

# Образ Петербурга глазами молодежи

Статья раскрывает результаты исследования, проведенного среди петербургской молодежи, целью которого было выявить отношение молодых людей к Петербургу, степень осведомленности молодежи о культурных объектах города.

**Полина Калинина,  
Юлия Анушкова,  
Наталья Симанова**  
студентки РГПУ им. А.И. Герцена

**Ключевые слова:** образ, Петербург, молодежь.

Санкт-Петербург — культурная столица России. Численность населения в Петербурге превышает 4,600 000 человек. Молодежь занимает значительную часть всего населения Петербурга. У каждого юного жителя города сформировано свое представление о Петербурге, для каждого город представляет разный образ. Студенты СПбГУ провели исследование, цель которого — выявить отношение молодых людей к городу Санкт-Петербургу по следующим параметрам: насколько хорошо молодежь знает достопримечательности города, чем она интересуется, что для нее важно и что бы молодежь хотела изменить в городе<sup>1</sup>. Объектом исследования являлась петербургская молодежь; предметом исследования являлись интерес и отношение людей к городу, включая эмоциональный аспект. Предполагается, что результаты данного исследования дадут основу для осуществления проекта под названием "Формирование нового взгляда молодежи на Санкт-Петербург, путем совместного исследования города". Таким образом, разработка проекта преследует две цели: объединяющую и информативную. При создании плана проекта была выдвинута гипотеза: в объединении молодежи поможет создание нового символа петербургской молодежи, так как ярким символом можно привлечь ее внимание.

Исследование носило пилотажный характер, обследовалось небольшое количество человек, поэтому выводы, сделанные по результатам анкетирования, являются предварительными. В анкетировании принял участие 281 человек, среди которых 46,5 % в возрасте от 17 до 19 лет, 27,5 % в возрасте от 20 до 22 лет и 26% в возрасте от 23 до 25 лет. В опросе принимали участие как жители Петербурга (131 человек), так и иногородние молодые люди и девушки (150 человек). 42% респондентов студенты, родились и живут в Петербурге, 58% респондентов иногородние молодые люди и девушки, посетившие Санкт-Петербург с туристической поездкой, или иногородние студенты петербургских ВУЗов, изъявившие желание поучаствовать в анкетировании.

Таким образом, анкетирование преследовало цель распознать образ Санкт-Петербурга в глазах молодежи, не только петербургской, но и иногородней. Для петербуржцев и иногородних респондентов были разработаны анкеты, вопросы которых были посвящены Петербургу и отношению к городу опрашиваемых.

Первая часть исследования затрагивает исключительно петербургскую молодежь. На вопрос, довольны ли они тем, что живут в Санкт-Петербурге, 84% опрошенных петербуржцев ответили положительно. 12% признались, что хотели бы переехать в

другой город, и всего 4% пока не поняли, нравится ли им жить в северной столице. Цифры говорят сами за себя: большинству проживающих в Санкт-Петербурге молодых людей нравится город.

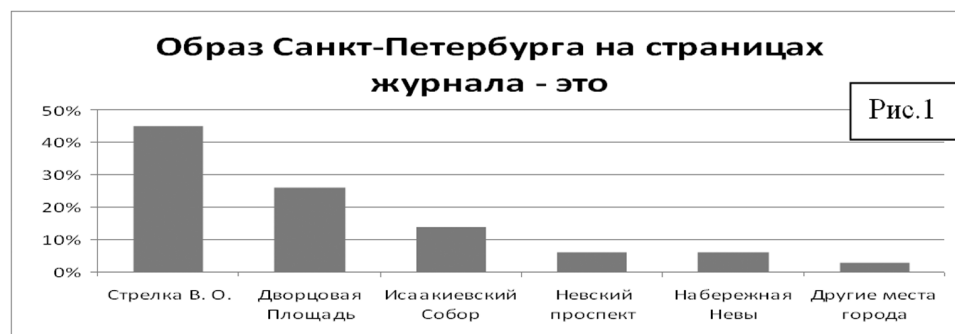
"Представить Санкт-Петербург на страницах журнала" — так звучало одно из первых заданий для молодых людей. Было предложено пофантазировать, какие места или объекты города они бы сфотографировали, чтобы лучше всего представить свой город.

