

Секция «Современные социальные трансформации: факторы, условия, результаты»

**Имидж города и социальные факторы, влияющие на его формирование (на примере города Ростов-на-Дону)**

**Научный руководитель – Максимова Анастасия Сергеевна**

***Егорочкина Ирина Олеговна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

*E-mail: flora14254@gmail.com*

В современном урбанизированном мире роль городов в жизни человечества трудно переоценить, все основные события жизни общества, так или иначе, происходят именно в городах. Причем города становятся не просто местом жительства и деятельности большей части людей, а полноправными участниками событий, как на уровне страны, так и всего мира. Многие исследователи предлагают рассматривать город как геотовар, который обладает определенной ценностью для его «потребителей», различных субъектов социальных взаимодействий. При этом важной составляющей является как раз-таки имидж города, который, по определению Мещерякова Т.В., представляет собой «устойчивый, исторически складывающийся образ города, существующий или возникающий в воображении большинства субъектов, входящих в целевую аудиторию при упоминании названия этой территории» [1]. Кроме того, исходя из концепции Попова О.И., Григорьева Е.С. и Морозова И.Ю, имидж можно разграничить на внутренний (подаваемый) и внешний (принимаемый) [2]. Если говорить про первый, то связан он в основном с восприятием города и отношением к нему собственного населения, в то время как второй подразумевает его определение гостями города и населением других регионов. Вследствие этого встает проблема изучения, прежде всего, внутреннего имиджа города, а также формирования положительного городского образа в представлении различных социальных групп, в связи с чем возникает интерес к изучению данной темы и проведению эмпирического исследования.

*Актуальность темы* заключается, в первую очередь, в ее новизне, поскольку в социологической науке проблеме влияния социального пространства на имидж города практически не уделялось внимания.

*Целью* данного исследования является определение влияния социальных факторов, воздействующих на формирование особенностей имиджа города Ростова-на-Дону в сознании его населения.

*Эмпирическую базу исследования* составляют данные, полученные в ходе массового опроса - онлайн-анкетирования, проведенного посредством сети Интернет с использованием находящегося в открытом доступе инструмента Google Forms, а также на городском сервисе «Активный ростовчанин» [4].

*Тип выборки* - стихийная. Генеральная совокупность - 1 137 704 человека. Общее количество собранных анкет составило 392 (при минимальном объеме выборочной совокупности, равном 384 респондента). Онлайн-опрос проводился с максимальным захватом всех восьми районов города и учетом основных социально-демографических категорий населения Ростова-на-Дону.

В основу эмпирического исследования легла классификация факторов, влияющих на представления о конкретной территории, В.В. Лалочкиной [3]. Среди них - объективные факторы: географическое положение города, историческое и культурное наследие городской территории, социальная политика, научно-технический потенциал и база ресурсов

данной территории, инновационная политика, технологические и информационные ресурсы, статистические показатели, инвестиционный климат и потенциал, рейтинги территории и т.д., а также субъективные факторы: восприятие туристами и потребителями городского пространства уровня гостеприимности и удобства территории, восприятие атрибутивных знаков и отличий города, менталитет и национальные особенности территории, имидж территориального лидера в глазах его жителей и гостей, восприятие гостей и туристов города особенностей менталитета коренного населения, влияние коммуникационных технологий и PR-политики на восприятие имиджа городского пространства и т.д.

Так, в ходе проведенного эмпирического социологического исследования, фундаментом которого стала представленная выше концепция, были получены следующие выводы:

1. Горожане высоко оценивают имиджевую привлекательность Ростова-на-Дону, в том числе потенциал его улучшения, а, следовательно, у жителей муниципалитета преобладает позитивный имидж города. Так, превалирующее большинство опрошенных оценили существующий имидж города положительно, что может свидетельствовать о благосклонном отношении к муниципалитету и о высоком уровне локального патриотизма;

2. Для разных социально-демографических категорий горожан разные факторы формирования имиджа города имеют большую роль. Для ростовчан старшего поколения - это социальное и экономическое пространство города (здравоохранение, транспортная инфраструктура и т.д.), в то время как молодые люди чаще ориентируются на визуальные символы города и рекреационную инфраструктуру.

3. Основные конкурентные преимущества города ростовчане связывают с богатым историческим и культурным наследием. Так, в большинстве своём среди положительных сторон имиджа города жители Ростова-на-Дону выделяют культурное разнообразие и интересное историческое прошлое, что ярко выражено в архитектуре, говоре, кухне и других атрибутах территориального субъекта.

Проведенное исследование показало, что потенциал и возможности города в области формирования положительного имиджа и разработки индивидуального бренда крайне высок. Учитывая высокий уровень лояльности и любви к городу местного населения, его доброжелательности и гостеприимства, а также большого числа исторических, культурных и архитектурных составляющих, можно говорить о достаточности ресурсов для создания имиджа города и больших перспектив, связанных с этим в будущем.

### Источники и литература

- 1) Мещеряков Т.В. Имидж города как стратегический фактор эффективного маркетинга территории // Проблемы современной экономики. 2009. №2(30). С. 255
- 2) Попов О.И., Григорьев Е.С., Морозов И.Ю. Имиджевая политика территории: анализ имиджа Екатеринбурга. Екатеринбург: Институт международных связей, 2015. 169 С.
- 3) Лапочкина В.В. Маркетинговый подход к формированию имиджевой стратегии туристских территорий // Сб. мат. III региональной науч.-практич. конф. по проблемам развития внутреннего туризма в Центральной России. Ярославль, 2008. С. 21–36
- 4) Активный Ростовчанин. Официальный сайт // [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ar.rostov-gorod.ru/> (Дата обращения: 22.02.2023)