т.д.). Данный пункт можно сочетать как с предыдущим, так и отдельно, так как не для всех общественных пространств созданы аккаунты в социальных сетях, особенно если оно было открыто достаточно давно. Также в картах, как правило, больше негативных отзывов и, соответственно, можно выделить слабые стороны ООП.

В) Использовать открытые вопросы в опросе. Узнав какой-то плюс или минус общественного пространства в процессе опроса, не забывайте использовать его при дальнейшей работе, так вы сможете удостовериться: узкий или широкий круг населения волнует эта проблема.

3. СОВЕТЫ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ОПРОСА

Используйте электронные устройства для проведения опроса (рисунок 3.3). Если Вы будете использовать распечатанный опрос во время исследования, то, во-первых, есть возможность «повредить» данные из-за погодных условий, во-вторых, придётся потратить время на то, что- бы обработать ответы и перевести их в цифровой вариант.

Рис 3.3 – Опрос посетителей детского парка «Калейдоскоп » в г. Казань
Источник: архив авторов

Если же вы будете использовать Google-Формы или любой другой ресурс для сбора ответов, то после завершения опросов Вы сможете сразу приступить к анализу собранной информации. В-третьих, как правило, люди приходят погулять или проходят мимо общественного пространства и, соответственно, торопятся, лишь небольшое количество согласится остановиться и заполнить бумажный опрос, с опросом в электронном формате респонденту не придется останавливаться и тратить дополнительное время, что повышает привлекательность прохождения опроса.

Определите, на каких участках общественных пространств находятся представители различных целевых аудиторий. При изучении Кремлевской Набережной, в городе Казань было отмечено, что участок достаточно протяженный и продолжает расширяться. Но у пространства есть только один вход на территорию, который используется пенсионерами и представителями маломобильных групп населения. Также эти посетители, как правило, не уходят далеко от данной точки. По этой причине опросить пенсионеров и представителей маломобильных групп населения можно в начале Кремлевской Набережной.

Выбирайте правильный временной промежуток для изучения мнений посетителей городских общественных пространств. В процессе полевых исследований было замечено, что даже такое популярное место как Кремлёвская Набережная, может быть безлюдным. Поэтому для того, чтобы работа исследователя была продуктивной, важно не пренебрегать таким фактором как время суток и спецификой пространства. **Так, в первой половине рабочего дня на объекте немноголюдно, но можно встретить туристов и узнать их мнение. Однако важно учитывать специфику** общественного пространства.

Используйте специальную символику для наблюдателей и интервьюеров. Жители и гости городов с большим удовольствие помогут Вам в исследовании, если будут понимать, кто Вы. По этой причине обязательно используйте то, что будет выделять Вас среди других посетителей открытых общественных пространств: бейджи с указанием имени, фамилии, организации или любой другой мерч (футболка, кепка и т.д.), который находится в Вашем распоряжении.

Не ограничивайтесь опросом: общайтесь и спрашивайте. Безусловно, опрос – Ваш главный инструмент для оценки качества городских общественных пространств на месте. Но не забывайте, что Вы общаетесь с реальными людьми, поэтому не бойтесь задавать им дополнительные вопросы, уточнять некоторые детали, особенно если Вы видите, что респондент готов делиться с Вами информацией. Также Вы можете применить дополнительный инструмент к пункту 2: добавьте в черновик Вашего опроса столбец с дополнительными вопросами, которые применяются, если респондент открыт к диалогу.

4. СОВЕТЫ ПО ОБРАБОТКЕ ПОЛУЧЕННЫХ ДАННЫХ

Методы, используемые при обработке полученных результатов, зависят от выбранного ранее типа социологического опроса. При **структурированном опросе** применяются количественные методы исследования, при качественном опросе допустимы любые методы. Проверьте, чтобы количество респондентов, если вы проводите исследование нескольких ООП, совпадало. Также важно соблюдать репрезентативность выборки по пропорциональным соотношениям пола и возраста.

Важным этапом анализа общественного пространства является составление **портрета типичного пользователя общественного пространства.** На основе информации о поле, возрасте, месте проживания и работе определяется целевая аудитория обследуемой городской среды. Полученные портреты пользователей помогают в определении интересов и потребностей посетителей общественного пространства.

Таким образом, применение метода социологического опроса для изучения общественных пространств направлено на получение субъективного мнения респондентов-посетителей о городской среде. Анализ полученных ответов на закрытые вопросы позволяет выявить достоинства и недостатки, которые выделяют большинство участников опроса.

