

urban reform

algor^ym

РЕЗУЛЬТАТИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ОПИТУВАННЯ



ВИСНОВКИ З СОЦІОЛОГІЧНОГО ОПИТУВАННЯ

В рамках проекту Lutsk Urban Vision було проведено опитування містян стосовно старого міста. У своїх побажаннях та пропозиціях містяни описують атмосферу та вигляд міста, існуючого стану, вражень та побажань. Задачею опитування було дізнатися, чого не вистачає Луцьку для цікавого життя, як люди користуються природою, як ставляться до дозвілля, сервісів та пам'яті. Та в результаті створити дорожню карту оновлення старого центра на основі запитів, яку необхідно врахувати у майбутньому плануванні міста.

ЗМІСТ

4-5	ВСТУП
6-7	ЯК РОЗБУДИТИ СТАРЕ МІСТО?
8-11	НУДНЕ МІСТО: ПРИЧИНИ Й ВИКЛИКИ
12	ДОЗВІЛЛЯ
13	КУЛЬТУРА
14	СПОРТ
15	СОЦІАЛЬНІ СЕРВІСИ
16-17	ПРИБУДИНКОВІ ТЕРИТОРІЇ
18-19	БЕЗПЕКА
20-21	ЕКОЛОГІЯ
22-25	АКТУАЛЬНІ ГРУПИ КОРИСТУВАЧІВ
26-29	ПОТЕНЦІЙНІ ГРУПИ КОРИСТУВАЧІВ
30-37	АРТИКУЛЬОВАНИЙ ЗАПИТ
38-47	НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕШКОД ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЛУЦЬКА

Це більше не місто нудьги. Ця атмосфера конвертована у затишок, спокій та можливість усамітнення. Натомість творці всіх напрямів (підприємці, художники, літератори, культурні менеджери, інфлюенсери) задоволені та мотивовані жити й працювати тут. У бажаному Луцьку побудовані канали обміну та використання інновацій чи їх продажу. І водночас простори, схожі на ярмаркові площі, де люди відпочивають, гуляють, обмінюються ідеями, розробляють спільні проекти, продають свій продукт чи працюють у передових галузях.

Бажаний Луцьк — це місце, де люди можуть виражати свої таланти та потенціали, залучати їх, використовувати та просувати заради загального добробуту. Це місце з безліччю якісних можливостей для дозвілля, культурного життя, навчання та просвітництва, формального й неформального. Там, де природа добре доглянута та послуговується своїм жителям, у такому Луцьку просто пересуватися та зустрічатися одне з одним не тільки у центральній частині міста, скрізь. Бажаний Луцьк вирізняє високий рівень урбаністичного дизайну: нова архітектура узгоджена зі старою, вулиці й площі різноманітні та цікаві. У їх змістовному наповненні та візуальній комунікації бізнес і влада послуговуються спільними правилами та неординарними рішеннями.

Бажаний Луцьк — екологічно свідомий, намагається зменшити кількість автівок, шкідливих виробництв і адаптуватися до кліматичних змін. Респонденти мають чітке бачення інклюзивного міського середовища, хочуть бути піонерами безбар'єрності у фізичний та соціальний спосіб. Мешканці бажать отримати багатий, яскравий досвід, перш за все через історичний спадок, міську природу, гастрономію, мистецькі події, а також розвинену мережу пішохідних, велосипедних та річкових маршрутів з майданчиками для дозвілля й активного відпочинку.

Старе місто у їх баченні не похмуре, безлюдне, не таке, що відштовхує, а впускає, стає безпечним, привітним для туристів, які залишаються тут надовго. Його загальний настрій підбадьорює все місто інноваціями у технологічній, соціальній, культурній та екологічній сферах. Це загальноміська лабораторія, головний експериментальний майданчик. Його динамізм генерує критичну масу інновацій, що гарантує Луцьку процвітання.

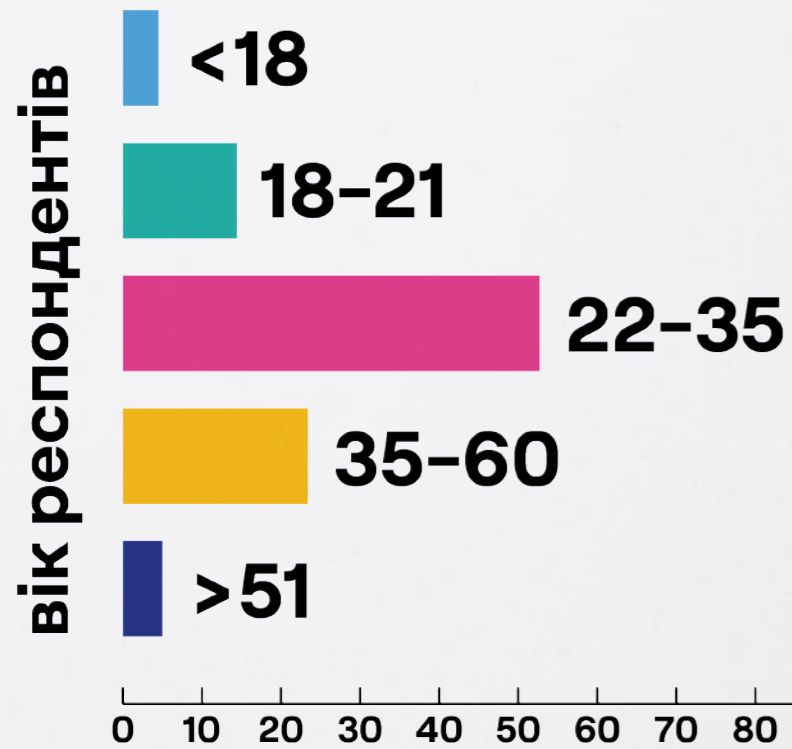
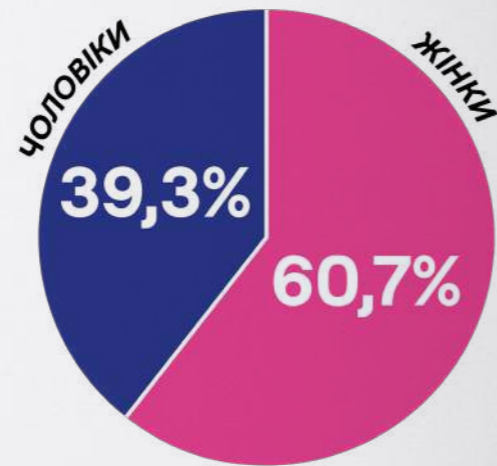
Громадяни хочуть бачити розвиток міста за зрозумілою і перспективною стратегією, створеною у співпраці містян, бізнесу і влади. Роботу міської ради та державного сектора бачать чітко, прозоро, в інтересах населення, а не певних бізнес-груп.



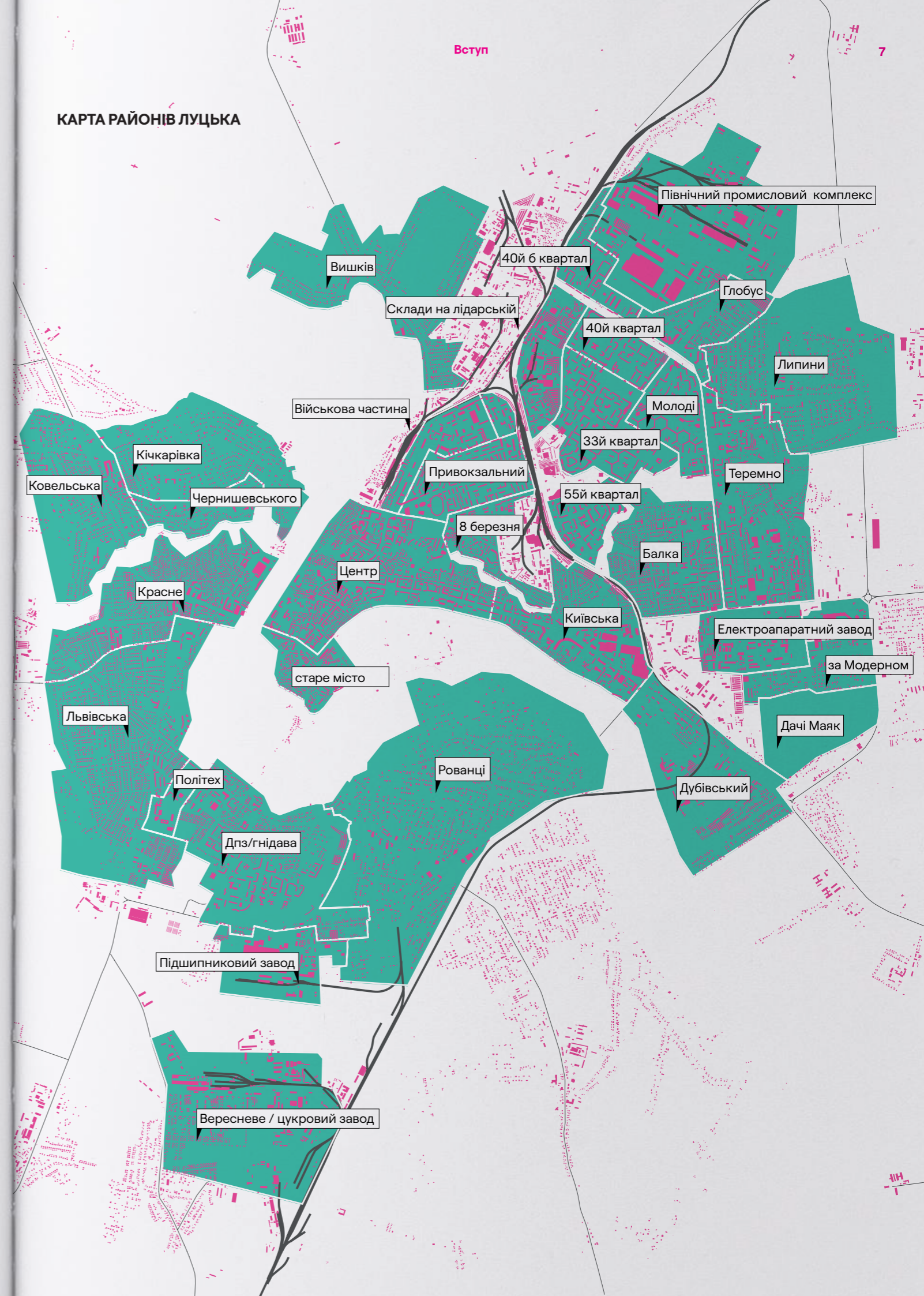
СТАТЕВО-ВІКОВА СТРУКТУРА РЕСПОНДЕНТІВ

Для збору даних на другому етапі дослідження ми використовували онлайн-опитування, що проходило за стихійною вибіркою. Опитувальник розповсюджувався у ЗМІ, соціальних медіа та міських чатах, у месенджерах. Зібрано 1111 анкет. Найактивніше до опитування долучились містяни молодого віку (52,7%), що свідчить про високий рівень претензій до якості середовища та якості життя у найбільш економічно активного населення міста. Відчуття нудьги для цієї частини населення може відіграти вирішальну роль у планах на майбутнє. Нині люди дедалі частіше обирають місто, в якому вони хочуть жити, працювати та відпочивати, а не місце роботи, як було раніше. Тому команда дослідження вважає культуру

— ключовим елементом в екосистемі міста й підґрунтям розвитку людського капіталу. Луцьк у контексті культури не може запропонувати лучанину широкий і різноманітний вибір можливостей цікаво й з задоволенням провести вільний час. У боротьбі за вільний час лучанина перемагають безцільні прогулянки містом з друзями чи наодинці або — це ще більший конкурент — заміська природа та виїзд у Львів.



