

Визуальный образ города в представлении студентов (на примере города Волгограда)

А. А. Озерина¹, Н. Е. Тимофеев²

¹ Волгоградский государственный университет
400062, Россия, г. Волгоград, Университетский пр., д. 100

¹ Волгоградский государственный медицинский университет
400066, Россия, г. Волгоград, пл. Павших Борцов, д. 1

² Санкт-Петербургский государственный университет
199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7-9

Сведения об авторах:

Анна Александровна Озерина

e-mail: ozerina@volsu.ru
SPIN-код РИНЦ: 6903-2941
Scopus AuthorID: 57208148681
ResearcherID: G-6830-2015
ORCID: 0000-0002-9611-3928

Никита Евгеньевич Тимофеев

e-mail: nekit.timofeev-rus@mail.ru
SPIN-код РИНЦ: 4787-4574

Финансирование: исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований и Администрации Волгоградской области в рамках научного проекта № 19-413-340012 p_a.

© Авторы (2020).
Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена.

Аннотация. Авторами статьи представлены результаты эмпирического исследования, посвященного изучению особенностей визуального образа городского пространства у студенческой молодежи на примере города Волгоград. Проблема восприятия городской среды, а в частности визуальной составляющей города, в последнее время становится все более актуальной. Современная молодежь все больше вовлекается в медийное пространство, и визуальная культура становится более популярной. Образ города формируется на базе представлений об окружающей среде в целом и значимой для жителей взаимосвязи личного опыта, воспоминаний, коммуникаций и так далее. Посредством визуального образа город является социально значимой характеристикой, он влияет на субъективное ощущение благополучия и комфорта его жителей, обуславливает имидж и перспективы его развития. Целью исследования явилось выявление особенностей формирования образа города у волгоградских студентов. Сбор эмпирических данных осуществлялся с помощью метода свободных ассоциаций с использованием фотографий города. Полученные эмпирические данные были обработаны с помощью контент-анализа. Результаты исследования позволили сделать выводы, что студенческая молодежь в целом оценивает визуальный образ города положительными характеристиками, отмечает архитектурные постройки и памятники, высоко оценивает

значимость городских пространств. Город в целом в представлении респондентов является приятным, доступным и привлекательным. Сделаны выводы о том, что главными аспектами визуального восприятия образа города на фотографии в нашем исследовании выступают: историческое прошлое города как элемент патриотической культуры его жителей, визуально-пространственные характеристики – архитектурные объекты, обустройство и озеленение города, а также субъективно личностные аспекты – эмоциональная привязанность к городу. Подобные исследования открывают возможности для разработки рекомендаций по обустройству города для жителей города, работников управляющих компаний, муниципальных служащих местных администраций. Кроме того, они будут полезны для архитекторов и проектировщиков, а также строителям, занятым вопросами благоустройства городской среды.

Ключевые слова: восприятие, городское пространство, молодежь, визуальный образ города, архитектура, городская среда.

The visual image of a city perceived by students (on the example of Volgograd)

A. A. Ozerina¹, N. E. Timofeev²

¹Volgograd State University
100 Universitetsky Ave., Volgograd 400062, Russia

¹Volgograd State Medical University
1 Pavshikh Bortsov Sqr., Volgograd 400131, Russia

²Saint Petersburg State University
7/9 Universitetskaya Emb., Saint Petersburg 199034, Russia

Authors:

Anna A. Ozerina

e-mail: ozerina@volsu.ru

SPIN: 6903-2941

Scopus AuthorID: 57208148681

ResearcherID: G-6830-2015

ORCID: 0000-0002-9611-3928

Nikita E. Timofeev

e-mail: nekit.timofeev-rus@mail.ru

SPIN: 4787-4574

Funding: the reported study was funded by Russian Foundation for Basic Research and the government of Volgograd region according to the research project no. 19-413-340012 p_a.

Copyright:

© The Authors (2020).

Published by Herzen State

Pedagogical University of Russia.

Abstract. The paper reports on the results of an empirical study focused on the features of the visual image of a city in the perception of students. The empirical sample was comprised of young Volgograd residents. The issue of urban environment perception, particularly that of the visual image of a city, has gained prominence in the recent years. Modern youth are increasingly becoming involved in the media space, thus making visual culture more popular. The image of a city is formed on the basis of ideas about the environment and it also includes elements of personal experience, memories, communication, and etc. Through the visual image, a city becomes a socially significant characteristic which affects the subjective sense of well-being and comfort of its inhabitants, and determines the prospects for its future development. The purpose of the study was to identify the features that characterize the development of the city's image in Volgograd students. We collected empirical data by means of the free association method using city photographs. The resulting empirical data were processed using content analysis. The results of the study suggest that in general students evaluate the city's visual image in a positively way; they note architectural monuments and landmarks and highly appreciate the importance of urban spaces. In the perception of our respondents, the city as a whole is pleasant, accessible, and attractive. We may conclude that the main aspects