Изучение открытых вопросов даёт более «глубинную» информацию о объекте исследования. При проведении опроса важно учесть все целевые группы посетителей открытого общественного пространства, и исследовать участок этой территории города на основе данных наблюдения (раздел 3.1) в разные временные промежутки.

В результате социологического опроса можно выявить характер использования открытого городского общественного пространства различными группами населения, найти его слабые и сильные стороны и учесть мнение горожан, определив их потребности и интересы для будущего функционирования и развития анализируемого участка городской территории.

3.3. Ключевые аспекты проведения ментального картирования

В этой части данной разработки наши рекомендации предназначены для лиц, ответственных за организацию и управление в городе, развитие его территорий, открытых для всех посетителей. В частности, это бизнес-сообщества, эксперты в сфере градостроительства и архитектуры, урбанистики и строительства, органы власти (органы местного самоуправления, депутаты региональных центров компетенций по вопросам формирования комфортной городской среды, депутаты местного и регионального уровней).

Рассмотрим ряд важных правил при работе с ментальным картированием среды вместе с жителями для выделения точек интереса, проблемных зон, изучения принадлежности к городской территории, восприятия самобытности открытых общественных пространств.

Ментальные карты, полученные от каждого респондента, тематически группируются, затем накладываются друг на друга и сравниваются. Далее на основе определенных комбинаций или серий отдельных карт создаются обобщающие или окончательные тематические ментальные карты. На этом этапе могут появиться сходства между картами людей с сопоставимым образом жизни, возрастом, интересами и уровнем опыта работы в данной местности.

ПРИ РАБОТЕ ВЫДЕЛЯЮТ ТРИ ЭТАПА:

1. **этап подготовки к исследованию**
2. **этап проведения ментального картирования**
3. **этап анализа полученных результатов**

Этап подготовки к ментальному картированию состоит из следующих шагов:

1. Предварительно изучить общественное пространство, историю его проектирования и развития, наиболее посещаемые объекты ООП.
2. Составить карту общественного пространства. Крайне важно не наносить на карту уже готовые маршруты и все видимые объекты, поскольку это может повлиять на ответы респондентов, а лишь добавить общие ориентиры и очертания.
3. Определиться с выборкой для полуструктурированного интервью. Этот шаг важен, поскольку для формирования полного представления о восприятии жителями ООП важно учесть мнение наибольшего количества возрастных категорий местных жителей.
4. Составить опросник. Вопросы рекомендуется составить таким образом, чтобы на последующих этапах исследования

Второй этап осуществляется в режиме полуструктурированного интервью с респондентом и одновременно его рисованием самой ментальной карты.

Специфика этапа:

1. В процессе проведения интервью нужно обращать особое внимание на то, а) в какой последовательности человек рисует компоненты карты, б) возвращается ли он к одним и тем же компонентам, в) какие компоненты он прорабатывает с особой тщательностью, которые отражают отношение информанта к изображению.
2. В процессе интервью нужно также фиксировать субъективные переживания человека по поводу описываемого им пространства и причинах его эмоций.
3. Итог проведения интервью: у вас должны остаться: а) запись самого интервью в виде аудио или видеоматериала, б) нарисованная респондентом ментальная карта с отметками, в) ваши записи о ходе интервью (дневник интервью).

Заключительный этап **картирования городской среды** вместе с жителями посвящен анализу собранного материала. Здесь необходимо провести количественные подсчеты и качественную интерпретацию полученных данных (рисунок 3.4).

Рис 3.4. – Количественные и качественные метрики анализа данных
Источник: составлено авторами

Общие выводы

В городах растет численность жителей, активно формируются их требования к качеству и комфорту проживания, сохранению исторического облика и самобытности городской среды. Поэтому управленцы-профессионалы и исследователи постоянно занимаются поиском решений проблем городского развития. Многочисленные проекты открытых общественных пространств не просто внедряются в “городскую палитру” для повышения комфорта жизни, но дают импульс для развития ряда новых профессий, для которых необходимы знания по предметной области «Государственное и муниципальное управление», аналитические навыки, умение работать с мнениями и данными. Среди подобных современных профессий: менеджер местного сообщества, парк-менеджер, экоурбанист, городской планировщик, специалист по краудсорсингу и краудфандингу, модератор общественных платформ, аналитик городских данных и др. Для них городские пространства являются «магнитом», притягивающим новые возможности улучшения жизни города и повышения качества управления. Открытые общественные пространства - центры возникновения синергетических эффектов внутренней солидарности жителей, для привлечения на территорию города инвесторов, новых жителей, туристов, бизнеса, пользователей. При условии их граммотного планирования и развития, городские пространства формируют потоки новых ресурсов и инвестиций.