В результате опроса, был получен список пяти наиболее популярных мест, которые, по мнению опрашиваемых, смогли бы в полной мере отразить образ Санкт-Петербурга. Первое место в списке занимает стрелка Васильевского Острова. На неё с самого начала обратили внимание 45% респондентов. На втором месте Дворцовая Площадь, которую упомянули 26% молодых людей. 14% — Исаакиевский собор и по 6% пришлось на Невский проспект и набережную Невы. Оставшиеся 3% распределились между различными местами Санкт-Петербурга: Эрмитажем, Адмиралтейством, Петропавловской крепостью и другими. Одной из самых оригинальных идей наших респондентов была фотография мостов города, снятая с высоты птичьего полета.

Молодым людям было предложено изобразить карту своего города, не придерживаясь обозначений туристских карт и карт метрополитена. Требовалось подключить свое воображение и наиболее полно изобразить виденье города, используя разные объекты в своих рисунках.

Респонденты изображали разные культурные объекты: музеи, соборы, дворцы и площади. Помимо этого молодые люди рисовали места для отдыха. Конечно, кто-то изображал парки и театры, отдавая предпочтение спокойному отдыху. Некоторые рисовали различные кафе, бары, клубы и развлекательные комплексы, тем самым подчеркивая свой активный образ жизни.

Что касается объектов, символизирующих город, это были: река Нева, Невский проспект, Литейный мост и Адмиралтейство. Объекты на картах узнаваемы, Невский проспект пытались



<sup>1</sup> Исследование проведено под руководством кандидата политических наук, ст. преподавателя Д.С. Быльевой

изобразить с высоты птичьего полета, Неву рисовали, опираясь на детские картинки, то есть в форме волнистой речки. Адмиралтейство и Литейный мост нарисованы четко, даже живописно. Остальные объекты рисовали и схематично, и полно, как бы изображая каждую деталь. Часто рисовали свое место жительства: свой дом, район, станцию метро. Студенты изображали ВУЗы, в которых они учатся, магазины и места, где они могут творчески развиваться и отдыхать.

Вот что получилось при исследовании: на индивидуальной карте города 36% респондентов выделили главный символ города — р. Неву, 29% уделили внимание Невскому проспекту, 24% выделили Петропавловскую крепость, 21% назвал Эрмитаж. 18% опрошенных отметили Дворцовую площадь и Казанский собор. 15% респондентов изобразили стрелку Васильевского Острова и Исаакиевский собор. Также опрашиваемые изобразили такие места: Спас на Крови, Летний Сад и Русский музей. 25% изобразили на карте свой дом, 4% изобразили человека. 4% респондентов выделили Литейный мост. И среди популярных нашли себе место Дворцовый и Банковский мосты.

С учетом того, что почти каждый рисовал станцию метро, самой популярной явилась ст. м. Гостинный Двор, следующими по популярности являются: Василеостровская, пл. Восстания и Сенная пл. Им отдано по 16% голосов.

Молодежь посещает театры, кино, кафе и клубы, а именно 35% нарисовали карту с театрами, такими как: ТЮЗ, БДТ, Молодежный, Эрмитажный и Мариинский. 22% рисовали кинотеатры и развлекательные комплексы, 19% не забыли про ночную жизнь, изобразив клубы и ночные заведения, 16% особо выделили парки, самый посещаемый получился парк трехсотлетия Петербурга, 11% изобразили кафетерии и рестораны, видимо, чтобы приятно провести время с друзьями и полакомиться десертом.

Стоит отметить, что для каждого важен свой уголок, то есть свой район. Многих объединяет Петроградский район, так же люди не забыли о Центральном, Невском и Приморском районах.

43% отобразили на картах Дом Книги, это неудивительно, ведь этот магазин характеризует город с культурной стороны. Но имеют место и следующие магазины: ТРК Галерея, Пик, ТК Сенная. 1/5 часть респондентов отметила на карте городе свое место учебы: Вузы, школы, лицеи и места получения творческого образования.