of the visual perception of the city's image reflected in the photographs we used in our study are as follows: the historical past of the city as an element of the patriotic culture of its inhabitants; the city's visual and spatial features – architectural objects, architectural planning and landscaping; and subjective personal aspects – an emotional attachment to the city. Such research opens up opportunities to formulate recommendations on urban planning and development which may be of interest for the residents, utility companies' management and employees, and local municipal administration. In addition, the outcomes may be useful for architects and designers, as well as development and construction companies involved in the improvement of the urban environment.

Keywords: perception, urban space, youth, the visual image of a city, architecture, urban environment.

Введение

Городское пространство – это территория, в рамках которой реализуется взаимодействие человека с окружающей средой, его городское поведение, осуществляется коммуникация с городским сообществом. При этом оно оказывает влияние на ощущение безопасности, психологическое благополучие, настроение, поэтому важным становится отношение человека к этому месту, формирующийся визуальный образ, уровень эмоциональной привлекательности места проживания и жизнедеятельности личности (Смолова 2008). Исследователи отмечают, что при организации городского пространства можно отметить ряд факторов, влияющих на восприятие и комфортное нахождение в городской среде, таких как цветовое решение, гомогенность и дизайн архитектурных построек (Колчин, Иванов, Тналиева 2016; Сурков 2017). В то же время гомогенная визуальная среда очень часто является фактором безучастного и обезличенного отношения людей к месту, в котором они проживают (Прокопьева 2017). Помимо интереса к физической «архитектурной» природе возникает необходимость его осмысления как художественного пространства (Клычникова 2017). В современном мире большое значение приобретает визуальная сторона восприятия, так как возрастает роль медиа технологий, больший акцент ставится на внешней составляющей города. При этом трансформация ценностных и поведенческих характеристик общества ведет к изменению роли визуальной культуры. Современные тенденции городской визуальной культуры зачастую носят экстраординарный, противоречивый характер. В результате столкновения традиционных и современных требований к визуальному пространству города затрагиваются интересы студенческой молодежи как активного участника его развития и формирования.

Для нашего исследования важно определение понятия «визуальная среда», которое можно сформулировать в общем вид

следующим образом: это все то, что окружает человека (то, что он воспринимает с помощью зрительного анализатора) в его повседневной жизни (Вырва 2017). Можно выделить естественную визуальную среду (леса, озера, моря, горы и т. п.) и искусственную (дома, дороги, машины, мосты и т. п.). В городском пространстве преобладает искусственная визуальная среда. По мере разрастания городских поселений визуальная среда становилась все более однообразной и типичной. Визуальная среда является реально существующей внешней характеристикой пространства.

В нашем исследовании мы изучали, как это пространство отражается в сознании студентов. Другими словами, предметом исследования являлся визуальный образ города. Мы стремились выявить особенности визуального восприятия города и городского пространства у студенческой молодежи.

Материалы и методы

Для сбора эмпирических данных использовался метод свободных ассоциаций с использованием фотографий города. Подбор фотографий осуществлялся в соответствии с результатами исследования А. А. Плотниковой, в рамках которого выделены такие компоненты визуального образа города, как силуэт, панорама, перспектива улицы, архитектурный объект, элементы и детали (Плотникова 2008).

Для обработки высказываний респондентов, полученных с помощью метода свободных ассоциаций, был применен сетевой тематический анализ.

Выборку исследования составили 67 человек, из них 28 юношей и 39 девушек в возрасте от 18 до 23 лет, проживающих на территории Волгограда на менее одного года.

Результаты и их обсуждение

В результате мы определили когнитивную и эмоциональную составляющую визуального образа города волгоградцев. В первых, было установлено, что наиболее

популярными в нашей выборке являются следующие аспекты восприятия образа города студентами: «историческое прошлое города» (патриотическая культура), «архитектурные объекты», «озеленение города», «чистота» (визуальная культура), «эмоциональная привязанность к городу» (эмоциональный компонент образа). Данные характеристики и определения встречаются чаще всего при описании предложенных респондентам фотографий с видами города. В частности, преобладающее количество ответов приходится на когнитивно-эмоциональную характеристику образа, наполненную знанием и отношением к историческому прошлому города, которая является или может стать основой патриотической культуры студенческой молодежи. Например, респонденты описывают фотографии такими словами как «Город-герой» (2,8 %), «история» (14 %), «война» (7,9 %), «гордость» (6,8 %), «память» (16,6 %), «патриотизм» (2,17 %), «победа» (2,8 %), «памятники» (6,8 %). Волгоградская студенческая молодежь воспринимает городское пространство как памятное, выражает свое чувство гордости и патриотизма. Основные ассоциации горожан связаны с воинской славой и памятью о военных действиях, проходивших в городе. Данные результаты могут быть объяснены тем, что город Волгоград имеет военную историю, которая влияет на формирование его образа, в том числе визуальной составляющей. Визуальная сторона города, его духовный облик и эмоциональная атмосфера во много зависят от уровня сохранности объектов архитектурного наследия (Архангельская 2017).