Полученные итоги полевого исследования городских открытых общественных пространств Казани реализуют его цель - выявить постпроектные эффекты архитектурно-планировочных управленческих решений в оценках жителей. Результаты позволяют понять сценарии использования ООП, проблемные и приоритетные зоны, формируемый образ и впечатления от города в целом, направления повышения устойчивости развития проектов по благоустройству города .

Таким образом, авторы предложили основу научно-практической работы по корректировке уже созданных важных фрагментов городской среды через вовлечение жителей в обсуждение необходимых изменений. Данное Руководство можно применять для организации сбора реальных эмпирических данных на open-air площадках не только в центре города, но и в районах новой застройки на периферии.

Рекомендации и советы показывают, как в работе специалистов городского управления можно эффективно применить ряд методов сбора и анализа мнения жителей (наблюдение, социологический опрос, ментальное картирование городской среды - способы визуализации и обработки данных), чтобы выявить проблемы действующих открытых общественных пространств и сформировать запросы горожан на будущую досуговую деятельность, направления сохранения ценности ландшафтов, флоры и фауны, исторической и местной идентичности городов и городских территорий.

Все замечания и предложения просим направлять по адресу:

stepanovaes1@gmail.com, vkaissarova@hse.ru.

Список использованных источников и литературы

1. Воробьева, О. В. Разработка количественного опроса в прикладных городских исследованиях / Городские исследования и практики. 2021. Т. 6. № 2. С. 85-95
2. Дидиков. А.Е и Алексеева, М. Е. Применение метода «анализ горячих точек» для повышения эффективности управления предприятием и выявления значимых экологических проблем / Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». №3. 2015. С. 274.
3. Дорофеева, Е. О., Жуковская, Н. В., Геоинформационный анализ и картографирование преступлений (на примере г. Минска). С. 92. ULR: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/236439/1/92-96.pdf
4. Курякова, Н.Б., Пируцкая, А.В. Алгоритм определения перспективных для преобразования общественных пространств на примере г. Губахи / Инновационная наука. 2017. №1-2. С. 173-177.
5. Лымаренко, В. М. Метод наблюдения в исследованиях/ Межрегиональный институт экономики и права при МПА.ЕВРАЗЭС.2018. С. 34.
6. Ненько, А. Е., Социологические методы изучения общественных пространств / СПб: Университет ИТМО. 2020. С. 57.
7. Петров, Э.П. Метод наблюдения в социологическом исследовании. (Глава 1, Глава 2) / Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. М.: Наука. 1990. С. 150-189.
8. Пространственный анализ ArcGIS - анализ горячих точек. URL: https:// russian-blogs.com/article/7970972692/
9. Gehl, J. Cities for People / Washington DC: Island Press. 2010. 288 p.
10. Jacobs, J. The Death and Life of Great American Cities / New York: Random House. 1993 (1961). 474 p.
11. Sanoff, H. Democratic Design: Participation Case Studies in Urban and Small Town Environments / VDM Verlag. 2010. 168 p.
12. Whyte, W.H. The Social Life of Small Urban Spaces / New York: Project for Public Spaces.1980. 402 p.

Приложение А

Схема социологического опроса пользователей открытых городских пространств в г. Казани 9-17 октября 2021 г.

Общая часть

1.Как обычно Вы добираетесь до (название объекта)?

- пешком
- на личном автомобиле
- на общественном транспорте
- на такси
- другое (самокат, велосипед и тд)

2.Насколько трудно Вам добираться до (объекта), оцените по 5-и бальной шкале, где 1 - легко, 5 - трудно.

3.Оцените, пожалуйста, как часто Вы посещаете (объект)?

- довольно часто (два раза в неделю и чаще)
- не очень часто (один-два раза в месяц)
- нечасто (несколько раз в год)
- редко (два-три раза в год и реже)
- пришёл (-а) впервые

4.С кем вы обычно приходите на общественное пространство?

- один (одна)
- с ребенком (с детьми)
- с семьей
- с друзьями и родными
- парой
- с животными
- другое

5.Сколько времени в среднем вы тратите на посещение объекта?