КАРТА РАЙОНІВ ЛУЦЬКА



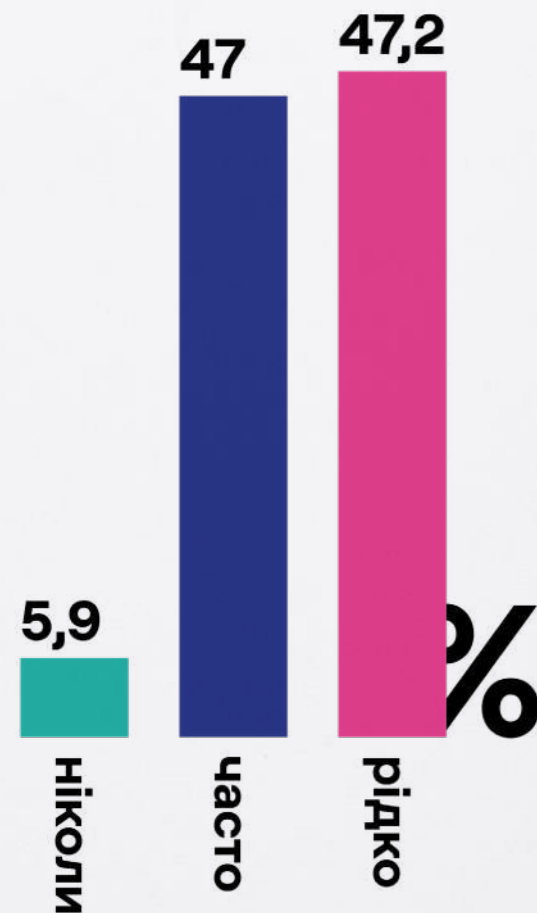
ЧАСТОТА ПОЧУТТЯ НУДЬГИ У ЛУЧАН

Майже половина опитаних (47%) часто переживають нудьгу у місті. Про що це говорить? Це критично багато, чи нам нема про що хвилюватись? Спробуємо відповісти на ці запитання з огляду на аудиторію опитування.

Для нашої вибірки характерний перегин у бік молодих користувачів. Лучан молодого віку відрізняє відносно вищий за середній по місту рівень доходу: 17.000 проти 14.500 грн /міс. Водночас молоде покоління готове платити за якісні послуги у сфері дозвілля і розваг. В опитуванні взяло участь більше жіночої частини населення, яка мешкає переважно з партнером. Це випускники, молоді спеціалісти, частина населення, що тільки стала на шлях до фінансової незалежності й має відносно більшу свободу, яку мало що обмежує. Вони менше зв'язані обов'язками, тобто, як правило, не несуть

серйозної відповідальності за інших людей. Цей аспект грає свою роль у виборі культурних практик. Лучани молодого віку більше за інші вікові групи залучені до культурного життя міста, намагаються активно його вивчати, освоювати, на відміну від підлітків та людей середнього й особливо старшого віку. І дуже часто результати їх пошуків та участі є невтішними. Молодь нудьгує у Луцьку.

А взагалі у Луцьку, як часто вам буває нудно?



«ВЕЛИКЕ ПРОКЛЯТТЯ НУДЬГИ»

Наша аудиторія — це здебільшого мешканці Центру (14,6%) та 33-го кварталу (14,3%). Але не всі вони однаково відчувають нудьгу у місті. Найбільш характерне (понад 50% відповідей) це почуття для мешканців наступних районів: Красне, 33-й квартал, 55-й квартал, Липини, Глобус, район 8 березня та для тих, хто поїхав з міста.

Їх упевнено наздоганяють за цим показником Центр, Старе місто, Теремно й Вишків, ДПЗ, Львівська, Привокзальний, с. Рованці (45–50%). Відносно менше нудьги опитування фіксує у районах Молоді (32%) й Київська (33%). Частіше за інших переживає нудьгу у місті аудиторія з вищими доходами (понад 40.000 грн/міс.)

ЧОГО НЕ ВИСТАЧАЄ ЛУЦЬКУ ДЛЯ ЦІКАВОГО ЖИТТЯ?

Далі ми запропонували лучанам вказати причини, за якими, на їх думку, у Луцьку нецікаво жити. Загальний розподіл відповідей свідчить про наявність двох груп причин. Перша пов'язана зі споживанням міста: нестачею громадських просторів («цікавих місць») для відпочинку та розваг; культурного життя (різноформатних подій). Друга група причин пов'язана з особистісним розвитком та продукуванням міста (нестачею «можливостей працевлаштування»,

«самореалізації»). Ця група причин актуальна для людей середнього віку, так само, як нестача культурної пропозиції з вищим порогом доступу (мистецькі та театральні заходи). Молодь та підлітки частіше вказують на нестачу нових місць для дозвілля та цікавих міських подій.

частота
згадування

762

нових місць для відпочинку та розваг

640

цікавих міських подій

608

культурного життя (мистецьких, театральних та інших заходів)

359

цікавих можливостей працевлаштування

359

можливостей для самореалізації

358

кращої якості послуг дозвілля

62

інше

42

всього достатньо

38

важко сказати

КОМПЕНСАТОРНІ ПРАКТИКИ ДОЗВІЛЛЯ

Міська нудьга — це щось більше, ніж нецікаві події, набридлі кав'ярні та добре знайомі вулички. Тому краще питання сформулювати так: «Який внесок у покращення міста може зробити нудьгуюче населення?» Наші учасники не звикли сидіти склавши руки, чекати, що їх розбудить аніматор, активіст, культурний діяч. Ні, 80% респондентів вдаються до певних дій самостійно — компенсаторних практик, що мають нейтралізувати нудьгу. Це переважно практики, створені власноруч, без допомоги спеціальних агентів дозвілля та культурного споживання (заклади культури, спорту і дозвілля). На перших місцях у рейтингу компенсаторних практик, як видно з таблиці 4, у містян прогулянки (безцільні та цілеспрямовані на вивчення міста), поїздки велосипедом та вилазки за місто.



ЧАСТОТА ЗГАДУВАННЯ

194 123 76 51 44 36 29

ВЕЛО- АБО ПІШІ ПРОГУЛЯНКИ МІСТОМ
(ПАРК, СТИР)

ІДУ З ЛУЦЬКА (НА ПРИРОДУ, У ЛЬВІВ,
МАНДРУЮ РЕГІОНОМ)

ЗУСТРІЧАЮСЬ З ДРУЗЬЯМИ У МІСТІ

ДОСЛІДЖУЮ МІСТО (ШУКАЮ ЩОСЬ
НОВЕ)

ІДУ У ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ (ГАЛЕРЕЇ,
ТЕАТРИ, НА ЛЕКЦІЇ)

ЗАЙМАЮСЬ СПОРТОМ (БІГ, У ЗАЛ)

ІДУ У СТАРЕ МІСТО

27 24 23 22 8 8 1

САМ ОРГАНІЗОВУЮ ЗАХОДИ

РОЗВАГИ У МІСТІ (КІНО, БІЛЬЯРД,
КОНЦЕРТИ)

ЗАЛИШАЮСЬ ВДОМА, ІДУ У ГОСТІ

ІДУ У ЗАКЛАД ХАРЧУВАННЯ (КАФЕ,
РЕСТОРАН, БАР)