В заключении следует отметить, что молодежь изъявила желание изобразить объекты, которые они хотят увидеть в своем городе. Наиболее оригинальна была идея в изображении Сада любви и исполнения желаний.

Респондентам было предложен список мест, из которых предлагалось выбрать два места, привлекающих своим названием, при условии, что респонденты ранее этих достопримечательностей не посещали:

- Башня одинокого оптимиста
- Квартал аптекарей
- Музей микроминиатюры Русский Левша
- Скульптура кота Елисея и кошки Василисы
- Музей— фотосалон Карла Буллы

Из 100% опрошенных, 90% выбрали Башню одинокого оптимиста, 50% выбрали Квартал аптекарей и 95% отметили Музей— фотосалон Карла Буллы. (Рис.2)

Рис. 2

Башня одинокого оптимиста	Квартал аптекарей	Музей микроминиатюры Русский Левша	Скульптура кота Елисея и кошки Василисы	Музей-фотосалон Карла Буллы
90 %	50 %	20 %	15 %	95 %

По данным ответов можно сделать вывод: опрошенных петербуржцев привлекают достопримечательности, имеющие яркое запоминающееся название. Поэтому, при осуществлении задач по информированию молодежи о городе, стоит начинать именно с тех достопримечательностей, названия которых привлекательно звучат.

Чтобы выяснить уровень осведомленности молодых людей о главных достопримечательностях, респондентам было предложено опознать, что изображено на фотографиях. Для этого предоставлено семь достопримечательностей — Казанский Собор, Банковский мостик, Чижик-пыжик, Александрийский Столп, Спас на Крови, Шереметевский дворец на Фонтанке и Медный Всадник.

Из 131 опрошенных петербуржцев только 16 справились с заданием, не допустив ни одной ошибки (12%). Девяносто пять человек ошиблись в опознании исторических памятников всего один раз, таких людей — 75%. Оставшиеся 13% неверно ответили на два или более вопросов.

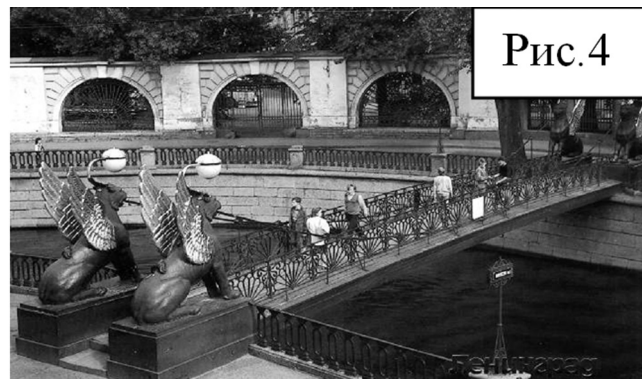
Интересно, что наибольшее затруднение у молодых людей вызвал Шереметевский дворец (Рис.3) — его не смогли угадать



104 опрошенных петербуржца (80%). Вместо правильного ответа они предлагали свои варианты и самый популярный из них "набережная Невы". Банковский мост (Рис.4) известен большому количеству респондентов, но и с ним были проблемы: 52 человека (40%) назвали мост либо "финэковский", либо "мост с грифонами".

Александрийский столп знаком 80% опрошенных, остальные 20% перепутали его с Росстральной колонной. Медного всадника верно угадали почти все молодые люди, часто называя его "Памятником Петру", что тоже верно. Казанский Собор, Спас на Крови и Чижик Пыжик не вызвали никаких затруднений — 100% респондентов назвали их правильно.

Из полученных данных можно сделать вывод: моло-



дые люди, проживающие в Петербурге, достаточно неплохо знакомы с главными достопримечательностями города.

