

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»  
Факультет городского и регионального развития

Эссе в рамках курса  
«Методология исследований в социальных науках».  
Почему и чем привлекателен районный  
центр Ангара для молодежи?

Выполнила студентка 2 курса  
группы БГП203:  
Репина Елизавета Андреевна  
Проверила:  
Хлевнюк Дарья Олеговна

В 2015 году в Москве стартовал проект «Место встречи», посвященный реконструкции пришедших в негодность советских кинотеатров. Ключевой задачей этого проекта является «возродить жизнь в районах и подарить соседям возможность интересно отдыхать недалеко от дома» [1]. Тем самым создать новый культурный и досуговый центр в каждом районе города. Управляющий партнер ADG group (группа занимается проектом «Место встречи») считает, что это удобнее с точки зрения инфраструктуры, а также позитивно сказывается на экологии и благополучии горожан [10].

Для реализации проекта было выкуплено 39 кинотеатров. На данный момент уже функционируют 10 районных центров. Среди них Ангара, Эльбрус, Будапешт, Рассвет, Нева, Марс, Высота, Саяны, Янтарь и София [7].

Проект очень амбициозен, так как его целью является создать новый вид общественного пространства и вместе с этим охватить площадь между важными городскими артериями - ТТК и МКАД. В этом радиусе живет большая доля москвичей, однако здесь не хватает общественных, развлекательных и торговых объектов [6]. Районные центры должны улучшить существующее положение.

В рамках курса научно-исследовательского семинара «Методология исследований в социальных науках» на протяжении 7 месяцев велась командная работа, посвященная новым районным центрам, созданным в рамках проекта «Место встречи».

В качестве объекта исследования был выбран районный центр Ангара, расположенный в ЮАО Москвы, районе Нагорный, по адресу Чонгарский бульвар, дом 7. Решение о том какой районный центр будет принимать участие в исследовательской деятельности было принято,

исходя из места жительства участников команды. Ангара оказалась самым удобным вариантом.

Командная исследовательская работа была посвящена изучению привлекательности Ангара как районного центра относительно разных социальных групп. В состав исследовательской группы вошли студенты ВШЭ ФГРР БГП203 Комаров О.А., Ледовских В.А., Маканин Я.А., Морина Е.В., Федюнин Д.А. и Репина Е.А. (автор этого эссе). Далее в этой работе будут использованы данные, полученные в рамках общего проекта.

В этом эссе я постараюсь углубиться в исследование районного центра Ангара и ответить на вопрос: почему и чем привлекателен районный центр Ангара для молодежи?

Под привлекательностью места я понимаю его особенности, заставляющие людей посещать и возвращаться в районный центр. К критериям привлекательности отношу посещаемость места, транспортную доступность, а также функциональную наполненность. К молодёжи я отношу социальную группу в возрасте от 13 до 23 лет, для которой характерны «периоды становления социальной зрелости, вхождения в мир взрослых, адаптации к нему» [8].

Это эссе посвящено современным интересам молодежи и изучению их свободного времени, поэтому работу будет интересно читать. Текст натолкнет вас на рассуждения и поможет лучшему пониманию современных пристрастий молодежи.

Чаще всего молодежь посещает общественные места, такие как торговые и районные центры, в свое свободное время. Важно отметить, что свободное время – это ресурс, когда человек восстанавливает свои силы, проводит время в свое удовольствие, познает себя, что в свою очередь

помогает развитию личности. Это время особенно важно для молодых людей, которые только начинают себя узнавать и искать свое место в этом мире.

Изучению свободного времени молодежи за последние годы было посвящено множество работ. Так, кандидат социологических наук Вишнякова А.А. в своей работе [3] объясняет сущность свободного времени, описывает ключевые формы и тенденции его использования молодежью в условиях большого города.

Эту тему развивают Ботникова А.С. и Скитневская Л.В. в своей научной статье [2] и замечают, что свободное время человека также непосредственно связано с его социализацией, что особенно актуально для молодых людей.