ХОДЖУ В ТЦ

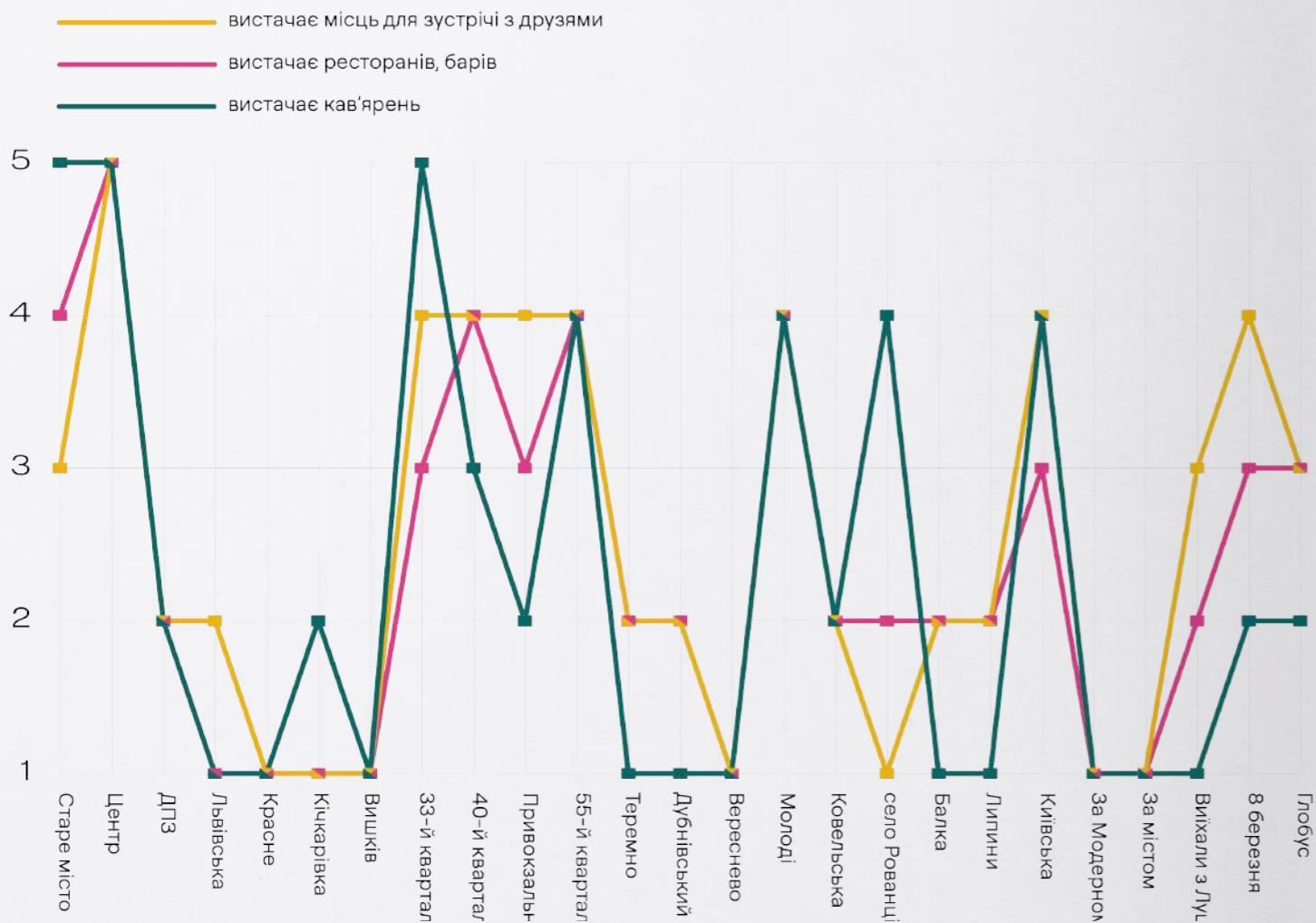
САМООСВІТА

ІДУ В ХРАМ

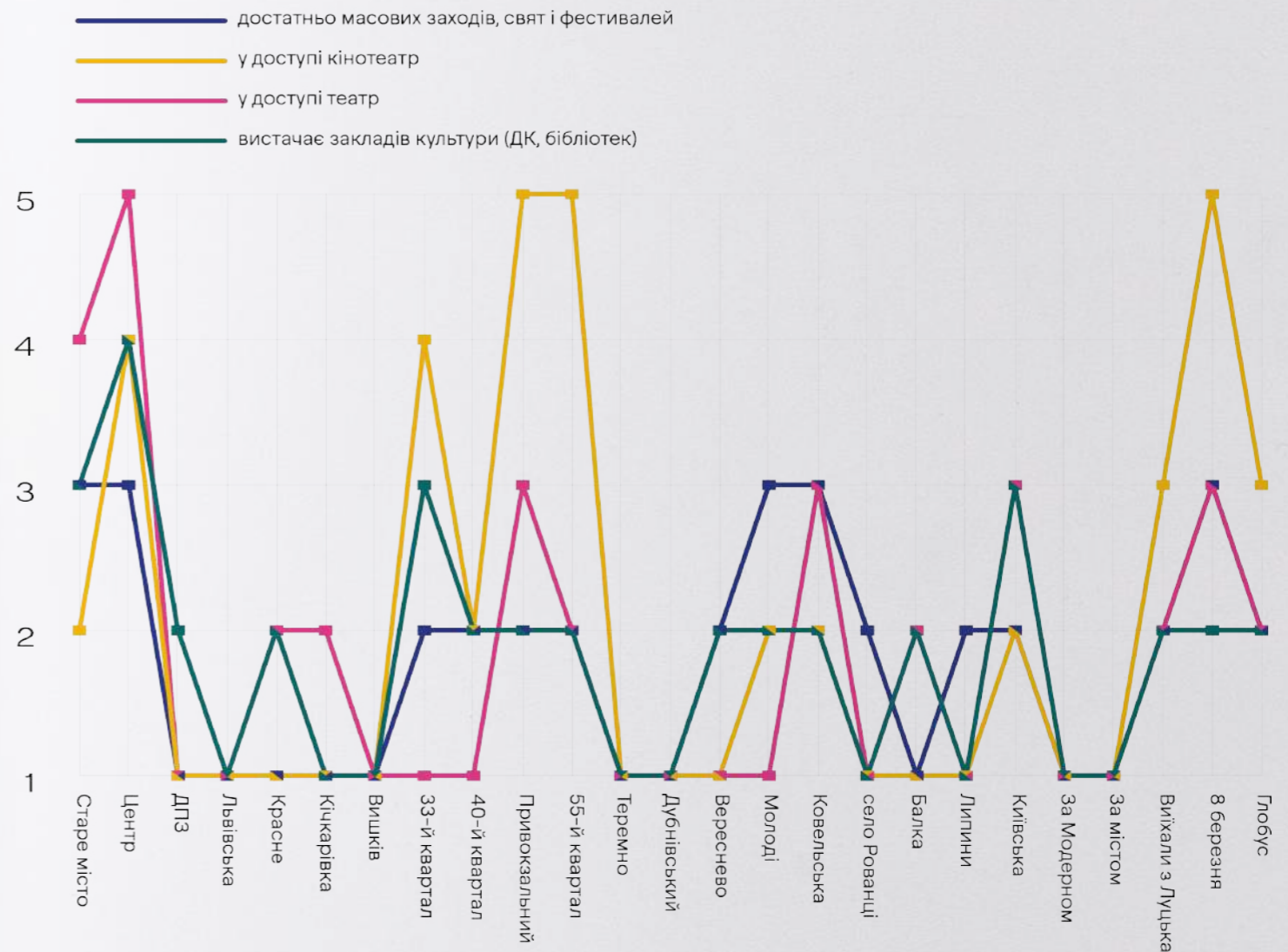
Такими чином, нудьга у Луцьку дійсно відчутна, і в боротьбі з нею населення залишається переважно на самоті. Його інтелект, прагнення, мотивація, уява та творчість затіняють недоліки локації, занедбаний стан будівель і зелених зон, труднощі з працевлаштуванням й малі міські ресурси для самореалізації. І ця креативність у боротьбі з нудьгою, недоліками міста, є основою для здатності міста виживати та пристосовуватися зараз й визначатиме майбутній успіх Луцька. Нудьга може стати енергією для розробки технологічних, концептуальних та соціальних розв'язань питань щодо зростання та змін Луцька.

З точки зору інфраструктури дозвілля є суттєвий перегин у бік Центру міста, водночас більшість околиць та передмістя страждає від дефіциту «місць для зустрічі з друзями», «кав'ярень», «ресторанів, барів». Найнижчі оцінки отримали райони: ДПЗ, Львівська, Красне, Кічкарівка, Вишків, Теремно, Дубнівський, Балка, Вереснево, Липини, район за Модерном, заміські приватні квартали. Ситуація у спальних районах трохи краща: 33-й квартал, 40-й квартал, 55-й квартал, Привокзальний, Молоді, Київська. Це свідчить про те, що вони стали субцентрами з цікавими

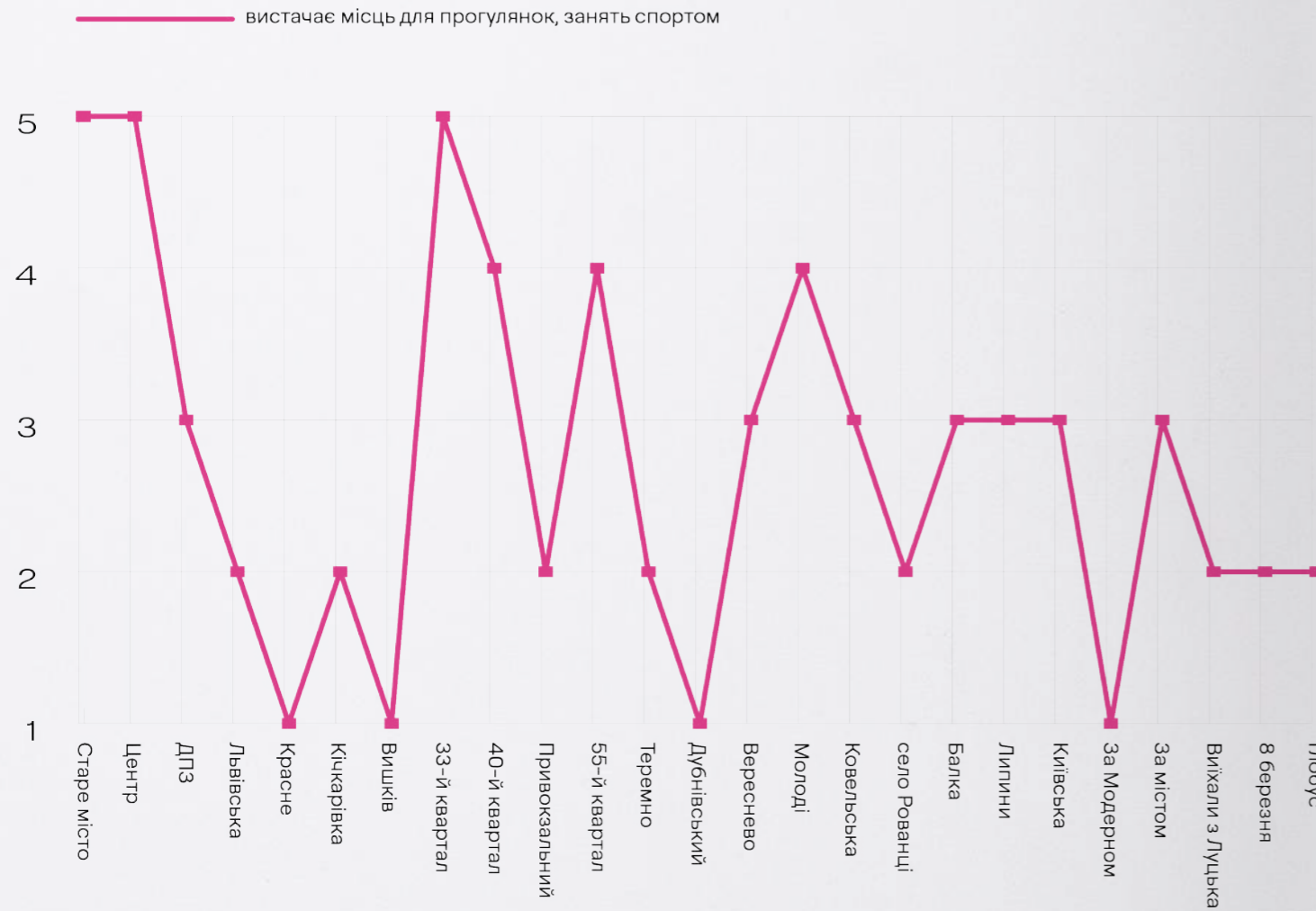
вторинними торговельними площами і вулицями. Тут мешкає більше молоді, студентів, ці райони більш гетерогенні й можуть бути урізноманітненні об'єктами дозвілля і розваг. Тут вищі прибутки, освіта та рівень навичок. Торгівля і дозвілля можуть бути скромними, але кращими, ніж на периферійних територіях.



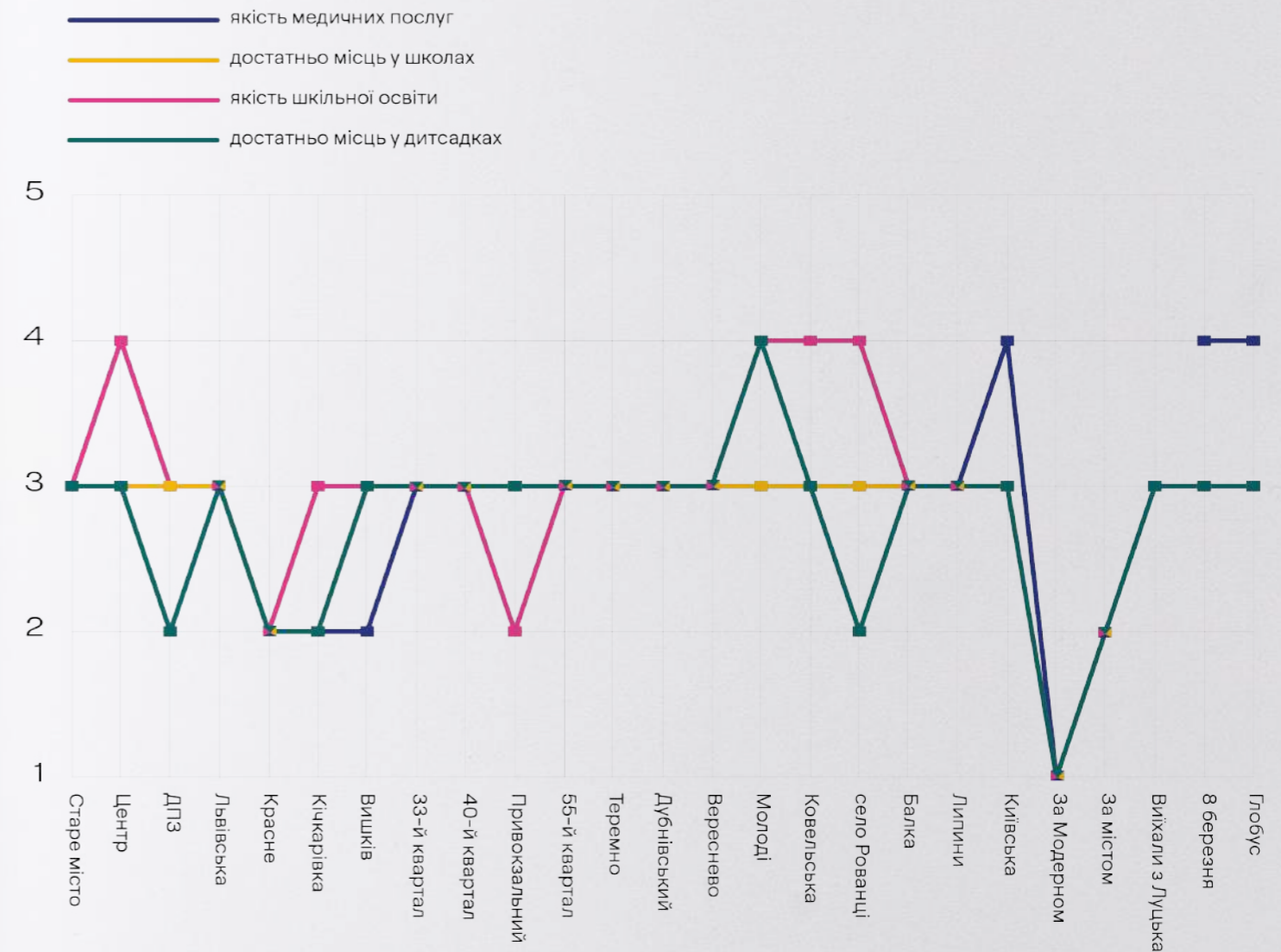
Ситуація із закладами культури комунальної та приватної форм власності найгірша серед інших параметрів. Майже у всіх районах, окрім Центру, Старого міста, Привокзального і району 8 березня, респонденти вважають незадовільним стан «закладів культури (ДК, бібліотек)», тут відсутній достатній доступ до кінотеатрів, театрів, недостатня кількість масових заходів, міських свят і фестивалей.



