

**Опыт вернакулярного районирования малого города (на примере г. Бежецка Тверской области)**

**Научный руководитель – Смирнова Александра Андреевна**

***Лебедев Павел Сергеевич***

*Студент (бакалавр)*

Тверской государственный университет, Тверь, Россия

*E-mail: lebedevpavelgeo@gmail.com*

Бежецк - малый город Тверской области с населением чуть больше 21 тысячи человек. Его территория не делится на административные районы, и вернакулярные районы являются интересным способом деления территории на части, а также выступают собирательным образом представлений и стереотипов о городском пространстве и его сообществе. По С.Г. Павлюку, вернакулярный район - это район общества, выделяемый горожанами [1]. Информация о вернакулярных районах города Бежецка была собрана по средствам социологического опроса, контент-анализа городских сообществ «ВКонтакте», интернет-сервиса «Авито» и экспертных интервью с краеведами. В ходе опроса получены мнения более 130 человек. Для сбора материалов использовался сервис опросов «Google», выборка была стихийной. На основе данных социологического опроса было выделено 14 крупных и наиболее выраженных вернакулярных районов, а также ряд более мелких, входящих в состав крупных.

Кроме того, из соотношения положительных и отрицательных оценок престижности районов были определены престижные и непрестижные районы города. Изучение характера застройки показало, что часть границ проходит по линии смены типа застройки. Особенно четко это явление наблюдается в центре города, на стыке многоэтажной застройки и деревянной частной.

Контент-анализ сообществ в социальных сетях и интернет-сервиса «Авито» подтвердил существование данных районов и их употребление в повседневной жизни горожан. Для контент-анализа в социальных сетях были отобраны два сообщества «ВКонтакте» - «Бежецк» и «Знакомства. Бежецк.». Изучение сообщества «Знакомства. Бежецк.» косвенно показало места, популярные у молодого и активного населения. Пост в сообществе зачастую представляет собой краткое описание понравившегося человека и сведения о месте встречи, иногда привязанное к району города. Подсчет наиболее распространенных запросов и употребленных названий районов указал на два популярных у молодежи района - Сельмаш и Песочная яма. В данных местах есть объекты, притягивающие молодежь. Поскольку районы обладают определенной привлекательностью для молодого населения, то расположение и поддержание в рабочем состоянии спортивных, культурных, рекреационных, торговых объектов было бы здесь наиболее эффективным.

Таким образом, установлено, что территория города в сознании горожан четко поделена на 14 крупных и ряд более мелких районов. Данные районы различны в сознании жителей по престижности, благополучию и удобству для жизни. Названия большинства вернакулярных районов активно используются в повседневной жизни. Кроме того, были выявлены наиболее «молодежные места», являющиеся центром притяжения молодого населения. Грамотное благоустройство поможет развить потенциал данных мест.

**Источники и литература**

- 1) Павлюк С.Г. Методика дифференциации городского пространства (на примерах городов России, Западной Европы и США) // Региональные исследования. 2015. No. 48 (2). С. 26–36.