Для того чтобы выяснить самые дорогие сердцам молодежи

Рис. 5

Таблица посещаемости петербуржцами значимых для них мест перед отъездом из города

Невский проспект	Дворцовая пл., Эрмитаж	Набережная Невы, Стрелка В.О	Петропавловск крепость
≈100%	80%	50%	25%

места, было предложено написать о тех объектах Петербурга, которые они бы посетили, зная, что покинут город на следующий день. По главному проспекту Санкт-Петербурга, Невскому, в последний день пребывания в городе, прогулялись бы почти все опрошенные. Большая часть опрошенных, а именно 80%, посетили бы Дворцовую площадь и располагающийся на ней Эрмитаж. Половина молодых людей погуляли бы по набережной Невы или Стрелке Васильевского Острова. Примечательно, что один из главных памятников Санкт-Петербурга, Петропавловскую крепость, перед отъездом захотели посетить лишь четверть опрошенных. Такое же количество людей потратили бы время на прогулку по какому-либо Саду/Парку Санкт-Петербурга, будь то Летний или Таврический Сад, или Парк 300-летия Петербурга. Единицы петербуржцев, покидая город, посетили бы Казанский или Исаакиевский Соборы, а если бы на прощание с городом давалась ещё и ночь, то погуляли бы по ночному Петербургу.

В целях выяснить желаемый вид будущей совместной активности, молодым людям было предложено выбрать тот вид деятельности, который их заинтересовал и повысил бы их уровень знаний о Санкт-Петербурге. Опрашиваемым предлагалось рассмотреть ряд предложенных вариантов и оценить каждый из них по шкале от 0 до 5 (при условии, что 0 значит "не принял бы участия в мероприятии", а 5 — "принял бы с удовольствием").

Результаты анкетирования показали, что самыми интересными, по мнению молодежи, являются активная игра "городские приключения" (средний балл 4,2) и экскурсия (средний балл 4). Позиция, не вызвавшая интереса респондентов вовсе — это он-лайн викторина, высший бал ей присудили только 7% респондентов, лекция также не популярна (средний балл 2,4). Творческая активность привлекает респондентов, но многие из них не уверены в своих способностях и поэтому присваивают позиции средний балл (средний балл 3,5). Все данные отражены на графике.

По результатам можно сделать следующие выводы: эффективнее повышать уровень осведомленности жителей Петербурга в возрасте от 17 до 24 лет, прибегая к использованию таких методов, как активная игра и экскурсия. Объединив эти две позиции в одну, можно установить с участниками обратную связь и добиться желаемого результата. Внеся в план меропри-

ятия некие творческие конкурсы, можно также вызвать положительную реакцию участников мероприятия. Позиция, не вызвавшая интереса, он-лайн викторина, показывает, что петербуржцы, принявшие участие в опросе, не желают засиживаться около мониторов компьютера, пассивно отвечая на вопросы викторины, требующей точных знаний. Все позиции отражены на графике (Рис.б)

Далее респондентам было предложено выбрать наиболее подходящие, по их мнению, места для отдыха, пробежки, размышлений, свиданий и поднятия настроения. Стало известно, что любимые места отдыха опрошенных петербуржцев — это Крестовский остров и Летний сад (так ответили 36% респондентов), и водные каналы СПб (21% опрошенных). 53% опрошенных выбирают Крестовский остров для пробежки, набережную Невы выбирают 31% и, наконец, Летнему саду отдают предпочтение 18% анкетированных горожан. Любимым местом для размышлений оказалась набережная Невы (18% респондентов), далее опрошенные выбирают Летний сад (17% опрошенных), а для 15% молодых людей это стрелка Васильевского острова. Для свиданий опрашиваемые выбирают крыши СПб (35% опрошенных), затем водные каналы СПб (16% опрошенных молодых людей выбрали водные каналы), и 15% выбирают прогулку по Невскому проспекту. Для поднятия настроения горожане отправляются на Крестовский остров (24% опрошенных), на Невский проспект (21% респондентов) и по каналу СПб (20% респондентам).

В завершение респондентам было предложено написать для города несколько пожеланий. Большинство респондентов пожелали Санкт-Петербургу сохранять исторический центр города, не сносить, а реставрировать старые здания и памятники; многие пожелали чистоты Санкт-Петербургу, роста и развития, хороших дорог, культуры и достойного поведения людей. А также молодежь вполне объективно заметила, что государственным службам следовало бы своевременно выполнять свою работу.

В рамках проекта "Санкт — Петербург глазами молодежи" проводился опрос не только среди петербургских, но и среди иногородних молодых людей. Его целью было выяснить, что молодое поколение знает о северной столице и как представляет себе этот город.