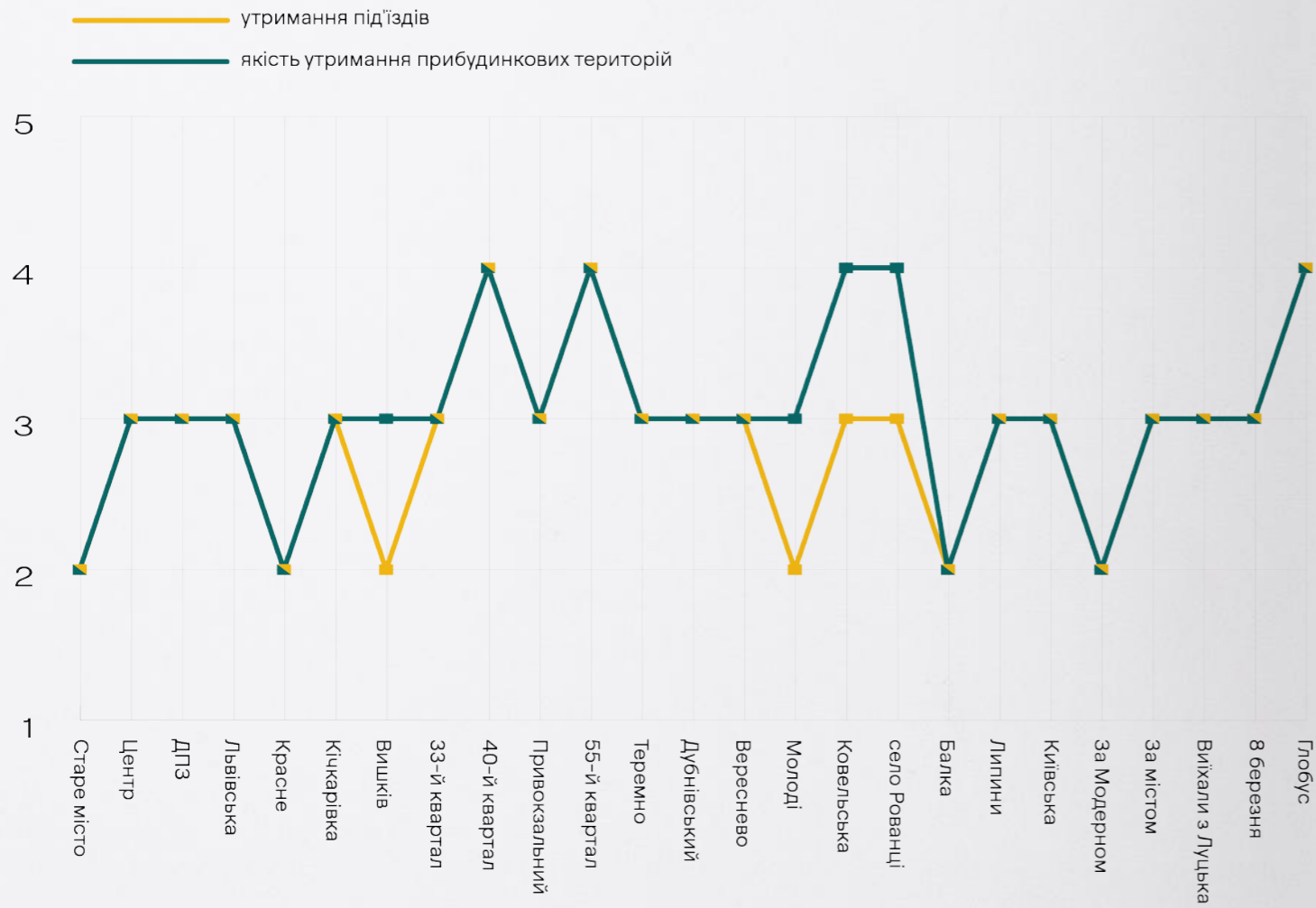
Дані опитування говорять про те, що зі спортивною інфраструктурою у місті найменше проблем. Учасники дають більш посередні оцінки. Найвищі бали отримали Старе місто, Центр, 33-й квартал. У спальних районах ситуація оцінюється на «4». Значно менші бали знову характеризують околиці з приватною забудовою та передмістя.



Базові соціальні сервіси, такі як дитячі садки, школи та медичні заклади, отримали переважно посередні оцінки. Найгірше ситуацію з доступом та якістю соціальних послуг оцінюють мешканці районів Красне, Кічкарівка, за Модерном та ті, хто виїхав за місто у сільські райони.



З точки зору стану спільних територій біля будинку проживання ситуація дещо вирівнюється. Вищі оцінки отримали знову радянські модерністичні мікрорайони 40-й квартал, 55-й квартал, Глобус, а також село Рованці і Ковельська. Старе місто отримало найнижчі оцінки саме за цим параметром, що може бути відголосом загальної занедбаності цієї території.



Одноповерховий житловий будинок з присадибною ділянкою



Одноповерховий адміністративний будинок



Багатоквартирний житловий будинок малої поверховості

Суб'єктивне відчуття безпеки ми спробували виміряти за допомогою такого показника, як готовність батьків відпустити дитину на вулицю гуляти самостійно. В цілому по місту ситуація задовільна. Більш небезпечними з цієї точки зору здаються мешканцям менш населені райони. Низькі оцінки отримали Старе місто, Львівська, Красне, район за Модерном.



район «Красне»

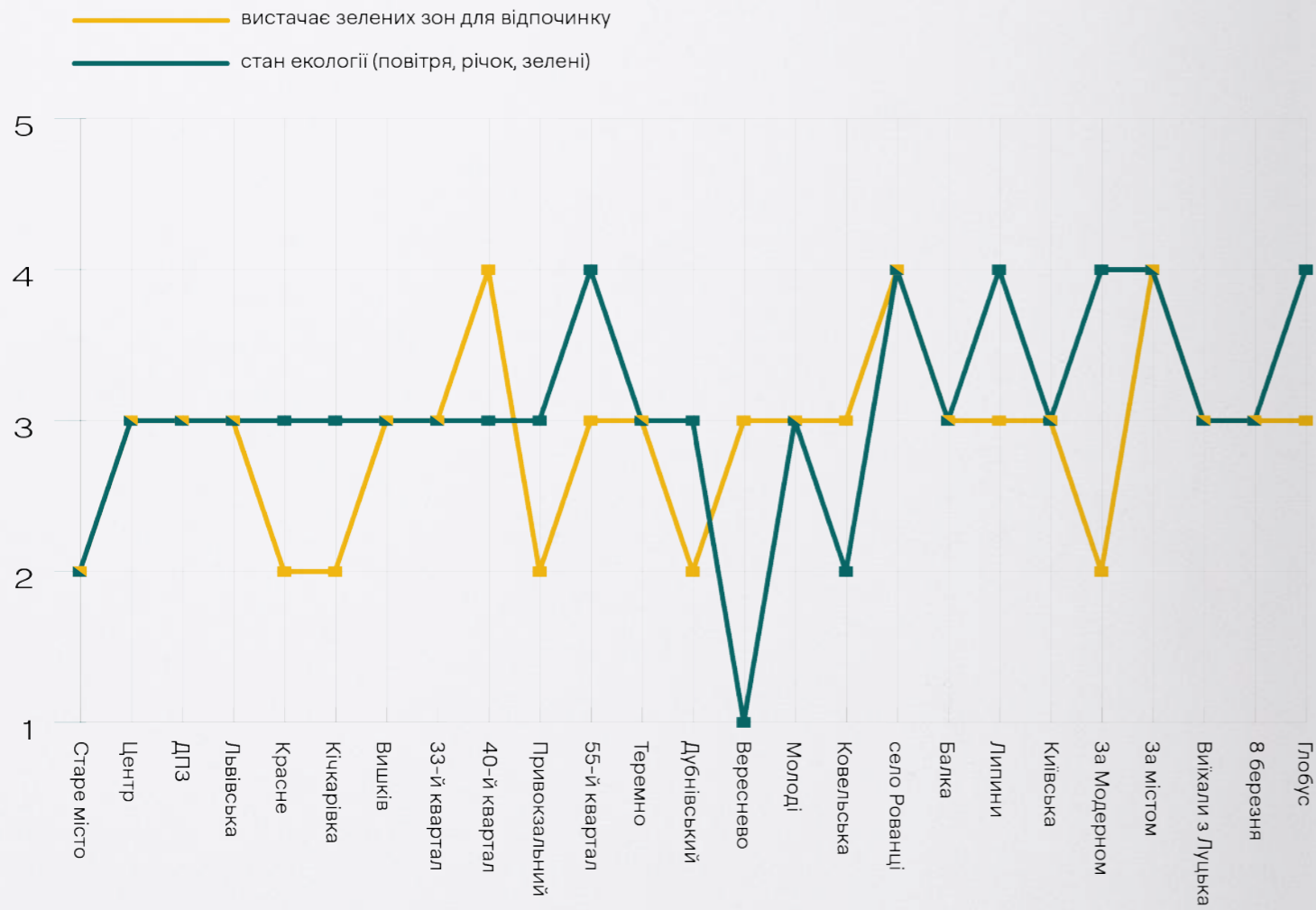


район «Старе місто»



район «За Модерном»

Небезпечною мешканці вважають ситуацію зі станом екології у Вересневому (1 бал), на Ковельській та в Старому місті (по 2 бали). Тут також не вистачає зелених зон для відпочинку, так само, як і у районах Красне, Кічкарівка, Привокзальний, на Дубнівській та за Модерном.



природні зони (набережна р.Стир)



центральный парк ім. Лесі Українки



набережна р.Стир у Центральному парку

Відвідування історичної частини міста аудиторією опитування майже не залежить від їх демографічних характеристик, тобто віку та статі. Більша різниця виявилась у тому, з ким зазвичай людина відвідує Старе місто. Частіше за інших («кілька разів на місяць») Старе місто відвідують п'ять груп типових користувачів. Це:

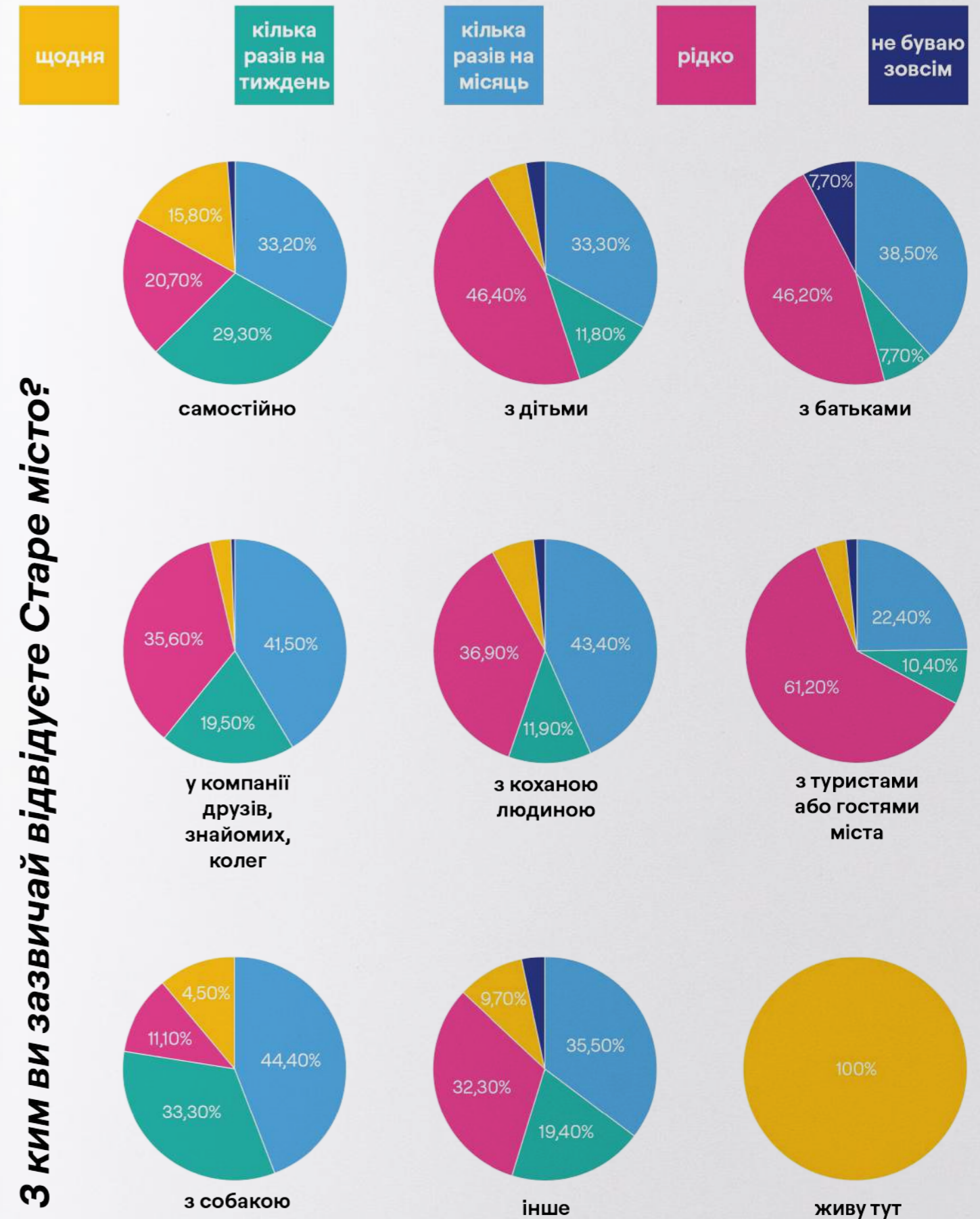
1. «Одиначки» — ті, хто відвідує Старе місто самотійно.
2. «Закохані» — ті, хто відвідує Старе місто з коханою людиною.
3. «Компанії» — ті, хто приходить сюди у компанії друзів, знайомих або колег.
4. «Собачники» — власники собак.
5. «Місцеві» — ті, хто живуть тут.

ДЕМОГРАФІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АКТУАЛЬНИХ ГРУП КОРИСТУВАЧІВ СТАРОГО МІСТА

Поряд з тим, що актуальні групи користувачів складають специфічні компанії відвідування Старого міста, їм притаманні певні демографічні характеристики, а саме віку, статі, доходу та складу сім'ї. Виходячи з цих особливостей, ми можемо дати більш точний опис портрета користувача. Так, компанії друзів передусім жіночі, тож ми їх назвали «подружки», серед власників собак теж переважно жінки («собачниці»).

	«ОДИНАКИ»	«ПОДРУЖКИ»	«ЗАКОХАНІ»	«СОБАЧНИЦІ»	«МІСЦЕВІ»
СТАТЬ	жінки/ чоловіки	жінки	жінки/ чоловіки	жінки	жінки
ВІК	26-35 років	18-35 років	26-35 років	22-25 років	не має значення
ДОХІД НА МІСЯЦЬ, ТИС. ГРН	20.000	20.000	20.000	10.000	30.000
СКЛАД ДОМОГОСПО- ДАРСТВА	живе одна/один	3 партнером або з батьками	з партнером/ кою	з партнером	не має значення

Частота відвідування Старого міста серед різних компаній

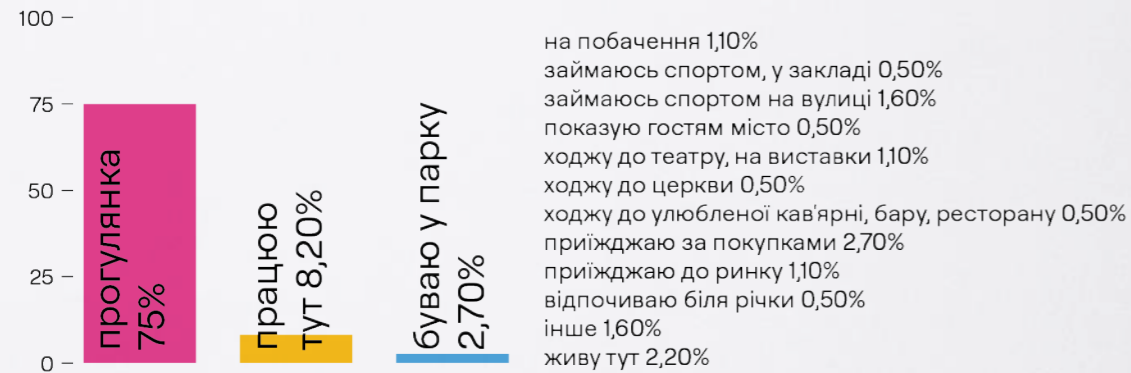


З ким ви зазвичай відвідуєте Старе місто?

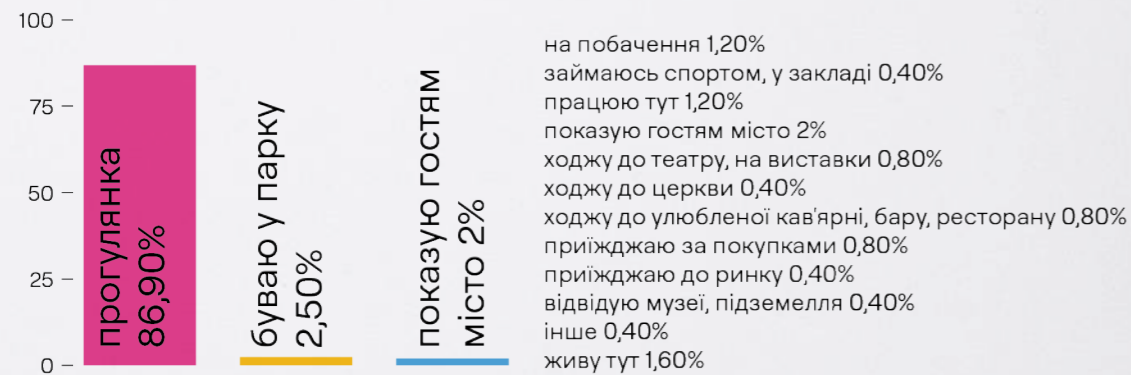
Актуальні групи Старого міста мало користуються можливостями для проведення вільного часу у закладах. Найпопулярнішою практикою дозвілля є прогулянки історичними вуличками та Центральним парком по сусідству. Одинаки добираються у Старе місто переважно пішки або громадським транспортом. Закохані приходять пішки або приїжджають власним автомобілем; собачниці та місцеві тільки пішки.

Рейтинг популярності практик дозвілля у Старому місті серед актуальних груп користувачів

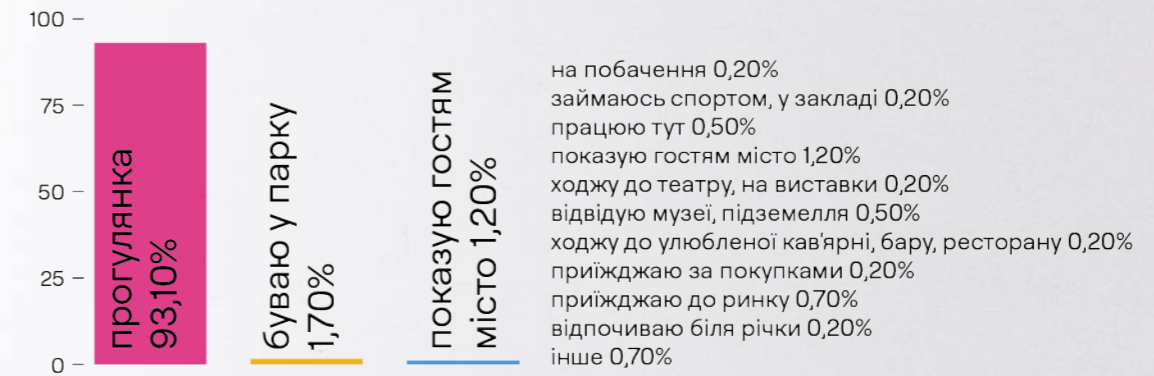
«одинаки»



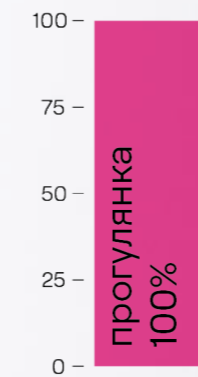
«закохані»



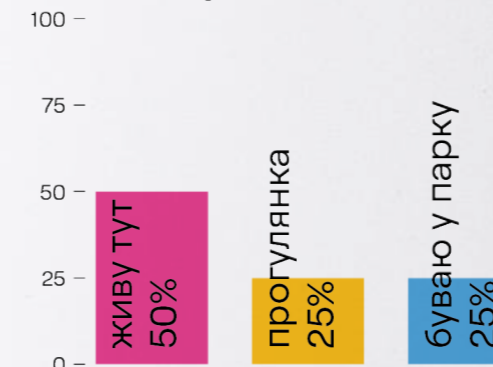
«подружки»



«собачниці»



«місцеві»



Серед тих, хто рідше буває у Старому місті або взагалі не приїжджає сюди, помітні 4 групи користувачів. З огляду на їхні демографічні характеристики (стать, вік та сімейний стан) та компанії відвідування («з дитиною», «з батьками», «з гостем міста» та «з родичами») можемо описати портрети потенційних груп користувачів: «матері», «доньки», «активістки» та «невістки». Всі групи однаково визнали головними чинниками невідвідування Старого міста «відсутність цікавих подій» (майже 50%), відсутність цікавих місць (на рівні 15%).

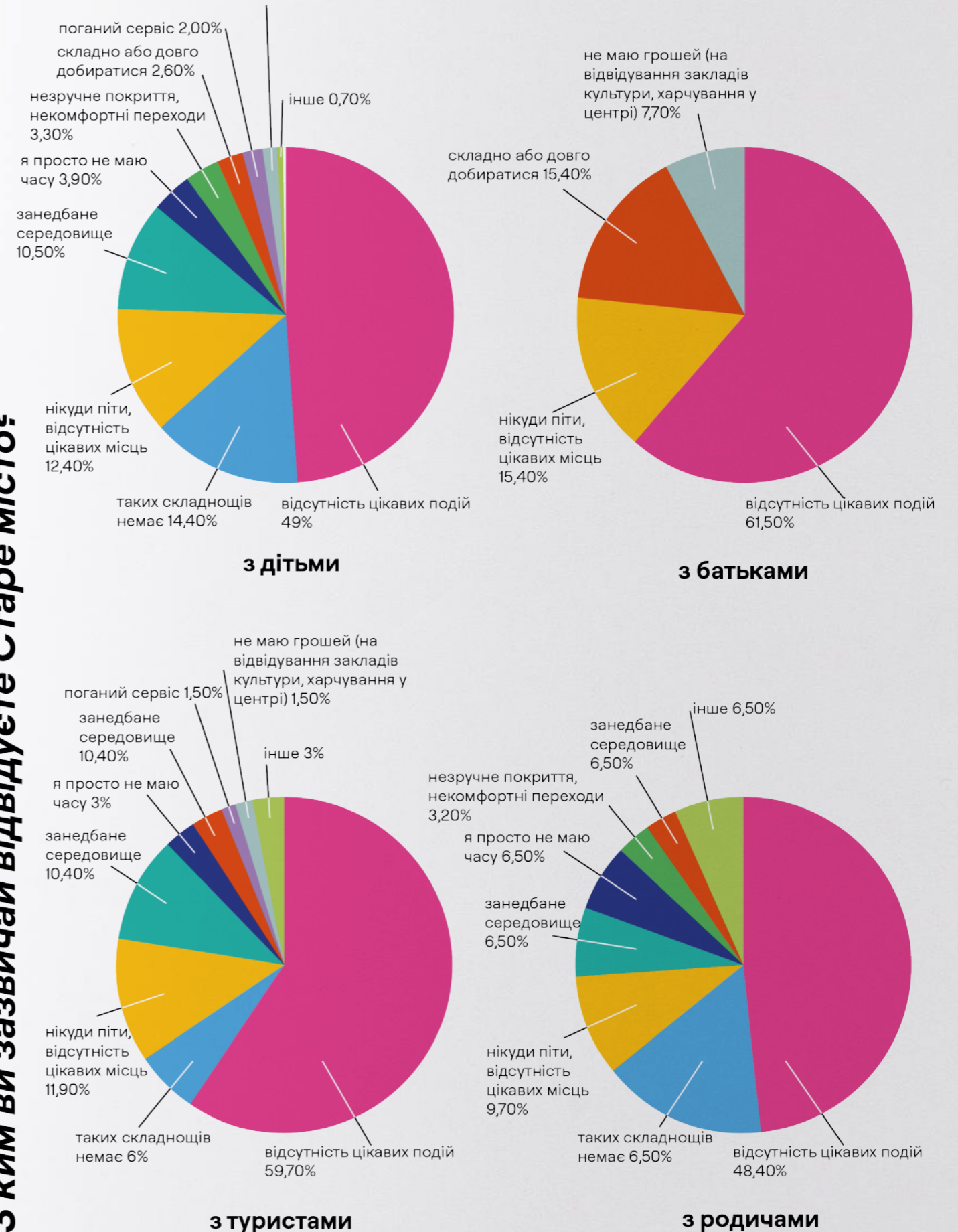
Для матерів з дітьми також істотним є чинник занедбаного середовища (11%), для доньок у компанії батьків значущим є також транспортне сполучення: до Старого міста їм «складно або незручно добиратися» (15% відповідей)

ДЕМОГРАФІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОТЕНЦІЙНИХ ГРУП КОРИСТУВАЧІВ

	«МАТЕРІ»	«ДОНЬКИ»	«ДРУЖИНИ»	«НЕВІСТКИ»
СТАТЬ	жінки	жінки	жінки	жінки
ВІК	26-50 років	менше 18 / 36-50 років	26-50 років	не має значення
ДОХІД НА МІСЯЦЬ, ТИС. ГРН	20.000	20.000	20.000	20.000
СКЛАД ДОМОГОСПОДАРСТВА	сімейні	сімейні	з партнером	з партнером

Чинники невідвідування Старого міста

З ким ви зазвичай відвідуєте Старе місто?



