

Имидж города и его составляющие в представлении молодежи (на примере г.Твери)

Научный руководитель – Верпатова Оксана Юрьевна

Добрынина Елизавета Андреевна

Студент (бакалавр)

Тверской государственный технический университет, Управления и социальной коммуникации, Социологии и социальных технологий, Тверь, Россия

E-mail: dobrynina-98@mail.ru

В последние годы развитию городов как туристическому ресурсу стало уделяться много внимания. Особую роль получило направление маркетинг города, в рамках которого стали говорить о потенциале имиджа города

В декабре 2016 года было проведено локальное разовое пилотажное исследование представление молодежи г. Твери об имидже города.

В восприятии имиджа города крайне важен эмоциональный аспект. Так отсутствие симпатии к Твери продемонстрировало всего 3% респондентов. Большинство отметили, что город им нравится или скорее нравится.

На основе полученных данных, можно отметить, что по-мнению молодежи, инфраструктура города Тверь развита недостаточно. Самый высокий показатель неудовлетворенности инфраструктурой продемонстрировала группа респондентов в возрасте 19-25 лет.

Важным элементом имиджа являются знаковые персоны и знаковые места, а так же ассоциативное восприятие города. Большинство респондентов ассоциируют город с личностью Михаила Круга; Волгой; Афанасием Никитиным. Среди ответов также были: городской сад, «Старый» мост, Путевой дворец, Тверской козёл.

Отвечая на вопрос об известной личности, которая является «знаковой» для города, респонденты выделили следующих персон: Михаила Круга, Афанасия Никитина, Александра Пушкина, Михаила Тверского и Ильи Ковальчука.

Респондентам было предложено выделить «сердце» города. «Сердце», как образ всегда ассоциируется с чем-то наиболее значимым, имеющим ключевое значение для «местных». В качестве «сердца» города были выделены Городской сад (23%), улицу Трёхсвятскую(17%), Обелиск (9%). Можно отметить, что интуитивно молодые люди выбирали места, формирующие исторический центр, представляющие собой культурное и архитектурное наследие. Это свидетельствует о подсознательном стремлении подчеркнуть исторический статус города.

Для того чтобы иметь возможность сформулировать общую характеристику города в представлении молодежи, был задан вопрос о согласии или не согласии респондентов в отношении ряда предложенных утверждений. С утверждением, что в Твери много парков, город достаточно озеленен, согласились лишь половина респондентов, примерно столько же отметили достаточность в Твери музеев, галерей, театров. Лишь 34 % согласны, что в Твери достаточно мест для активного отдыха. Большинство опрошенных подчеркнули, что в Твери много торговых центров и кафе, баров, клубов. Главной проблемой развития города можно назвать дороги - 77% респондентов не согласились с тем, что в Твери их можно назвать хорошими.

В результате, самыми проблемными в имиджевом плане являются учреждения культуры и их количество, а так же дороги и досуговые комплексы. Что не вызывает сомнений

в высокой степени развитости, так это торговые центры и индустрия общественного питания.

Большинство респондентов согласились с тем, что у Твери богатое историческое наследие (68%). Оценивая архитектуру города, 55% считают, что архитектура города интересна, но нуждается в реставрации, 33% утверждают, что в городе достаточно много интересных исторических зданий.

Для оценки степени влияния различных факторов на имидж города, по мнению молодежи, респондентам предлагалось оценить их по степени значимости. Действия губернатора, мэра и руководства города; социально-экономическая ситуация в городе; развитие инфраструктуры; развитие научных достижений и открытий и проведение крупных спортивных и социально-культурных мероприятий в большинстве получили оценку «3» таким образом продемонстрировав мнение респондентов об их вторичности в процессе формирования внешнего имиджа города. Больше значение респонденты придали историческим успехам города и работа СМИ. А вот архитектура города, по мнению респондентов, имеет наибольшее влияние на его имидж.

Можно предположить, что молодежь действительно ставит исторический статус города на первое место, больше акцентируя внимание на прошлом, чем на социально-экономическом и инновационном развитии.

Таким образом, на основе полученных в ходе исследования данных, можно сделать следующие выводы.

- Состояние инфраструктуры города Тверь определяется молодежью как недостаточно развитое. Сфера досуга развивается, но недостаточно, при этом архитектура и историческая ценность города оценена высоко. Для продвижения города, формированию его туристической и инвестиционной привлекательности следует уделять внимание вопросу развития инфраструктуры.

- Большинство граждан ассоциируют город с личностью Михаила Круга.

- В целом, город Тверь нравится респондентам. Из минусов было выделено состояние дорог в городе, недостаточное количество мест для активного отдыха и небольшое количество музеев, галерей и театров.

- Главным фактором, влияющим на имидж Твери, респондентами была выделена архитектура города. Вторым по значимости фактором для имиджа города были выделены такие факторы как работа СМИ и историческое прошлое, а вот действия муниципального управления и общее социально-экономическое состояние не оценивались респондентами как ключевые факторы.