Большое количество ответов отмечается в категории «Архитектура», в частности среди ответов встречаются следующие ассоциации: «архитектура» (8,8 %), «старые здания / ветхость» (10,4 %), «многоэтажки» (4,8 %), «современность» (6,02 %). В описании архитектуры города присутствуют амбивалентные понятия. С одной стороны, респонденты описывают городские постройки как современные, футуристичные, развивающиеся, красивые и

стильные, а с другой стороны, как банальные, примитивные, однотипные, отмечают, что в них отсутствует ландшафт и дизайн. Респонденты поровну упоминают как современные постройки, так и наличие старых, ветхих зданий, нуждающихся в ремонте. Данная характеристика напрямую отражает значимость визуальной культуры для молодежи. При этом архитектура также может являться носителем исторической и социальной памяти горожан.

Наряду с архитектурными постройками стоит отметить выделенную нами категорию «озеленение» городской среды, которая может быть как составляющей визуальной культуры, так и проявлением эстетических или нравственных чувств. Среди ответов чаще всего встречаются следующие: «не нравится вид деревьев» (19,5 %), «отсутствие зелени» (9,7 %), «хорошее озеленение» (17,3 %), «река Волга» (22,8 %). Можно отметить, что эта категория не имеет такого веса, как архитектурная составляющая. Возможно, в повседневной жизни визуальная среда, созданная искусственно (дома, дороги, мосты, машины), не только окружает человека в большей мере, чем естественная визуальная среда (реки, леса, горы и т. д.), но имеет большую ценность и востребованность.

Следующей категорией, выделенной нами, является «эмоциональное отношение». Чаще всего при описании фотографий города респонденты использовали следующие эмоционально окрашенные маркеры: «грусть» (8,3 %), «страх» (3,7 %), «тоска» (5,6 %), «уныние/унылость» (3,7 %). Положительных ассоциаций на 21 % меньше, чем отрицательных, среди них чаще встречаются такие, как «спокойствие» (7,9 %), «радость» (3,2 %), «веселье» (0,27 %). Ответы респондентов в большей степени отражают отрицательные аспекты эмоционального состояния при просмотре фотографий города.

Категорию «чистота» респонденты отмечали в меньшей степени, по сравнению с другими характеристиками. Но она, на наш взгляд, является немаловажной.

По ответам респондентов было выявлено, что такие ассоциации, как «грязно, неприятно, пыльно» встречаются в 55,7 % случаев, в то время как положительные ассоциации («свежесть, чисто, ухожено») – в 44,3 % от общего числа в данной категории. Данные результаты говорят о том, что преимущественно жители города недостаточно удовлетворены чистотой и опрятностью улиц и различных местах города, но отмечают свежесть и чистоту на фото, где изображены парки и скверы.

Выводы

Визуальный образ города студенческой молодежи включает как объективные (пространственные), так и субъективные (эмоциональные) составляющие. В сознании жителей Волгоград представляется как среда, наполненная не только архитектурными и ландшафтными объектами, но и личностными смыслами, благодаря чему формируется эмоциональная привязан-

ность к месту. Другими словами, визуальный образ города содержит и эстетическую внешнюю составляющую, и когнитивную, и нравственно-духовную. Визуальный образ города не может быть ограничен только изображением, не может быть отражением исключительно объективной реальности, поскольку «содержание визуального образа зависит от того, кто является субъектом восприятия, на что он обращает внимание и в какой ситуации происходит процесс восприятия образа» (Филько 2015).

Изучение особенностей визуального восприятия городского пространства у молодежи позволит решать практико-ориентированные задачи в социально-общественных отношениях. На основе полученных данных могут быть разработаны рекомендации, которые помогут в развитии городского пространства, будут способствовать повышению уровня привлекательности, безопасности и комфорта городской среды.