Контент-аналіз відповідей у графі «Інше» дозволяє деталізувати типові причини невідвідування. Серед них:

1. Загальний стан занедбаності: «Наче СМТ, а не обласний центр». «Мало людей, тому страшно гуляти ввечері», «Занедбані будинки, будівельні майданчики», «Занедбане середовище біля річки», «Неприємний ринок». На додаток до цього тут бігають безпритульні чи домашні собаки.

2. Застарілий контент у закладах культури і дозвілля. «Не вистачає інтерактивних розваг для дітей і батьків».

3. Вузька пропозиція закладів харчування: «Немає доступних за ціною кав'ярень, тільки одна «Корона», «немає вибору, де поїсти».

4. Відсутність гучної реклами заходів.

5. Нестача виділених паркомісць.

Старе місто Луцька сприймається містянами як околиця. Це суміш обшарпаних, колись елегантних релігійних споруд різних віросповідань; замкова площа без ознак торгового життя; житлові будівлі, які колись належали місцевій знаті, а наразі стали житлом робітничого класу; розбита дорожня інфраструктура та тротуари, занедбані недобудови й котловани. Наведемо кілька цитат з матеріалів відкритих запитань.

«Я мешкаю на вулиці Базарній. Скажу відверто – вулицю за 60 років один (!!!) раз ремонтували – засипали відсівом. Сусідню вулицю – Тупікову відремонтували завдяки тому, що там будинок Голованя. Вийдеш до річки – там повний хаос. Хтось городи насадив, хтось пісок добуває. Така собі «нічийна власність» фактично в центрі міста. Сумно, що досі концепції «що з тим проектом Кривецького робити» (Луцьке озеро) – немає».

«Наразі виглядає так, що Старе місто, як декорації до історичного фільму, там гарно, але бракує людей і життя».

Причиною цих перешкод та обмежень мешканці вважають неефективне управління територією з боку міської влади. Що треба зробити, щоб уникнути перешкод та подолати обмеження відвідування Старого міста та околиць, за думкою респондентів:

1 ПОСИЛЕННЯ КОНТРОЛЮ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБУДОВИ В ПУБЛІЧНОМУ ІНТЕРЕСІ.

«Міськраді бути уважнішими до того, кому і для чого вони продають ділянки в Старому місті. В Старому місті багато будинків у стані ремонту/будівництва, яке триває вже десятки років, самі огорожі і паркани. За цими огорожами не видно архітектури і ходити вздовж будівельних огорож і навісів неприємно. Хочеться, щоб у майбутньому влада була уважніша до того, кому і на що вони надають дозволи, щоб об'єкти, на які вони дають дозвіл, були доречними».

«Місто і влада мають бути зацікавленими, без дозволу і фінансових ресурсів буде такий самий результат, який ми бачимо зараз».

«Потрібно, щоб міська влада перестала вбачати у всьому комерційну вигоду і дала можливість для втілення цікавих ідей приватних підприємців»

2 ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДИ ТА МІСЦЕВОГО БІЗНЕСУ ДО СПІВПРАЦІ З ПРЕДСТАВНИКАМИ ВЛАДИ, КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.

«Залучати представників влади, департаментів та комунальних підприємств до цього проекту, ваших воркшопів та співпраці. Втілювати партисипативні практики, сприяти громадським активістам, які втілюють власні проекти на благо громади».

«Часто ставить палки в колеса і сприймає бізнес і громадський сектор як конкурентів. Налагоджувати діалог між трьома ланками».

Сприяти тому, щоб міська влада співпрацювала з бізнесом та громадським сектором, бо вона

3 ПОСИЛЮВАТИ УВАГУ ДО КУЛЬТУРИ.

«А місцевій владі надавати увагу більше культурі, туризму, збереженню історичної спадщини, ніж комерції і заробітчанству».

«Орієнтуватись на туристів і лучан, які хочуть там проводити час, а не на забаганки мера і його «власників»

Рейтинг бажаних практик дозвілля у Старому місті свідчить про те, що містянам хочеться насамперед більш жвавої системи подій, смачної їжі та візуально привабливих видів і фасадів. Іншими словами, люди хочуть насолоджуватись простими речами:

– музичні концерти, кінопокази, міні-фестивалі, які мають щоденний характер;

– архітектура, краєвиди, вулична їжа, річка і пляжі, літні кафе, зимові свята.

Менш бажаним є відвідування закладів культури у традиційних форматах: екскурсії, вистави, лекції, турніри, читання книг. Спорт та екзотичні практики дозвілля (birdwatching, польоти на аеростатах, скейтбординг, пошук рідкісних комах, екологічні практики) — отримали найменшу підтримку серед лучан. Втім, цей рейтинг не означає, що ми маємо відмовитись від одних практик на користь інших. Він радше сигналізує про пріоритетність впровадження певних практик та якості середовища, їх покроковість: від простих, вуличних практик насолоди життям до складніших у сенсі компетентності та нішевого інтересу.

Рейтинг бажаних практик дозвілля

частота згадування



Відповіді на відкрите питання стосовного бажаних практик дозвілля деталізує різні рівні (не) залученості до міського життя не тільки Старого міста, а й центральних районів, що його оточують. Розглянемо кілька з важливих рівнів.

БАЖАНА АТМОСФЕРА

У відповідях щодо бажаної атмосфери домінують затишок і романтика. Особливість історичного центру учасники дослідження бачать у відчутті дому, тобто домінуванні приватної атмосфери над публічною. Старе місто має пробуджувати відчуття знайомого та затишного. Цьому допоможе архітектура, історія, невеликі заходи, організовані простори для сімейного відпочинку та побачень закоханих.

«Хотілося би більше святкової атмосфери, більше історичних фактів висвітлювати, в сучасних стилях, і не тільки замок, але і саме місто, його значення, відомих людей, як місто переживало всі історичні коливання, аніме-кліпи, цікаві костюмовані фестивалі не раз на рік, а можливо, не масштабні, а вуличні, як в інших старовинних містах світу».

«Милуватися його історичними пам'ятками, відпочивати у закладах харчування, багато гуляти та відпочивати у єдності з природою».

Важливо, що користувачі помічають не тільки загальну атмосферу, але і стиль культурного продукту. Бажаними є сучасні формати, сценарії та ідеї, які не варто копіювати в інших містах (хоча були й такі пропозиції), а шукати і дотримуватися самобутнього настрою, ідентичності.

«Насправді, проїнятися духом та атмосферою Старого міста. Посидіти в ресторанчику (якого нема) в старому замку чи біля нього. В замку взагалі нічого немає, щоб прийти туди більше ніж один раз. Ця територія, здається, досить не пристосована для туриста. Ніби потрапив у 2005 рік».

«Найголовніше – це реконструкція старих пошарпаних будинків, не «євроремонти» так звані, а реконструкція, відтворити початковий вигляд будівлі».

Іншою важливою вимогою є акцент на можливостях інтеракції користувачів один з одним у межах певних ігрових форматів, нестандартних пропозицій чи об'єктів, що підштовхують до встановлення стосунків із людьми, архітектурою та природою навколо.

«Милуватися чимось дивовижним. Приводити заходи для нетворкінгу, щоб люди знайомились краще та могли співпрацювати. Робити відкриті освітні лекції».

«Ще класно було б зробити громадські зони для пікніка, з антивандальними столами та грилями».

Наостанок треба сказати про економічні засади оновлення. Естетика та етика мають триматися на прийнятних умовах для бізнесу, який і забезпечить цю самобутню затишну атмосферу: «бізнесова як магніт для ресторанів, своєю чергою ресторани як магніт для виставок і музеїв + різні майданчики для презентацій, навчання».

Яка атмосфера, настрої має домінувати у Старому місті після оновлення?

частота
згадування



БАЖАНІ ФОРМАТИ І СЦЕНАРІЇ ПОДІЙ

Перш за все треба підкреслити втому людей від стандартних форматів і сценаріїв культурних подій у місті.

«Питання, в принципі, не у Старому місті, я думаю. Важливіше створювати умови саме для заходів. Вони можуть проходити хоч у Промені, хоч у Липинах, якщо у заходу цікава концепція і люди знатимуть, — то поїдуть будь-куди».

«Мрію про фестиваль (який буде мати історичну тематику), що проводитиметься не тільки в замку, а й по всьому Старому місту, в тому числі біля річки (можливо, не весь фестиваль, але хоча б якась сценка)».

«Підтримувати існуючі формати популярних світових свят. Гелловін, Октобер-фест. Опрацьовувати програму для містян, створювати умови. Наприклад на Октобер-фест — зробити музичний фестиваль і запросити торгувати на території виробників пива. Або на Гелловін оголосити ходу у костюмах центром міста, створити вуличні точки мейкапу / костюмів, конкурс на найкращий костюм, святкування у кінці ходи (їжа, музика)».

Серед того, що б хотілося бачити:

1. «Більше музичних фестивалей (хоча б локальних, а бажано світові)».
2. «Літературні фестивалі просто необхідні саме в цих місцинах, дух і настрої сприяє».
3. «Створити власне міське свято, яке б стало візитівкою міста. Це, звичайно, складно, треба вигадати щось, що будуть активно підтримувати люди, але ж потенційний результат підвищить туристичну привабливість».
4. «Відкриту сцену у центрі з модерованою містом програмою. Тобто місце, де кожен день, або хоча б вихідними, або хоча б вечорами вихідних, щось коїться :) Театральна вистава, концерт, відкрита лекція, кінопоказ, щоб було місце, куди можна прийти, навіть не знаючи, що там зараз, і потрапити на щось цікаве».
5. «Велодень. У Луцьку дуже багато велосипедистів. Думаю, якщо створити Велодні, коли частина міста закрита для авто і є маршрут велопробігу, було б багато зацікавлених. Бував на такому заході у Харкові — все місто брало участь. У Луцьку, впевнений, буде теж дуже велика активність. Можна так то і далі думати :)»
6. «Більше екоосвітніх заходів, більше інтерактиву та сучасних технологій».
7. «Відвідувати різноманітні тренінгові та освітні заходи. Долучатися до масових заходів, до змін у місті, планування, розробки, благоустрою, толоч, облаштування громадських просторів, до перетворення середовища на комфортне. І до використання його».
8. «Хочу більше заходів зі спорту та мистецтва. Дозвілля, які є безкоштовні або з невеликим донатом. Самотнім людям у цьому місті дуже нудно, тим більше тим, які приїхали зі сходу України».

ЗАЛУЧЕННЯ ДІТЕЙ ДО СТАРОГО МІСТА

Вище ми визначили групу матерів з дітьми як одну з потенційних груп користувачів Старого міста. Що може мотивувати їх відвідувати його частіше? Респонденти називають кілька опцій.

1. **Заклади харчування для сімей з дітьми.**
«Приємно проводити час з друзями і дітьми в затишних ресторанах чи кафе зі смаколикками місцевої кухні, обов'язково з красивою панорамою».
2. **Облаштовані зони відпочинку (сидіння, приготування їжі) у громадських скверах.**
«Куштувати доступну за ціною регіональну кухню, гуляти з дітьми в комфортних та безпечних скверах».
«Як щодо пікніку? було б класно мати громадське облаштування для смаження м'яса і столики для відпочинку, такі, як в Америці і Європі) Звісно з заборонаю куріння і алкоголю. Але з дітками так хочеться іноді побути на свіжому повітрі в межах міста й посмажити самостійно щось смачненьке для них».

3. **Відвідування майстер-класів для діток та дорослих, сімейні змагання, конкурси.**
«Відвідувати цікаві дитячі зони та заходи; влітку відвідувати кафе з гарними відкритими терасами або просто столиками, що виставляються на площу (як у багатьох країнах Європи)».
4. **Впровадження ігрових елементів у середовище.**
«Каток, фудкорт, концерти просто неба, телескоп, невеликі сухі фонтани в усіх районах міста».

САМООРГАНІЗАЦІЯ

Плани оновлення культурного життя Старого міста та околиць мають включати можливість не тільки для споживання продукту (пасивного чи активного дозвілля), але й містити механізми для самоорганізації, включення містян у план формування подій, просторів, організації заходів, співпраці на рівні бізнесів, громадських ініціатив, культурних проєктів та, банально, як волонтерів: задонатити, поділитися, брати участь у спільному заході, толоці тощо.