- меньше 30 минут
- меньше часа
- 1-2 часа
- 3-4 часа
- другое

6.Ходили ли Вы на какие-либо мероприятия на (объект)? Если да, то как часто Вы их посещаете?

- каждую неделю
- 1-2 раза в месяц
- несколько раз в год
- не посещаю

Узнать причину, по которой респондент не посещает мероприятия:

7.Оцените, пожалуйста, по шкале от 1 до 5 насколько Вам нравятся изменения в благоустройстве, которые произошли на (объекте) за последние 5 лет. Где 1 – совсем не нравится, 5 – очень нравится.

Причина, по которой респондент удовлетворён или не удовлетворён изменениями:

8.Оцените, пожалуйста, по шкале от 1 до 5 насколько Вы удовлетворены коммерческими объектами (кафе, прокат велосипедов, самокатов и тп), находящимися на (объект). Где 1 - нет ничего, что соответствует моим интересам и потребностям, 5 - есть всё, что соответствует моим интересам и потребностям.

Чего не хватает?

9.С какой целью вы посещаете (объект)?

- отдых, тишина, общение с природой
- общение с окружающими людьми
- встречи с друзьями и знакомыми
- физкультура и спорт
- творчество (например, рисование, чтение и т. д.)
- игры с ребенком на детской площадке
- культурно-развлекательные мероприятия (например, масленица, новогодняя елка и др.)
- катание на каруселях, аттракционах
- пикник
- пересекаю парк по пути куда-либо
- привожу в парк приезжающих гостей (родственников, друзей и т. п.)
- привожу ребенка (детей) для занятий творчеством, физкультурой и просто для отдыха

10.Пожалуйста, оцените по шкале от 1 до 5 на сколько набережная (объект) соответствует потребностям и интересам жителей, где 1 – совсем не соответствует, 5 – полностью соответствует.

11.Как вы оцениваете в целом состояние (объекта) оцените по 5-ти балльной шкале, где 1 - крайне запущенное, 5 - прекрасное? (один вариант ответа)

12.Оцените насколько безопасно вы себя чувствуете на (объекте) по 5-ти бальной шкале. (чувствуете ли вы себя защищено и свободно на объекте в любое время суток) Где 1 - небезопасно, 10 - полностью безопасно.

13. По Вашему мнению, необходимо ли что-то изменить/добавить на (объект)?

14.Насколько данное общественное пространство, на ваш взгляд, вписалось в ткань города?

- полностью вписалось
- относительно вписалось, но я хотел бы, чтобы пространство больше выражало культурную идентичность
- совсем не вписалось
- затрудняюсь ответить

15.Знаете ли вы о возможности влиять на архитектурный облик города (о существовании программы благоустройства)?

- да, знаю и я участвовал в благоустройстве города
- да, я слышал, но никогда не чувствовал в благоустройстве города
- нет, не слышал, но мне интересно узнать об этой возможности
- нет, не слышал, и я не заинтересован в участии в благоустройстве города
- затрудняюсь ответить

16.Готовы ли вы участвовать в развитии общественных пространств в городе(уделять на это 1 час в неделю своего времени)?

- да
- скорее да
- скорее нет
- нет
- затрудняюсь ответить

Набережная Озера Кабан

1.Участвовали ли Вы в публичных обсуждениях по реконструкции (объект)? Если нет, то слышали ли что-то об этом?

2.Как Вы считаете, совпали ли ожидания жителей с реальностью?

Парк «Калейдоскоп»

1. Оцените техническое состояние детских площадок по 10-и бальной шкале, где 1 - не безопасно, 10 - полностью безопасно, всё в исправном состоянии.

2.На Ваш взгляд, хватает ли активностей на площадках для детей всех возрастов?

- да
- нет
- не хватает для детей совсем маленького возраста
- для детей старше 12 лет нет интересных объектов
- другое

3.На Ваш взгляд, на сколько мероприятие удовлетворяет запросы своей ЦА (дети и родители)?

- полностью
- частично
- не удовлетворяют
- направлены на другую ЦА

4.Какие мероприятия Вы бы хотели видеть в парке или каких видов активностей Вам не хватает?

5.Участвовали ли Вы в публичных обсуждениях по реконструкции (объект)? Если нет, то слышали ли что-то об этом?

