

Секция «Социологическое исследование современности: теории, методы, результаты»

Имидж города Курска глазами студенческой молодежи

Коновалова Екатерина Игоревна

Студент (бакалавр)

Юго-Западный государственный университет, Курск, Россия

E-mail: konovalovakate563812@yandex.ru

Имидж города Курска глазами студенческой молодежи

Коновалова Екатерина Игоревна

Студент

Юго-Западный государственный университет

факультет экономики и менеджмента, Курск, Россия

E-mail: konovalovakate563812@yandex.ru

Рейтинг города во многом определяет привлечение инвестиций, и получение федеральных дотаций, а также приток рабочей силы, и стоимость товаров, произведенных в данном городе.

При постановке задачи направленной на формирования позитивного имиджа города, основным становится нахождение его положительных черт и их преподнесение. Следует сказать о том, что формируется он за счет субъективных факторов восприятия каких-либо его положительных или отрицательных моментов. Сюда можно включить то, как оценивают жители внешний облик города, его благоустройство, чистоту улиц, развитие инфраструктуры, наличие мест для проведения досуга и отдыха, наличие достопримечательностей, которые вызывают у них наибольший интерес, а так же вопрос о том какие ассоциации возникают с упоминанием нашего города, что является его символом и т.д.

Социологическое исследование на тему «Имидж города Курска глазами студенческой молодежи» было проведено в декабре 2015 года на базе Юго-Западного Государственного Университета среди его студентов. Данное исследование являлось разведывательным.

Целью нашего исследования являлось выявление основных характеристик внутреннего имиджа города Курска. В связи с этим нами были поставлены определенные задачи.

Так, одной из задач было выяснение того, какие установки существуют у респондентов по отношению к Курску. Вопрос идентификации населения с городом представляет интерес, потому что это является ресурсом местного развития. Чем больше людей увязывают свою судьбу, судьбу своих детей и свои жизненные успехи с совместным проживанием в данном месте, тем большими они обладают ресурсами для претворения в жизнь программ развития.

Большинство респондентов, а именно 67% довольны тем, что они проживают в городе Курске, и только 11% выразили мнение о том, что предпочли бы поменять место жительства, переехав в другой город.

Здесь мы заметили следующую тенденцию, процент, уменьшается в зависимости от места рождения респондента (« Я рад(а), что живу здесь»: Курск - 17,5%, Курская область - 15,4 %, другое место - 9,5 % ; « В целом я доволен (довольна), но есть то, что меня не устает»: Курск - 57,5 %, Курская область - 51,3 %, другое место - 42,9 %). По полученным данным можно сказать о том, что коренные жители больше чувствуют свою принадлежность к городу, чем те, кто переехал жить в Курск. Больше количество респондентов, которое хотело бы поменять место жительства это те люди, которые были

рождены в другом месте. В ходе наше исследования нам интересно было узнать, какое мнение у студентов сложилось о жителях Курска. Респондентам предлагалось выбрать 5 основных качеств из 17 предложенных. При характеристике жителей города Курска на первый план выходит негативный аспект, а так называемые позитивные качества не занимают лидирующих позиций (грубость - 48%, лень - 41% , вспыльчивость - 41%, веселость - 39%, злобность - 32%).

Характеризуя наиболее «слабые» стороны города Курска респонденты отметили «неудовлетворительное состояние дорог», «низкий уровень культуры», «недостаточное благоустройство города».

В ходе нашего исследования мы затронули тему туристической привлекательности города. По мнению респондентов, основными местами для туризма в нашем городе служат места исторического и религиозного значения, а так же памятниками архитектуры. Достопримечательности, которые набрали наибольшее количество голосов, находятся в центральном округе города Курска, так же этот район студенты назвали наиболее привлекательным округом Курска.

Выше говорилось о том, что символ города так же относится к его имиджу. Большинство респондентов высказали мнение о том, что Курск у них ассоциируется с соловьиным краем, с курским соловьем.

Таким образом, определив сущность и составляющие внутреннего имиджа города, мы на примере Курска выяснили, как студенческая молодежь воспринимает Курск.