

**Маленков Вячеслав Викторович**

кандидат социологических наук,  
доцент кафедры туризма  
Тюменского государственного института культуры

## **ОБРАЗ ТЮМЕНИ В ВОСПРИЯТИИ ЕЕ ЖИТЕЛЕЙ [1]**

**Аннотация:**

*В статье анализируются результаты эмпирического исследования, посвященного восприятию города Тюмени его жителями. Образ города описывается через призму таких параметров, как «оценка социально-экономического положения», «характер города» (интеграция и безопасность), «административный ресурс и внешнее влияние», а также интегрального показателя «удобство для жизни».*

**Ключевые слова:**

*образ города, имидж города, городская идентичность, восприятие города, городское развитие, качество жизни.*

**Malenkov Vyacheslav Viktorovich**

PhD in Social Science, Assistant Professor,  
Tourism Department,  
Tyumen State Institute of Culture

## **THE IMAGE OF TYUMEN IN THE EYE OF ITS RESIDENTS [1]**

**Summary:**

*The article analyzes the results of the empirical research studying the perception of the city of Tyumen by its inhabitants. The image of the city is described by such parameters as 'assessment of socio-economic situation', 'character of the city' (integration and security), 'administrative resources and external influences', as well as the integral factors of 'convenience for life'.*

**Keywords:**

*city image, urban identity, perception of the city, urban development, quality of life.*

Образ города можно определить как набор ключевых ассоциаций, характеристик, приписываемых конкретному городу. Образ, по мнению Е.Б. Шестопал, представляет, с одной стороны, отражение реальных характеристик объекта восприятия, с другой – проекцию ожиданий субъекта восприятия, то есть в нем отражаются знания, представления, мнения, оценки, ожидания, эмоции, требования массового сознания [2, с. 12].

Несмотря на взаимозаменяемость понятий «образ» и «имидж» в российской действительности, ряд авторов предлагают дифференцировать данные понятия. Основное различие заключается в том, что образ может формироваться как сознательно, так и стихийно, а имидж всегда есть результат запланированных действий, проектов.

Образ города представляется явлением весьма многоаспектным. Можно выделить следующие его грани: пространственный образ (заключает в себе такие параметры, как географическое положение, протяженность, площадь, плотность застройки и т. д.), городские бренды (достопримечательности, имеющие высокую символическую ценность; компании, базирующиеся на территории города), личностный образ (исторические личности, выдающиеся люди, жившие либо живущие в городе, и т. д.). В образе города, так же как и в образе страны в целом, ключевое значение имеет временная проекция, в которой отображается прошлое города (образ прошлого, социальная память), его настоящее и будущее (модели будущего).

Все вышеперечисленные аспекты были и остаются сейчас предметом имиджевой политики (как элемента маркетинга города), то есть подвергаются процедурам сознательного воздействия, конструирования, проектирования. Однако парадигма внешнего позиционирования города как инструмента городского развития постепенно сменяется приоритетом внутреннего позиционирования, гармонизации отношений между городом и его жителями [3, с. 26].

Это, в свою очередь, требует своевременной диагностики проблем, адекватных инструментов отслеживания настроений жителей города, их требований к качеству городской среды и качеству управления городом, городским развитием.

Эмпирической базой для написания данной статьи является анкетный опрос, проведенный в апреле – мае 2015 г. среди жителей Тюмени. Объем выборки составил 1 100 респондентов. Выборка случайная, квотная, репрезентативна по признаку пола и возраста. Полученные результаты сопоставлялись с исследованиями, проведенными ранее страховой компанией «Росгосстрах» в рамках проекта «Качество жизни в российских городах в 2014 году» [4], а также с исследованием имиджа Тюмени, выполненным в 2013 г. под руководством Е.М. Акулича [5].