Совпали ли ожидания с действительностью

Социально-демографические характеристики

1.Пол

- Мужской
- Женский

2.Возраст

- От 16 до 18
- От 19 до 24
- От 25 до 43
- От 44 до 60
- От 60 и старше

3.Место проживания

- Казань, я коренной житель
- Казань, я недавно переехал
- я проживаю на территории Республики Татарстан
- проживаю в другом регионе РФ
- проживаю за пределами РФ

4.Чем вы занимаетесь в настоящее время

- работаю (служу) полную занятость
- работаю (служу) неполная занятость
- учусь в организации среднего профессионального или высшего образования
- учусь в школе
- нахожусь в декретном отпуске
- домохозяйка
- на пенсии
- временно безработный

5.Что вы можете сказать о вашем нынешнем уровне доходов?

- уровень доходов позволяет жить без проблем и делать накопления
- уровень доходов позволяет ни в чем себе не отказывать
- уровень доходов позволяет приобретать только самое необходимое
- уровень доходов позволяет с трудом поддерживать свое существование
- не имею даже самого необходимого

Приложение Б

Рисунок 2.26 – Места, вызывающие негативные эмоции, в парке «Калейдоскоп»
Источник: материалы авторов полевого исследования

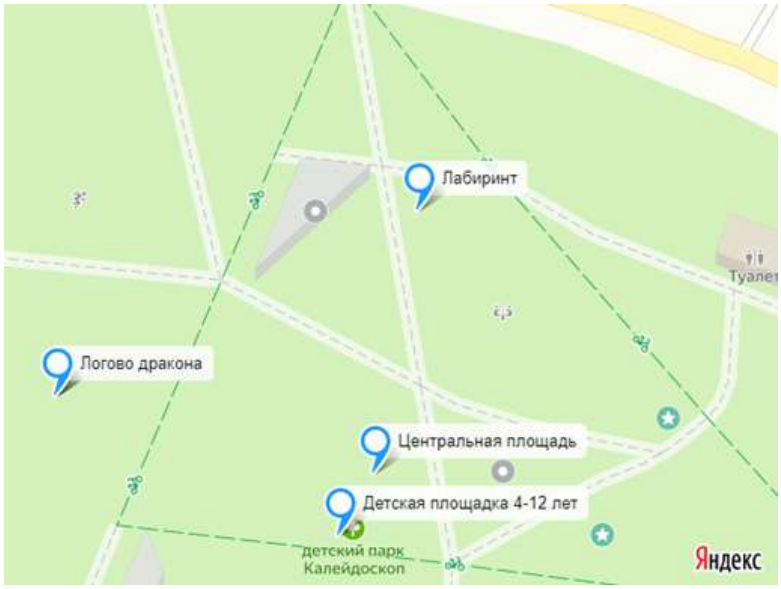

Рисунок 2.27 – Места, вызывающие позитивные эмоции, в парке «Калейдоскоп»
Источник: материалы авторов полевого исследования

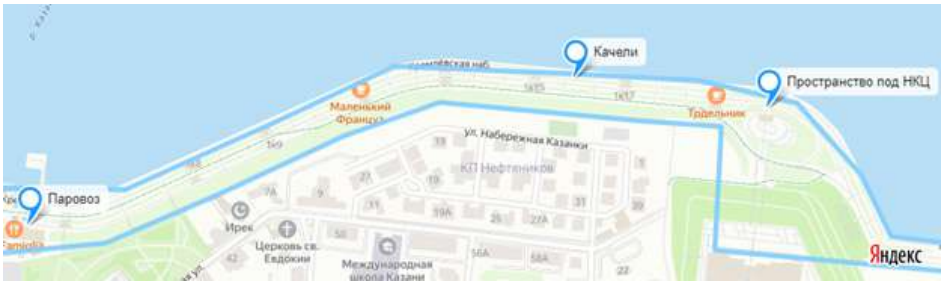

Рисунок 2.28 – Места, вызывающие позитивные эмоции, на Кремлевской набережной
Источник: материалы авторов полевого исследования