Стоит помнить, что процесс социализации происходит среди людей зачастую в больших общественных местах. Торговые и районные центры являются одним из примеров таких мест. Однако научных статей относительно того, как молодежь проводит свободное время в крупных общественных местах очень немного. Есть лишь несколько массивов собранных данных для большой выборки. Так, согласно телефонному опросу по заказу ООО инФОМ было выявлено, что «21% москвичей в возрасте от 18 до 30 лет ходят в торговые центры без определенной цели, просто чтобы скоротать свободное время» [9]. Собранные данные также показали, что в торговых центрах жители столицы проводят досуг по-разному: «39% встречаются с друзьями, 52% ходят в кинотеатры, 56% посещают кафе, рестораны и бары, 65% покупают непродовольственные товары (одежду, обувь, бытовую технику), 47% покупают еду» [9]. Собранные данные показывают, что молодые люди выбирают большие общественные места как точки для проведения досуга.

В своей научной статье Баукова Е. И. приходит к выводу, что торгово-развлекательные центры справедливо занимают одно из первых мест в

сфере досуга молодежи [1]. Посещая торгово-развлекательные центры, молодые люди удовлетворяют свои потребности в приобретении новых товаров и приятном времяпрепровождении. Это также подтверждает студентка 4 курса направления «Организация работы с молодежью» СФУ Мартиненко К.Л. в своей научной работе и добавляет: «большинство молодежи считает, что для того, чтобы хорошо провести свободное время, необходимо затратить значительную часть денежных средств» [5]. В зависимости от возраста человека этот фактор может являться как большой проблемой, так и не быть чем-то серьезным.

Однако, в наше время молодежь все чаще предпочитает времяпрепровождение, оказывающее позитивное влияние на свою жизнь и личностное становление, вне зависимости от денежной составляющей. Это подтверждается на примерах в статье Ломовской С.А. и Синогиной Е.С. [4].

Стоит отметить, что по функциональной составляющей районные центры очень похожи на торговые центры, но у них все же есть отличия. В торговых центрах делается упор именно на розничную торговлю, в то время как в районных центрах больше развлекательно-познавательных объектов: кинотеатры, библиотеки, кружки, спортивные студии.

Именно поэтому, в качестве гипотезы я могу выдвинуть предположение, что районный центр Ангара привлекателен для молодежи из-за наличия большого спектра предоставляемых развлекательно-познавательных услуг внутри центра.

Важно отметить, так как проект «Место встречи» довольно новый, ему еще не посвящено больших исследовательских работ, поэтому нет других данных для подкрепления или опровержения собранной информации.

Для того чтобы ответить на поставленный исследовательский вопрос, я воспользовалась методом наблюдения. Наблюдения проводились 9 мая 2022 года в обеденное время (13:00 – 14:00) и 27 мая 2022 года в вечернее время (16:00 – 17:00).

В рамках первого посещения Ангары были зафиксированы все коммерческие точки, зоны отдыха и дополнительный функционал центра (раздельный сбор мусора, фотозоны). Также было подсчитано примерное количество посетителей и чем они занимаются. Была проведена оценка возрастных групп посетителей на территории районного центра, а также сделаны фотографии.

В ходе наблюдения было выявлено, что на 0 этаже районного центра расположены: супермаркет «Лента», палатка с фермерскими продуктами, банкоматы "Тинькофф" и "Открытие", зоомагазин "Четыре Лапы", пункт выдачи Ozon, Lamoda и Picooint, книжный магазин "Читай город", химчистка, магазин табачных изделий, ремонтная мастерская, рыбный магазин, булочная, палатка чехлов и проводов.

На 1 этаже Ангары находятся: ювелирный магазин, салон красоты, магазин подарков, магазин натуральной косметики, магазин косметики AppleBox, оптика Айкрафт, цветочная лавка, магазин чая "Бергамот и Корица", палатка с косметикой, палатка с эскимо, палатка с шариками и подарочной упаковкой, ресторан грузинской кухни, ресторан итальянской кухни IL patio.

На 2 этаже районного центра расположены: студия маникюра, салон красоты, барбершоп, кружок циркового искусства, контейнеры для раздельного сбора мусора, фитнес центр (скоро открытие) и массажные кресла.