«Хочу реалізовувати і брати участь в мистецьких проєктах, культурних та едукативних заходах. Давно мріяв зробити власний проєкт в замку. Можливо, долучитись до створення айдентики/ навігації, оновлення тамтешніх музеїв тощо. Та просто хочеться, щоб не було соромно перед друзями з інших міст та країн коли привожу їх туди, от і все».

«Хочу брати участь у волонтерських ініціативах (наприклад, щось схоже на львівську домівку врятованих тварин — відвідувачі можуть вигулювати песиків та донатити чи приносити речі за списком потреб), організувати та відвідувати щомісячний flea market, прогулюватись по гарній відреставрованій набережній з артоб'єктами та зручною інфраструктурою».

БЕЗПЕКА

Вище ми писали про безпеку. Нагадаємо, що для Старого міста характерний низький рівень суб'єктивного відчуття захищеності. Низька густота населення, непопулярність у містян, відсутність контролю, систем моніторингу, загальна занедбаність середовища, створюють умови для маргінальної поведінки.

«Хочу почуватися безпечно у парку ім. Лесі Українки, де був негативний досвід з гвалтівниками».

УПРАВЛІННЯ ТЕРИТОРІЄЮ

Система управління та оновлення території Старого міста має орієнтуватися на кілька принципів, з яких учасники опитування наводять найчастіше:

ЧАСТОТА ЗГАДУВАННЯ

39 ЗБЕРЕЖЕННЯ АУТЕНТИЧНОСТІ У МАТЕРІАЛАХ, ВИГЛЯДІ, ТИПІ ЗАБУДОВ

23 ОНОВЛЕННЯ СТАРОГО РИНКУ

21 ПІШОХІДНІСТЬ ПРОТИ АВТОМОБІЛІВ, СТВОРЕННЯ БЕЗБАР'ЄРНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ МАЛОМОБІЛЬНИХ ГРУП НАСЕЛЕННЯ

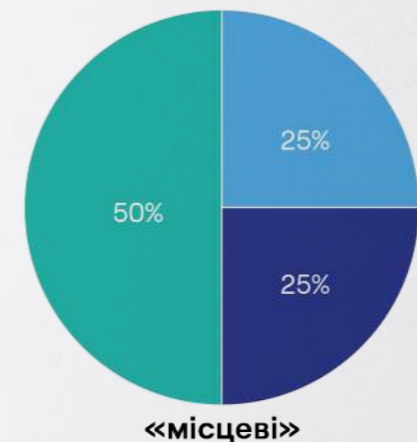
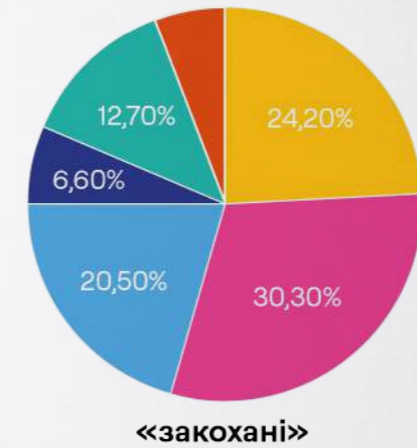
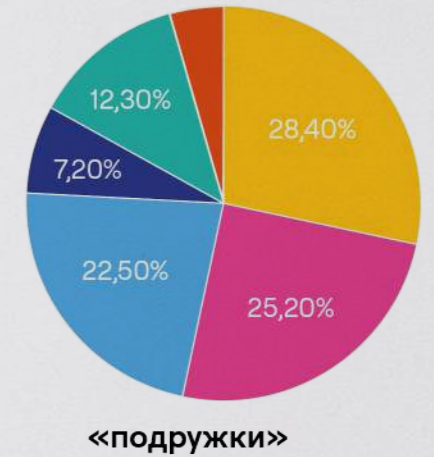
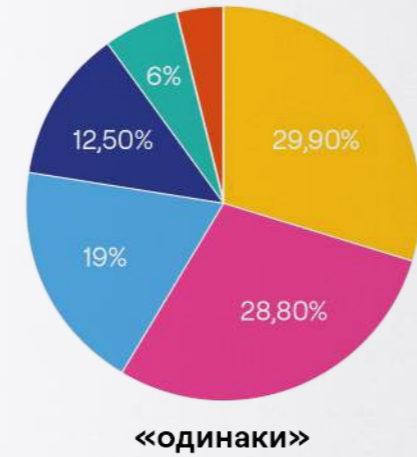
За даними опитування, найбільшої підтримки серед учасників отримали дві концепції розвитку Старого міста: «місто-природа» та «місто-музей». Місто-музей має більше підтримки серед одинаків, компаній подружок, закоханих. Природу, очікувано, обирають більше «собачниці», «одинаків» та «подружок». Місцеві більшою мірою голосують за місто-бар (див. табл. 9). Дорослі діти, що звикли відвідувати історичний центр з батьками, хочуть для них більшого затишку, обирають концепцію «міста-усамітнення». Однак контент-аналіз додаткових відповідей на це запитання та розлогі коментарі в інших частинах опитування стосовно цього говорять про необхідність поєднання усіх запропонованих моделей у межах певних територій (зонінг). Щоб досягти балансу потреб для різних груп користувачів, ці концепти мають розподілятися за принципом градієнта від більш

публічних, молодіжних, динамічних, гучних ближче до Театральної площі, через барний кластер на Лесі до замкової площі і Гнідавського болота з найбільш затишною, приватною атмосферою та більш поміркованою культурною пропозицією (музейні екскурсії, лекції, дискусії). При цьому загальним є бажання акцентувати саме на історії, архітектурній спадщині та природі, як головних активах Старого міста.

Розподіл бажаних напрямків розвитку серед актуальних груп відвідувачів



З КИМ ВИ ЗАЗВИЧАЙ ВІДВІДУЄТЕ СТАРЕ МІСТО?



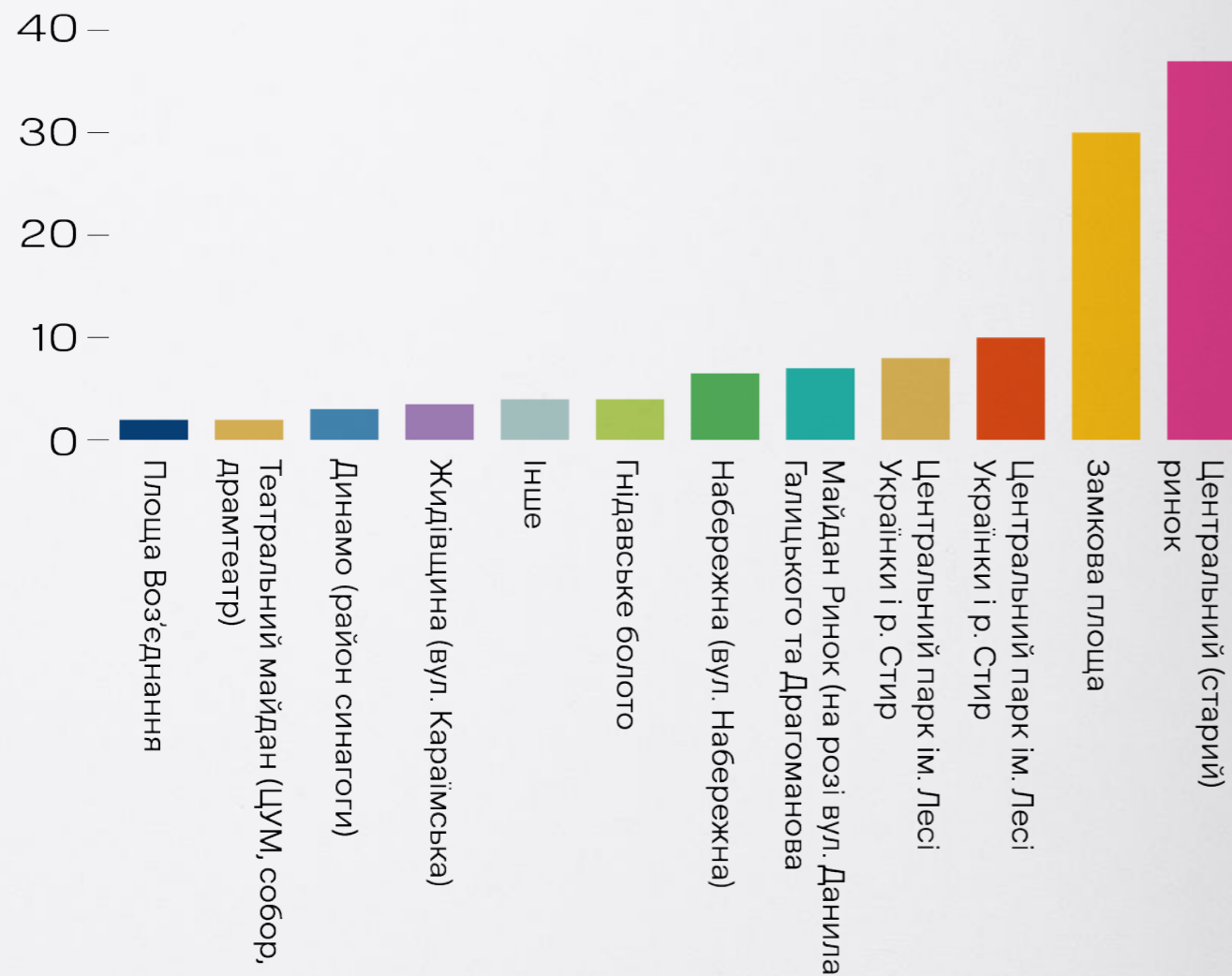
ТЕРИТОРІЇ ОНОВЛЕННЯ

В загальному вигляді географія розвитку Старого міста та околиць виглядає так: місто-музей (замкова площа, окольний замок); місто-бар (Волі та Лесі), місто-природа (парк, болото, луг, Набережна), місто усамітнення (теж парк + вулиця Кондзелевича > караїмська > костел > Стир), місто-готель (гостели в історичній частині, на Лесі). Учасники визначили рейтинг територій оновлення. Найперше зусилля мають бути направлені на:

1 СТАРИЙ РИНОК

2 ЗАМКОВА ПЛОЩА

3 ЦЕНТРАЛЬНИЙ ПАРК ІМЕНІ Л.УКРАЇНКИ



СТАРИЙ РИНОК

Ринок потребує термінового оновлення, на думку лучан. Його треба зберегти в невеликому масштабі, але в осучасненій формі.

«Не натякайте на знесення ринку. Лучанам потрібен ринок, але більш сучасного планування, під будівлі старого міста!!!!».

«З'єднати його з нинішнім центром міста, тобто з вулицею Лесі Українки. А згодом туди має зайти бізнес, кафе, ресторани, кав'ярні».

«Зв'язати набережну від кінця вул. Драгоманова з кінцем вул. Петрусенка. Покращити благоустрій і пішоходи на майдан Ринку та площі Воз'єднання. Створити велодоріжки та розширити тротуари на вул. Данила Галицького».



старий ринок

ЗАМКОВА ПЛОЩА, ОКОЛЬНИЙ ЗАМОК: УСЕ, КРІМ МУЗЕЮ

Що люди хочуть робити у замку? Побажання людей почасти виходять за класичний перелік запитів туриста і асоціюють лучан до середньовічних бенкетів, маскарадів, карнавалів: нічне життя, ілюмінація, локальна гастрономія, намети і можливість ставати табором (ідея для хостела), скелелазіння по мурах, ярмарки, пиво і ковбаси.

«Було б класно використовувати частину муру замку для скелелазіння (звучить дивно, але замок достатньо нудно виглядає, коли звикаєш до нього, скелелазі можуть візуально оживити простір)».

«Зустрічати заходи сонця, слухати живу музику і відчувати цю «Луцькість» і причетність до міста».

«Хочу, щоб там були майстерні для праці з металом, деревом, глиною, пластиком тощо».

«Купувати цікаві речі хенд-мейду, прогулюватися невеличкими ярмарками (не постійними, без встановлених для них постійних конструкцій), мати можливість у старому місті організувати пікнік».



Замкова площа

ПАРК / Р. СТИР

Що люди хочуть робити у парку? Тут вони хочуть відпочивати усією сім'єю та робити корисні речі спільно з іншими містянами.

«Вважаю, що у Луцьку бракує заходів, які могли б об'єднати наших жителів. Наприклад, кожних вихідних проводити тренування у Центральному парку на свіжому повітрі, що допоможе познайомитися їм, знайти спільні інтереси та підняти спортивний дух».

«Більше цікавих, спортивних, дитячих заходів в парку Лесі».