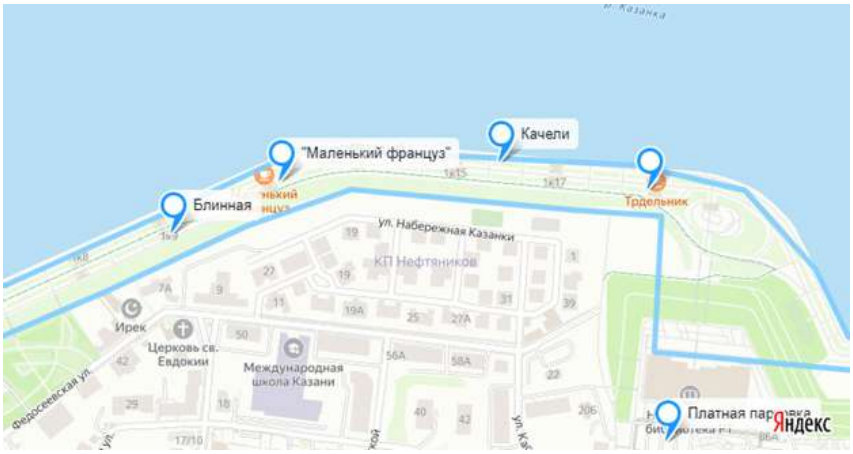

Рисунок 2.29 – Места, вызывающие негативные эмоции, на Кремлевской набережной
Источник: материалы авторов полевого исследования

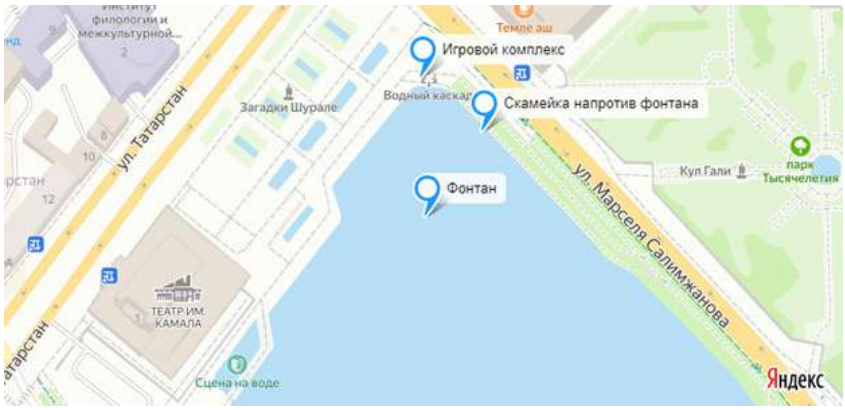

Рисунок 2.30 – Места, вызывающие позитивные эмоции, на набережной оз.Кабан
Источник: материалы авторов полевого исследования

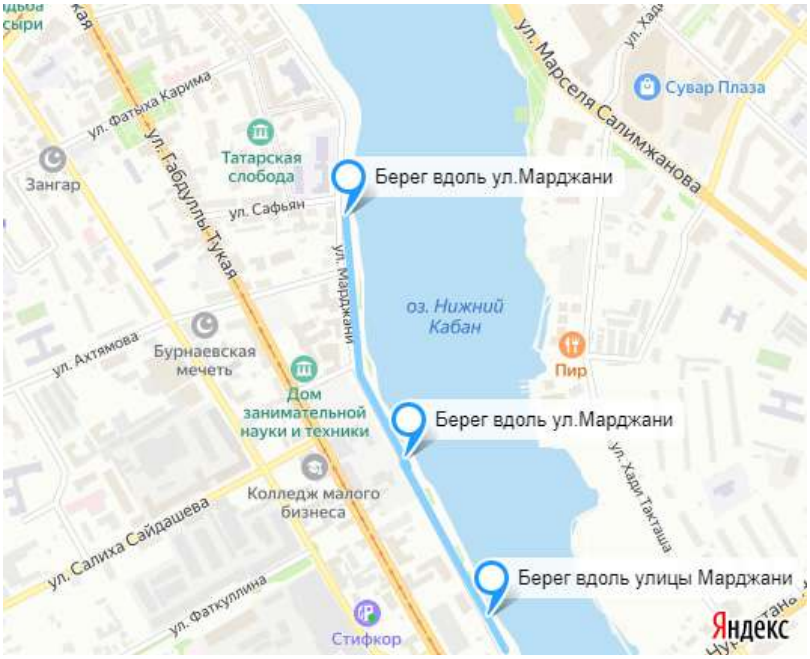

Рисунок 2.31 – Места, вызывающие негативнык эмоции, на набережной оз.Кабан
Источник: материалы авторов полевого исследования

Подписано в печать 20.01.2023
Тираж 100 экз.
Печать офсетная
Формат 60x84/8
Отпечатано в ООО “Типография Лесник”
197183, г. Санкт-Петербург, ул. Сабировская,37, лит. Д,
Тел.: (812) 649-73-09
www.l-print.spb.ru

ISBN: 978-5-4386-2230-7
9 785438 622307