В более ранних исследованиях, посвященных исследованию удовлетворенности жителей Тюмени различными аспектами жизни в городе, можно наблюдать очень высокую степень удовлетворенности. По некоторым параметрам она достигала цифр, близких к 100 %. Анализ также показывает, что Тюмень практически по всем параметрам занимает одно из первых мест в России. В проведенном нами исследовании практически все показатели достаточно высоки. Однако

метрика, использованная авторами, позволила в большей степени дифференцировать ответы респондентов. Применение такой методики на систематической основе позволило бы отслеживать изменения в общественном мнении с большей точностью.

Методика исследования заключалась в использовании субъективных оценок города. Респондентам был предложен набор из 15 прилагательных, характеризующих разные черты города, в форме дихотомии, и между ними находилась визуализированная оценочная 7-балльная шкала. Отрицательные оценки выражались в диапазоне от –1 до –3, положительные – от 1 до 3, оценка «0» соответствовала нейтральной позиции. Таким образом, поставив цель, например, добиться большей открытости города и предпринимая соответствующие шаги для ее достижения, можно было в качестве параметра для оценки эффективности решения данной задачи использовать показатель количества наибольших оценок по данному параметру при проведении мониторинговых исследований. Все показатели, представленные в исследовании, можно разделить на три блока и один обобщенный показатель.

**Блок «Социально-экономическое положение».** Прежде всего, Тюмень – неблагополучный или благополучный город? Согласно полученным результатам, большинство ответов находятся в положительной части шкалы. В совокупности 78,9 % ответивших на вопрос считают Тюмень благополучным городом. Наивысшую оценку «3» по данному параметру поставили 32,3 % респондентов, «2» – 30,0 %, «1» – 16,6 %. Таким образом, степень благополучия города оценивается респондентами достаточно высоко.

Еще один значимый параметр в моделировании образа города – шкала «отсталость – развитость». Примерно каждый седьмой респондент (14,7 %) оценил уровень развития Тюмени как средний, 6,3 % респондентов фактически оценили город как отсталый. Однако остальные респонденты (79,0 %) считают Тюмень развитым городом. Наивысшую оценку «3» по данному параметру дали 32,3 % от числа опрошенных.

Поскольку развитость территории не всегда предполагает богатство, а богатство (наличие ресурсов) не всегда способствует развитию города, для сравнения была введена дополнительная позиция в виде шкалы «бедный – богатый». Богатым город Тюмень назвали 72,3 % респондентов (меньше на 6,7 %, чем считающих данный город развитым). Наивысшую оценку «3» данному параметру дали 23,2 % (для сравнения, такую же оценку развитости города дали 32,3 %). Таким образом, можно отметить, что Тюмень респонденты воспринимают в большей степени развитым городом, чем богатым.

Вместе с тем еще в большей степени город признали перспективным. Если развитым его считают 79,0 %, то перспективным несколько больше – 80,9 %. Высшую оценку городу как «перспективному» выставили 39,2 %, что опережает высший показатель по критерию «богатство» на 16,0 %, по критерию «развитость» – на 6,9 %.

**Блок «Характер города»** (интеграционные возможности и безопасность). Современные социологи, анализируя социальную среду больших городов, констатируют большую степень атомизации, разобщенности их жителей. Эта констатация вытекает из самой природы большого города, где превалируют обезличенные связи и формальные отношения. Разобщенность ощущают 13,0 % опрошенных тюменцев, 25,5 % поставили среднюю оценку, 61,5 % не ощущают разобщенности.

Оценки по параметру «закрытость – открытость» распределились следующим образом. Примерно четвертая часть оценок (24,5 %) находится за пределами положительной плоскости. Вместе с тем треть респондентов (33,6 %) максимально высоко оценивает данный параметр.

Дихотомия «враждебный – дружественный». Враждебным Тюмень признали 7,6 %, дружественным – 69,1 %. Среднюю оценку «0» по данному параметру поставили 23,3 %.

