
Образ Волгограда в восприятии его жителей

Ткаченко Е.И.

Ассистент ВолгГТУ, специалист отдела эмпирических исследований
НП ЦСМИ «Аналитик»



This article is devoted to the analysis of the city population's perception of Volgograd image. The main subject is the definition of the most attractive Volgograd image and the most significant aims of Strategic plan for development of Volgograd. It is based on the results of the sociological research "Conception of the Sustainable Development of Volgograd. Initial conditions", which was carried out in December 2001 – June 2002. It concludes that Volgograd population want their city to be modern, wealthy, safe and calm. To authors' opinion, these people's ideas about "perfect city" should be taken into account during the planning of strategy of Volgograd development.

Любое общество, заботящееся о будущем, постоянно разрабатывает и претворяет в жизнь программы обеспечения социального развития. Основной вопрос, который в связи с этим возникает, заключается в том, чтобы используемые средства и методы реализации поставленной цели совпадали с основными тенденциями и потребностями общественного прогресса. Однако социальное развитие в широком смысле этого слова требует своей реализации не только в масштабе общества, но и на всех структурных уровнях.

Особое место занимает город как территориальное социально-экономическое образование, в котором тесно переплетаются интересы общества, трудовых коллективов, учреждений, организаций и

интересы самого человека как жителя [3].

Город представляет собой исторически сложившееся территориальное локальное образование со специфической экологической, технической и демографической системами [1]. Для города характерны разнообразие трудовой и внепроизводственной деятельности населения, социальная и профессиональная неоднородность, специфический образ жизни. Наряду со спецификой функциональной структуры и занятости населения современный город имеет еще ряд характерных особенностей.

Во-первых, это расселенческие, особенности, связанные с концентрацией значительной массы населения на

Образ Волгограда в восприятии жителей

относительно небольшой территории и, следовательно, с высокой плотностью населения. Во-вторых, архитектурно-планировочные, детерминируемые обликом города, специфической архитектурно-планировочной средой, для которой, в частности, характерна относительная комплексность построек. В-третьих, социальные, обусловленные социальной структурой населения и городским образом жизни. В-четвертых, правовые, поскольку города, как правило, являются политико-административными центрами прилегающих территорий [2].

В современном мире стремление людей жить в большом городе – естественное и закономерное явление. В городах достигается более высокий уровень жизни и общения между людьми. Несмотря на высокую плотность населения, в городах человек имеет больше личной свободы и возможностей для самореализации. Именно жизнь в городах определяет уровень современной цивилизации. Доля городского населения будет продолжать расти, несмотря на то, что социальные контрасты и экологические проблемы в крупнейших городах становятся острее. Городская политика, призванная выработать путь устойчивого развития города, должна быть ориентирована на потребности жителей и охватывать все направления городского управления, такие как развитие экономики, планирование территорий, архитектура и строительство, промышленность, транспорт, энергетика, жилищно-коммунальное хозяйство и др.

Решающее воздействие на процесс развития и функционирования города оказывает его социальная подсистема. На самом деле, население является не только объектом управления, осуществляемого властными структурами города, но и само выступает активным субъектом преобразований. Кроме того, практика развития городов все больше подтверждает тот факт, что социальные проблемы можно решить только на основе учета интересов жителей, и реализация долгосрочных программ развития должна основываться на признании активной, деятельностной роли населения в обеспечении устойчивого развития города.

Вместе с тем, участие жителей в управлении городом зависит от многих факторов, связанных, в том числе, с восприятием городскими властями возможности такого участия. Не менее важным является отношение населения к городу как таковому, признание его «своим» и стремление видеть его более развитым и благополучным. Это отношение можно выявить с помощью ряда индикаторов, таких как восприятие жителями целостного образа города, отношение населения к властным структурам, оценка условий жизни и уровня социально-экономического развития города.

Наиболее действенным механизмом получения социальной информации такого рода является проведение прикладных социологических исследований. Одно из таких исследований было проведе-

Образ Волгограда в восприятии жителей

но в декабре 2001–мае 2002 г. по заказу Администрации Волгограда в рамках проекта «Концепция устойчивого развития Волгограда. Стартовые условия».

Основной целью исследования явилось получение первичной социальной информации, отражающей субъективное восприятие жителями Волгограда экономической, социальной и экологической ситуации в Волгограде в целом и отдельных районах города и необходимой для обоснованного принятия управленческих решений администрацией Волгограда. Одной из задач данного исследования явилось изучение восприятия жителями Волгограда образа города, а также изучения отношения населения к перспективным направлениям развития Волгограда.

Представления волгоградцев о городе складываются из двух составляющих – рациональной и эмоциональной. Рациональный компонент восприятия образа Волгограда связан с отношением населения к реальному облику города и основан на анализе наблюдаемой повседневной действительности. Эмоциональный компонент, в свою очередь, связан с представлениями жителей о том, каким они хотят видеть Волгоград и какими качествами он должен обладать, чтобы максимально полно удовлетворять требованиям жителей к «идеальному» городу.

Непосредственное влияние на восприятие целостного образа города оказывает отношение населения Вол-

гограда к сложившейся в городе социально-экономической ситуации, а также восприятие жителями положения, которое занимает Волгоград среди других регионов России по условиям жизни. Большинство волгоградцев полагают, что условия жизни людей в Волгограде либо такие же (33%), либо хуже (30%), чем в других регионах России. При этом около 14% жителей города, считающих, что условия жизни людей во всех регионах России примерно одинаковы, отмечают негативный характер этой общности («езде одинаково плохо»). Лишь незначительная часть населения Волгограда (всего 14%) полагают, что условия жизни в городе лучше, чем в других регионах страны. Примечательно, что примерно четверть опрошенных жителей Волгограда затруднились сравнить условия жизни людей в Волгограда с условиями жизни в других регионах страны. Это может объясняться тем, что сравнение Волгограда с другими регионами России во многих случаях производится на основе личного опыта. Отсутствие такого опыта и определяет уровень нерезультативных ответов. Этот факт может также свидетельствовать о том, что при ответе на вопросы, связанные с оценкой каких-либо общественных явлений на более высоком уровне (регион, страна), респонденты склонны проецировать на этот уровень впечатления, получаемые на бытовом уровне.