«Цікавими були б поїздки на каретах чи бричках, велоекскурсії, запускати повітряних зміїв тощо».

«Я б з радістю взяла участь у висаджуванні дерев, кущів, багаторічників. Мені критично не вистачає рослинного різноманіття».

НАВІЩО ЇМ ПОТРІБЕН СТИР?

Принципами для учасників опитування є освоєння заплави ріки Стир, з Центрального парку до Набережної. Що люди хочуть робити біля річки? Вони хочуть мати інфраструктуру для сімейного пасивного відпочинку просто неба; прогулянок (найпопулярніша практика дозвілля у місті, як ми бачили вище) та спортивні майданчики вздовж набережної для активного дозвілля. З-поміж запитів виділяється пішохідний міст через річку, що може з'єднати парк з селом Ровенці. Але самого мосту недостатньо, має бути привід його перетнути. Це можуть бути якраз спортивні майданчики, пляжі, зони для барбекю.

ПАСИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ РІЧКИ

«Влаштувати пікнік чи пограти у фрізбі, бадмінтон на великій зеленій галявині, відвідати гастрофест, концерт в замку чи вечірку, орган в костелі».

«Хотілось би мати гарну набережну біля Стиря (в районі вулиці Набережна) і гуляти по ній. Також хотілось би мати якісь оглядові майданчики, щоб дивитись на місто і природу». «Поплавати на каяку по Стирю».

«Ще було б неймовірно, якщо побудувати пішохідний міст через Стир у самому парку (там, де громадський пляж), мене завжди дивувало, чому його там нема, так люди б почали потрапляти на поле поруч з Ровенцями».

«Хочеться ще більшу взаємодію зі Стиром, щоб там була набережна або ж доріжки вздовж річки по всьому місту, як у парку».

«Відвідувати виставки, ходити на екскурсії, відпочивати на облагородженому пляжі поблизу річки».

АКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ РІЧКИ

«Було б чудово знайти більше цікавих оригінальних розваг, наприклад, водяні гірки на Стирю».

«Дуже хочу мати безпечний маршрут для піших прогулянок набережною. Було б чудово мати більше відкритих спортивних майданчиків для містян (поле для гольфу, тенісні корти, бейсбольні та волейбольні розмітки».

«Гуляти облаштованою набережною і щоб був міст на інший бік річки, а там теж облаштована територія».



річка Стир

ПЛОЩА РИНОК / ЗАГЛУШЕЦЬКЕ ПЕРЕДМІСТЯ (ВОЛІ-ЛЕСІ)

«Як доповнення до теми барної культури, хочу додати загалом про напрямок сучасної культури, молодіжної культури, а бари та інші заклади це фактично осередок для контингенту творчих людей (як приклад, Поділ у Києві)»

«Місто сучасного мистецтва».

«Ідеально, щоб Старе місто отримало новий ковток повітря за рахунок залучення креативних індустрій як основного напрямку, який буде маяком для всього міста і рухатиме ідейно місто вперед».

«Зробити щось на зразок відкритого креативного хабу (щось на зразок Промприладу в Івано-Франківську), почати запрошувати професіоналів у своїх сферах, щоб вони могли обмінюватись досвідом та ідеями з усіма жителями міста, які того бажають. Мені здається, це допоможе розворушити та надихнути лучан та зробити місто більш популярним для креативних людей зі всієї України».



площа Ринок

ГРАФІК ВІДВІДУВАННЯ

У які часи люди будуть відвідувати Старе місто і як довго? Точкові короткі події не цікаві, важливо мати привід і простір для щоденного довготривалого відвідування, праці, тренування, спілкування.

«Мати можливість бувати тут вечорами з комфортом, оскільки зазвичай всі локації ввечері тут закриті».

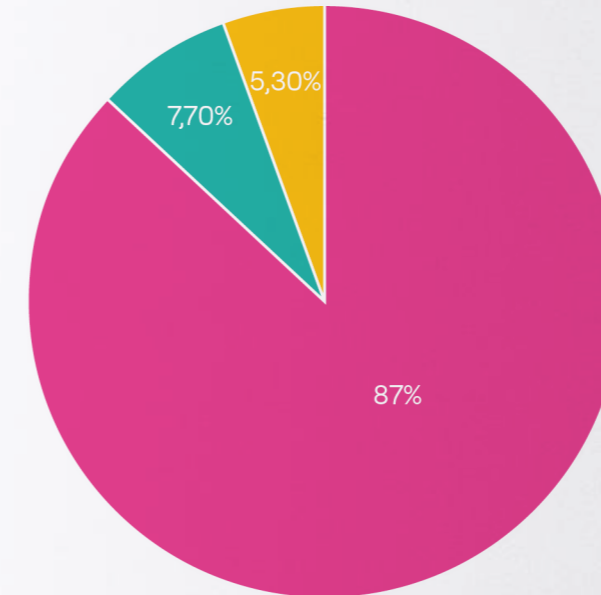
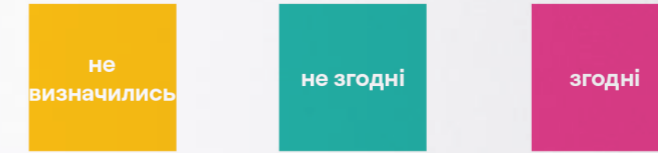
«Відпочивати родиною на весь день».

«Було б чудово, якби Старе місто жило щодня, а не лише по великих святах. Для цього потрібно, щоб були цікаві інтерактивні екскурсії, а також цікаві майстер-класи. Було б чудово, щоб туристи міста мали можливість відпочити на площі, купити сувеніри і релакснути».

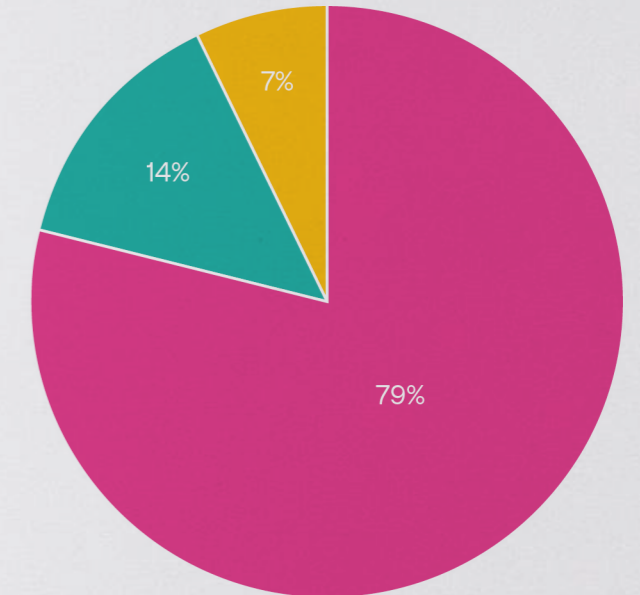
МАЙБУТНІ КОРИСТУВАЧІ

На які соціальні групи слід орієнтувати програму розвитку? Загальний розподіл відповідей позитивний. Лучани будуть раді бачити в оновленому історичному центрі молодь, людей похилого віку, туристів і освічених мандрівників. Але найменшу, порівняно з іншими, підтримку отримав варіант розвитку центру Луцька за подобою Львова – «тут повно туристів, як у центрі Львова. Приїздять, відпочивають і їдуть».

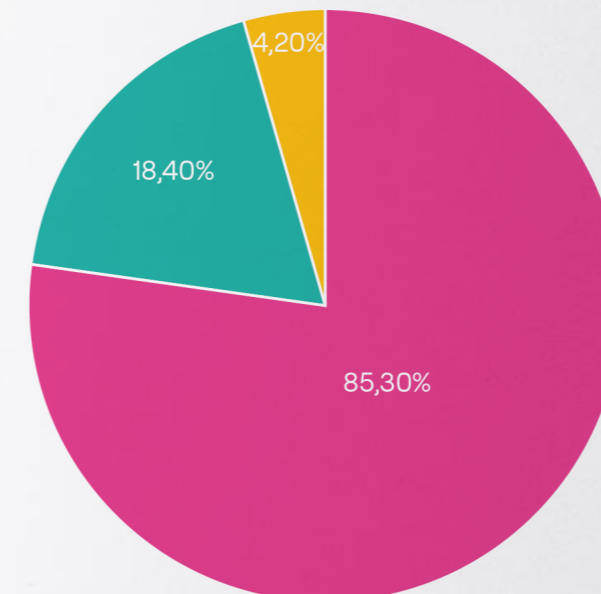
Якщо уявити, яким стане Старе місто через кілька років, наскільки ви погоджуєтесь з висловлюванням



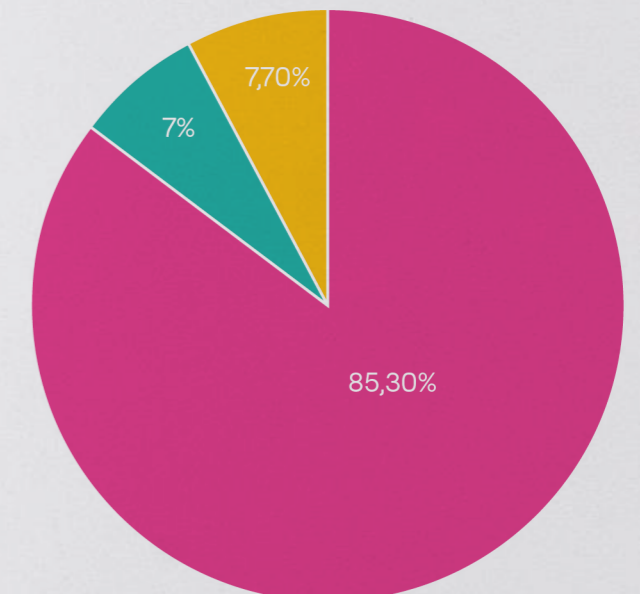
Тут проводяться фестивалі, встановлюються артоб'єкти, селяться художники, повно молодих людей.



Старше покоління тут мешкає, працює й відпочиває нарівні з молодими спеціалістами.



Тут повно туристів, як у центрі Львова. Приїздять, відпочивають і їдуть.



У нас гостює освічений мандрівник. Тут він пізнає нове, стає кращим як особистість.

ДОРОЖНЯ КАРТА ОНОВЛЕННЯ СТАРОГО МІСТА ТА
ОКОЛИЦЬ (ПОКРОКОВО):

1 ОНОВИТИ СТАРИЙ
РИНОК.

2 РЕСТАВРУВАТИ ІСТОРИЧНІ
БУДІВЛІ, ВУЛИЦІ.

3 СТВОРИТИ, РЕСТАВРУВАТИ ПУБЛІЧНІ
ПРОСТОРИ НОВОГО ТИПУ.

15 ЗАПРОВАДИТИ БІЛЬШЕ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ,
ПІДВИЩИТИ ЯКІСТЬ ТА ТОНАЛЬНІСТЬ РЕКЛАМИ.

4 ЗАБЕЗПЕЧИТИ МОБІЛЬНІСТЬ ПІШОХОДІВ ТА
МАЛОМОБІЛЬНИХ ГРУП КОРИСТУВАЧІВ.

14 СТВОРИТИ РЕГУЛЬОВАНІ
ПАРКОМІСЦЯ.

13 ПРИБРАТИ
НЕДОБУДОВИ.

5 АКЦЕНТУВАТИ НА ПРИРОДНОМУ ОЗЕЛЕНЕННІ,
А НЕ КОРОТКОТРИВАЛОМУ ЦВІТІННІ КВІТІВ.

12 УНІФІКУВАТИ ЗОВНІШНІЙ
ВИГЛЯД ВУЛИЦЬ, ФАСАДІВ.



6 СТВОРИТИ УМОВИ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ,
ІНФРАСТРУКТУРУ ДЛЯ ПРАЦІ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ.

11 ЗМОНТУВАТИ ПУБЛІЧНІ
ТУАЛЕТИ.

7 ОСВОЄННЯ СТИРУ,
СТВОРЕННЯ НАБЕРЕЖНИХ.

10 ПРИБРАТИ
ЕЛЕКТРОСТАНЦІЮ.

8 ГЕНЕРАЛЬНЕ ПРИБИРАННЯ
МІСТА.

9 ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЗАХОДІВ
БЕЗПЕКИ І КОНТРОЛЮ.

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОВДИВ ОФІС МІСЬКОГО
РОЗВИТКУ URBAN REFORM**

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН:

Кирило Нечитайло
Тарас Спіжук