74,2 % считают город привлекательным для жителей других городов, среднюю оценку поставили 19,5 %. 6,3 % считают Тюмень непривлекательным городом.

Более трети (34,1 %) респондентов не считают Тюмень спокойным городом. Средне оценил данный параметр практически каждый четвертый респондент (23,1 %). Тревожным городом Тюмень считают 11,0 %.

Близкой к данному параметру является шкала «опасный – безопасный». Опасным городом Тюмень посчитали 14,6 % (несколько больше, чем в оценке тревожности (11,0 %)). Средняя оценка по степени безопасности (23,7 %) сопоставима со средней оценкой по шкале тревожности (23,1 %).

Последний параметр из данного блока – «уровень коррумпированности» города. Коррумпированным посчитали Тюмень 23,7 %, не коррумпированным – 45,0 %, поставили среднюю оценку 32,3 %.

**Блок «Административный ресурс и внешнее влияние».** Данный блок включает три параметра: «уважение», «влиятельность», «зависимость от центральной власти». Город представляется уважаемым 73,4 % респондентов, тогда как влиятельным в масштабах страны признают его

лишь 65,5 %. Средне оценили город по параметру «уважение» 19,6 % (практически каждый пятый), такую же оценку по параметру «влияние» дали 24,9 % респондентов (практически каждый четвертый). Отрицательно оценили город по параметру «уважение» 7,1 % респондентов, по параметру «влияние» – 9,6 %.

Независимость города от центральной власти оценена лишь 56,0 % респондентов, тогда как зависимым его считают 16,3 %. Более взвешенный ответ дали 27,7 %, оценив независимость как среднюю.

И в заключение рассмотрим интегральный (наиболее обобщенный) показатель, который не был включен ни в один из блоков, – «удобство для жизни». В целом 79,2 % респондентов считают Тюмень городом, удобным для жизни. Высшую оценку «3» по данному параметру поставили 37,9 %, «2» – 25,8 %, «1» – 15,5 %, «0» – 15,8 %. Отрицательную оценку по данному показателю суммарно дали 5,0 % респондентов (то есть каждый двадцатый).

#### **Ссылки и примечания:**

1. Статья подготовлена при поддержке гранта РГНФ № 15–03–00284а «Образ будущего в выборе алгоритма социальной мобильности современной российской молодежи».
2. Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е.Б. Шестопа. М., 2008.
3. Маленков В.В. Городская мобильность и транспортная политика в системе городского развития // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2012. № 1. С. 25–29.
4. Качество жизни в российских городах в 2014 году [Электронный ресурс] : отчет по исследованию. URL: [http://www.rgs.ru/media/CSR/Life\\_quality\\_by\\_cities\\_2014.pdf](http://www.rgs.ru/media/CSR/Life_quality_by_cities_2014.pdf) (дата обращения: 11.10.2015).
5. Акулич Е.М., Коновалов В.В. Социальные ожидания жителей Тюмени как условие формирования имиджа города // Социология города. 2013. № 2. С. 34–43.

#### **References and notes:**

1. This article was prepared with the support of a grant RHF number 15-03-00284a "image of the future in the selection algorithm of social mobility of modern Russian youth."
2. Shestopal, EB (ed.) 2008, *Images of states, nations and leaders*, Moscow.
3. Malenkov, VV 2012, 'Urban mobility and transport policies in the urban development', *Proceedings of the higher educational institutions. Sociology. The Economy. Policy*, no. 1, p. 25-29.
4. *Quality of life in Russian cities in 2014: report on research* 2014, retrieved 11 October 2015, <[http://www.rgs.ru/media/CSR/Life\\_quality\\_by\\_cities\\_2014.pdf](http://www.rgs.ru/media/CSR/Life_quality_by_cities_2014.pdf)>.
5. Akulich, EM & Kononov, VV 2013, 'Social expectations of the residents of Tyumen as a condition of forming the image of the city', *Sociology of the city*, no. 2, p. 34-43.