В первую очередь респондентам задавался вопрос, с чем

ассоциируется у них Петербург. Самыми частыми образами стали — Невский проспект (76% опрошенных), Петр I (60%), реки и каналы (46%) и, конечно, пригороды — Петергоф, Пушкин (38%). Далее ассоциативный ряд продолжился в культурном и спортивном направлениях — "Зенит" (26%), звание культурной столицы и, напрямую связанные с этим, интеллигентные люди (18%) и автор многих романов и рассказов, связанных с Санкт — Петербургом, Ф.М. Достоевский.

Одним из ключевых вопросов анкеты стал фотовопрос. Для определения было предложено 7

Рис. 6

### Соотношение рассматриваемых позиций



изображений известных мест города: Эрмитаж, Спас на Крови, Исаакиевский Собор, Медный Всадник, Казанский собор, Аничков мост и Петропавловская крепость. Стоит отметить, что далеко не всем респондентам это задание далось легко. Несмотря на это, оно было выполнено успешно, по его итогам удалось выявить явного лидера. Самое узнаваемое место — Эрмитаж — лишь 16% ответило неверно. Противоположностью оказался Аничков мост, который лишь 37% ребят смогли опознать. Медного всадника узнало 77% молодых людей. Нельзя обойти вниманием тот факт, что 4% опрошенных перепутали Исаакиевский и Казанский соборы между собой, а Спас на Крови в 5 случаях был принят за Собор Василия Блаженного в Москве. Позиции отражены на графике (Рис.7)

Подобные результаты нельзя назвать отрицательными, поскольку молодежь стремится узнать больше о культурной столице, связывая ее с яркими, в том числе, культурно-историческими образами.

В следующем пункте анкеты респондентам была дана возможность выбрать вид активности, с помощью которого они смогли бы познакомиться с культурной столицей или обогатить свои знания о Санкт-Петербурге. Большинство опрошенных (60%) захотели принять участие в исследовательской игре "Приключение по городу". Экскурсию решили посетить 27% респондентов. Менее востребованными оказались on-line викторина и лекция. Из этого видно, для молодежи намного интереснее узнать Санкт-Петербург изнутри, так сказать, на практике, а не в теории, походить по его улицам и увидеть все воочию, нежели слушать лекции или участвовать в on-line викторине.

В заключение анкеты ребята могли написать свои пожелания Санкт-Петербургу. Кто-то пожелал удачи и процветания, кто-то счастья и чистых улиц. Кто-то затронул социально-политическую сторону города и ответил — нового губернатора. Но никто из опрошенных не пожелал ничего плохого, и это не может не радовать. Санкт-Петербург остается для иногородних ребят настоящей культурной столицей, со своей уникальной историей, атмосферой, а не просто местом для шопинга

или очередным пересадочным пунктом.

Результаты анкетирования позволяют сделать следующие выводы. Петербургская молодежь, принимавшая участие в анкетировании, имеет представление об основных достопримечательностях родного города (такие выводы можно сделать, опираясь на результаты ответов на открытые вопросы анкеты, где респонденты указывали такие места как Казанский собор, стрелку Васильевского острова, Невский проспект), но не знакома с многими объектами, не входящими в туристический буклет, то есть теми, которые не были внесены в учебный план их учебных заведений (результаты ответов на вопросы, где респондентам предлагалось отметить несколько интересных мест по их названию, позволяют сделать такие выводы). Карты Петербурга, нарисованные респондентами, ярко отображают ассоциативные ряды молодых петербуржцев, включая эмоциональный аспект. Помимо основных достопримечательностей Санкт-Петербурга, на картах изображались дома, места массовых развлечений, менее известные, но несущие историческую и культурную ценность, достопримечательности города. Таким образом, преследуя информативную цель проекта, следует повышать уровень информированности молодежи именно о таких достопримечательностях Петербурга, уровень осведомленности о которых на данный момент низок. Также по результатам анкетирования можно предположить, что проведение активного мероприятия будет интересно петербуржцам и поможет в достижении поставленных в программе исследования целей.