На 3 этаже Ангары находятся: игровая комната для детей, отделение библиотеки, кинотеатр, фудкорт с национальными кухнями, мини – сцена, зоны для коворкинга.

В результате первого наблюдения также было выявлено, что Ангарту посещают преимущественно молодежь и семейные пары с детьми. Молодые люди в основном находились на 3 этаже: в зоне фудкорта, большого коворкинга, виртуальной библиотеки и рядом с кинотеатром. Семьи наблюдались на 0 этаже в продуктовых магазинах и на 3 этаже: на фудкорте, рядом с кинотеатром, в игровой комнате.

В ходе второго посещения районного центра был проведен осмотр всех коммерческих точек с целью выявления произошедших изменений. Наблюдение показало, что в большинстве своем все осталось по-прежнему, однако на 3 этаже открылась инженерная мастерская Кулибин Про, где молодежь может заниматься научными опытами и исследованиями, а также открылась веранда на крыше Ангарты, где согласно расписанию проводятся разные мастер-классы.

Так как второе посещение было организовано в рамках индивидуального исследования (первое наблюдение было проведено в рамках группового проекта), то основное внимание было уделено молодежи.

Важно помнить, что второе наблюдение проводилось в обычный рабочий день после окончания учебных занятий у молодежи. Наблюдение показало, что количество человек в здании значительно больше по сравнению с первым наблюдением. Второе наблюдение выявило, что помимо выявленных мест сосредоточения молодежи (согласно первому наблюдению), молодые люди также активно ходят в супермаркет «Лента» за газировкой и снеками, а также в «Читай-город» за канцелярией. Кроме того, было замечено, что молодежь выбирает вход в здание районного центра, как место встречи с друзьями.

Также в рамках второго посещения районного центра было взято несколько интервью у молодежи в возрасте от 13 до 15 лет на фудкорте. С согласия всех респондентов им было задано несколько вопросов.

На вопрос «Как часто вы посещаете районный центр?» 6 из 8 опрошенных ответили: «Каждый день», а 2 из респондентов сказали: «Очень часто» (после моего уточняющего вопроса было выявлено, что это значит почти каждый день).

На вопрос «Когда вы сюда приходите?» все интервьюируемые ответили, что приходят обычно после школы.

На вопрос «Что вы обычно делаете в Ангаре?» респонденты перечислили несколько опций. Среди них: «Кушаем», «Просто сидим», «Общаемся», «Да особо ничего». После этого был задан уточняющий вопрос «Кушаете на фудкорте или покупаете где-то и приходите сюда?», все ответили, что закупаются в Ленте, потому что там еда стоит намного дешевле.

На вопрос «Сколько по времени вы здесь сидите?» все интервьюируемые сказали, что по-разному, но в среднем около часа.

На вопрос: «Как вы считаете этот районный центр чем-то отличается от обычного торгового центра?» все опрашиваемые ответили положительно. После уточняющего вопроса «Чем именно?» респонденты ответили: «Он близко», «Он новый», «Много столов и стульев» (коворкингов).

На вопрос «Где вы обычно собирались до открытия Ангары?» все начали перечислять другие торговые центры: «Варшавский», «Азовский», «Columbus». Важно отметить, что последний из торговых центров находится довольно далеко по сравнению с другими перечисленными. От Ангары до ТЦ «Варшавский» 10 минут пешком, от Ангары до ТЦ «Азовский» 17 минут пешком, от Ангары до ТЦ «Columbus» только на



наземном транспорте и метро добираться 24 минуты (пешком добираться 1 час).

На вопрос «Как вы считаете открытие этого районного центра это плюс или минус для района, или же ситуация никак не поменялась?» все респонденты ответили положительно, что Ангара – это плюс для района. После уточняющего вопроса «Почему?» интервьюируемые прокомментировали, что у них «Наконец-то появилось место сбора недалеко от дома и школы» и «Всем удобно до него добираться».

На вопрос «Что бы еще вы хотели видеть в этом районном центре?» все респонденты ответили «KFC». После уточняющего вопроса «Только его?» интервьюируемые добавили «в принципе фастфуд». Также 2 из опрашиваемых дополнили «магазины одежды», 3 из респондентов также называли «компьютерный клуб».