Литература

- Архангельская, И. В. (2017) Принципы образного восприятия объектов индустриального наследия в системе городского пространства. *Вестник ТГУ. Культурология и искусствоведение*, № 26, с. 126–130.
- Вырва, А. Ю. (2017) *Восприятие архитектурных объектов городскими жителями: субъективно-семантический анализ. Диссертация на соискание степени кандидата психологических наук*. М., Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 287 с.
- Клычникова, И. А. (2017) О физиологии восприятия и построении графического пространства. *Бизнес и дизайн ревью*, т. 1, № 3 (7), с. 9.
- Колчин, Е. А., Иванов, В. А., Тналиева, Д. Б. (2016) Физическое восприятие цвета в городском пространстве. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*, т. 3, № 1, с. 115–117.
- Плотникова, А. А. (2008) Методика исследования образно-символических качеств архитектурной среды города. В кн.: *Актуальные проблемы архитектуры и дизайна*. Екатеринбург: Уральская государственная архитектурно-художественная академия. [Электронный ресурс]. URL: http://book.uraic.ru/project/conf/txt/005/archvuz22_pril/26/template_article-ar=K21-40-k38.htm (дата обращения 01.08.2020).
- Прокопьева, Н. Ю. (2017) Особенности восприятия городского пространства. *Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. Серия: Педагогика. Психология. Философия*, № 3 (07), с. 87–93.
- Смолова, Л. В. (2008) *Введение в психологию взаимодействия с окружающей средой*. СПб.: Речь, 384 с.

- Сурков, А. В. (2017) Динамическая модель восприятия мегаполиса в контексте городских культурных процессов. *Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры*, п. 23, № 3 (165), с. 183–190.
- Филько, А. (2015) Понятие «Визуальный образ города» и методы его исследования. *Социодинамика*, № 10, с. 94–108.

References

- Arkhangelskaya, I. V. (2017) Printsipy obraznogo vospriyatiya ob"ektov industrial'nogo naslediya v sisteme gorodskogo prostranstva [Principles of imaginative perception of industrial heritage objects in the urban space system]. *Vestnik TGU. Kul'turologiya i iskusstvovedenie — Bulletin of TSU. Cultural studies and art history*, vol. 26. pp. 126–130. (In Russian)
- Filko, A. (2015) Ponyatie "Vizual'nyi obraz goroda" i metody ego issledovaniya [The concept of "Visual image of the city" and methods of its research]. *Sotsiodinamika — Sociodynamics*, no. 10, pp. 94–108. (In Russian)
- Klychnikova, I. A. (2017) O fiziologii vospriyatiya i postroenii graficheskogo prostranstva [On the physiology of perception and the construction of graphic space]. *Biznes i dizain revyu — Business and design Revue*, vol. 3 (7), p. 9. (In Russian)
- Kolchin, E. A., Ivanov, V. A., Tnalieva, D. B. (2016) Fizicheskoe vospriyatie tsveta v gorodskom prostranstve [Physical perception of color in urban space]. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk — International journal of Humanities and natural Sciences*, no. 1, pp. 115–117. (In Russian)
- Plotnikova, A. A. (2008) Metodika issledovaniya obrazno-simvolicheskikh kachestv arkhitekturnoi sredy goroda [Method of research of figurative and symbolic qualities of the architectural environment of the city]. In: *Aktual'nye problemy arkhitektury i dizaina [Current problems of architecture and design]*. Ekaterinburg: USAKA Publ. [Online]. Available at: http://book.uraic.ru/project/conf/txt/005/archvuz22_pril/26/template_article-ar=K21-40-k38.htm (accessed 01.08.2020). (In Russian)
- Prokopieva, N. Yu. (2017) Osobennosti vospriyatiya gorodskogo prostranstva [Features of perception of urban space]. *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M. K. Ammosova. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya. Filosofiya. - Bulletin of the North-Eastern Federal University named after M. K. Ammosov. Series: Pedagogy. Psychology. Philosophy*, no. 3 (07), pp. 87–93. (In Russian)
- Smolova, L. V. (2008) *Vvedenie v psikhologiyu vzaimodeistviya s okruzhayushchei sredoi [Introduction to the psychology of interaction with the environment]*. Saint Petersburg.: Rech' Publ., 384 p. (In Russian)
- Surkov, A. V. (2017) Dinamicheskaya model' vospriyatiya megapolisa v kontekste gorodskikh kul'turnykh protsessov [Dynamic model of megalopolis perception in the context of urban cultural processes]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Ser. 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury — Proceedings of the Ural Federal University. Ser. 1, Problems of education, science and culture*, no. 3 (165), pp. 183–190. (In Russian)
- Vyrva, A. Yu. (2017) *Vospriyatie arkhitekturnykh ob"ektov gorodskimi zhitelyami: sub"ektivno-semanticeskii analiz [Perception of architectural objects by urban residents: subjective and semantic analysis]*. PhD dissertation (Psychology). Moscow, Moscow State University, 287 p. (In Russian)