На последний вопрос «Чем вы в принципе занимаетесь в свободное время?» молодые люди дали следующий ответ: «Просто гуляем по району».

Таким образом, мной были собраны данные от представителей молодежи. Они оказались довольно репрезентативными и помогли мне ответить на поставленный ранее исследовательский вопрос. Однако для получения большего количества точек зрения и мнений можно было бы взять больше интервью как с представителями опрашиваемой возрастной группы, так и у молодежи постарше.

Наблюдения и интервью помогли лучшим образом оценить ситуацию как со стороны, так и изнутри. Поэтому именно они были выбраны в качестве методов исследования.

Исходя из собранных данных, я могу сказать, что моя гипотеза, что районный центр Ангара привлекателен для молодежи из-за наличия большого спектра предоставляемых развлекательно-познавательных услуг внутри центра, подтвердилась. Теперь я могу ответить на исследовательский вопрос: почему и чем привлекателен районный центр

Ангара для молодежи? Это общественное место привлекательно для молодежи из-за удобного местоположения относительно дома и школы, своей новизны, наличия разнообразных зон, чтобы собираться компанией перекусить и интересно провести время.

Все выше сказанное дает понять, что молодежь предпочитает не только просто гулять по району, но и где-то собираться вместе, чтобы посидеть, поесть и пообщаться. Для молодежи очень важно наличие развлекательно – познавательного контента (кинотеатра, библиотеки, коворкингов) внутри больших общественных мест.

Результаты проведенного исследования помогут в изучении досуга современной молодежи, а также будут полезны для администрации районных центров, которые смогут добавить новые активности в «места встречи».

Мне также было бы интересно исследовать как именно проводит свое время молодежь в близлежащих к районным центрам торговых центрах.

#### Источники:

1. Баукова Е. И. Феномен популяризации торгово-развлекательных центров, как основной формы досуга современной молодежи // Культура: теория и практика. – 2015. – Т. 6. – №. 9.
2. Ботникова А. С., Скитневская Л. В. Проблема социализации молодежи // Интерактивная наука. – 2017. – №. 14. – С. 95–97.
3. Вишнякова А. А. Свободное время молодежи крупного города и основные формы его использования в современных условиях //

Режим доступа:

[http://www.bsu.ru/content/disser/43/\\_Dissertatsiya\\_Vishnyakova.pdf](http://www.bsu.ru/content/disser/43/_Dissertatsiya_Vishnyakova.pdf)

(дата обращения: 24.05. 2022). – 2014.

4. Ломовская С. А., Синогина Е. С. Особенности досуга современной молодежи // Редакционная коллегия. – 2021. – С. 158.
5. Мартиненко К. Л. Торгово-развлекательные центры как площадка неорганизованного досуга архангельских школьников и возможности их использования для работы с молодежью // Исследование современных проблем общества в контексте задач социальной работы и социальной безопасности. – 2019. – С. 212–215.
6. Сайт комплекса градостроительной политики и строительства города Москвы: [Электронный ресурс] / Обновленные кинотеатры: в чем особенности архитектуры районных центров «Место встречи». URL: <https://stroi.mos.ru/articles/mnogholikiie-raiony-stolitsy?from=cl> (Дата обращения: 23.05.2022)
7. Сайт проекта «Место встречи»: [Электронный ресурс] / Главная страница. URL: <https://mestovstrechi.ru/> (Дата обращения: 23.05.2022)
8. Сайт онлайн-школы Фоксфорд: [Электронный ресурс] / Молодежь как социальная группа. URL: <https://foxford.ru/wiki/obschestvoznanie/molodyozh-kak-sotsialnaya-gruppa> (Дата обращения: 23.05.2022)
9. Сайт ФОМ: [Электронный ресурс] / Торговые центры как место досуга москвичей. URL: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/11366> (Дата обращения: 24.05.2022)
10. Сайт ADG group: [Электронный ресурс] / Григорий Печерский: «В городе должен быть не один центр, а свой в каждом районе». URL: <https://www.adggroup.ru/grigory-pecherskiy-23-june>. (Дата обращения: 23.05.2022)