Привлекательность Волгоград по сравнению с другими регионами России определялась и тем, насколько велико стремление волго-

Образ Волгограда в восприятии жителей

градцев покинуть город и переехать в другой регион страны. Около 82% горожан не хотели бы покидать Волгоград. Противоположного мнения придерживаются 15% опрошенных. Учитывая тот факт, что 33% респондентов считают, что условия жизни людей в Волгограде хуже, чем в других регионах России, можно предположить, что такой высокий процент не желающих переезжать в другие регионы страны объясняется серьезной материальной привязанностью большинства жителей к городу и отсутствием у них уверенности в перспективах своего существования за пределами Волгограда. Наибольшее желание переехать в другой регион страны высказывают респонденты, считающие, что в Волгограде люди живут хуже, чем в большинстве других регионов России – 26% (против 15% в среднем по выборке). Доля респондентов, не желающих уезжать из Волгограда, возрастает по мере роста оптимизма в оценках.

Другим фактором, значимо сказывающимся на мобильности жителей Волгограда, является возраст. Наиболее мобильны молодые люди в возрасте до 25 лет – среди них доля желающих сменить место жительства на другой регион России достигает 30%. Доля не желающих переезжать в другой регион растет по мере роста возраста респондентов и достигает 91% в самой старшей возрастной группе (65 лет и старше). Выявленная закономерность может объясняться тем, что с возрастом усиливаются материальные и эмоцио-

нальные связи с местом проживания (работа, семья и т.д.).

Относительно более высокая мобильность молодежи вполне объяснима, однако с точки зрения стратегического развития города данный факт может рассматриваться как негативное явление, поскольку к переезду в другой регион в большей степени готовы наиболее инициативные и более образованные представители этой возрастной группы. Учитывая, что основным регионом, куда стремятся уехать молодые жители Волгограда, являются Москва и Санкт-Петербург, администрации города следует обратить внимание на создание таких условий для развития и самореализации молодежи, какие могут обеспечить столичные города.

Основной причиной, по которой часть респондентов хочет уехать из Волгограда, является стремление к улучшению жизненных условий благодаря переезду в регион с более высоким уровнем жизни, более широкими возможностями для самореализации. В меньшей степени на желание респондентов переехать оказывает влияние неудовлетворительная экологическая ситуация в Волгограде и природно-климатические условия. Третьим по значимости фактором является эмоциональная связь, то есть стремление вернуться на Родину (в место своего рождения), наличие родственников в других регионах.

Между тем, привлекательность Волгограда на фоне других городов

Образ Волгограда в восприятии жителей

России зависит не только от того, как оценивают волгоградцы социально-экономическую ситуацию в городе, России в целом и отдельных ее регионах, но и от того, как они воспринимают образ города и насколько сильны эмоциональные компоненты этого восприятия. В случае, если в массовом сознании населения Волгограда существуют установки на восприятие города не просто как места проживания, а как целостной системы, с присущими только ей достоинствами и недостатками, для людей менее заметными, менее ощутимыми становятся социально-экономические трудности, переживаемые городом, и снижается стремление к смене места жительства.

В табл. 1 приведено распределение ответов жителей города на вопрос о том, как они относятся к условиям жизни в Волгограде. Из каждой пары предложений респондентам предлагалось выбрать высказывания, в наибольшей степени соответствующие их восприятию ситуации в городе. По анализу ответов респондентов на этот вопрос интервью можно судить об образе Волгограда, сложившемся в массовом сознании его жителей.

Наиболее единодушны волгоградцы в оценке исторического наследия города: три четверти жителей Волгограда полагают, что город имеет богатое историческое наследие, противоположного мнения придерживаются всего 9% волгоградцев. Среди положительных характери-

стик Волгограда следует также отметить его удобное транспортное положение (такую точку зрения разделяют 55% жителей города), высокий культурный потенциал (38% жителей города) и возможность интересно провести свободное время (39% жителей города).

Среди характеристик Волгограда, получивших преимущественно отрицательные оценки, выделяются, во-первых, соотношение уровня цен и заработков и, во-вторых, уровень безопасности в городе: 75% опрошенных полагают, что для Волгограда характерны высокие цены и низкие заработки, 74% опрошенных считают, что в городе ярко выражены криминогенная ситуация, высокая преступность и наркомания.

Обращает на себя внимание и тот факт, что 68% волгоградцев воспринимают свое будущее и будущее своей семьи как неясное, 62% жителей Волгограда не видят перспектив для детей. Отчасти такое тревожное отношение к будущему объясняется некоторой неудовлетворенностью населения социально-экономической ситуацией в городе и его районах. На самом деле, около 60% жителей Волгограда недовольны работой городского хозяйства, своими жилищными условиями и качеством медицинского обслуживания. Кроме того, 43% волгоградцев полагают, что в городе довольно сложно найти интересную работу, а две трети населения Волгограда считают экологическую обстановку

Образ Волгограда в восприятии жителей

в городе угрожающей. Наибольшее затруднение у респондентов вызвала оценка уровня политической стабильности: 39% опрошенных затруднились определить свое отношение к этому вопросу.

Таким образом, в массовом сознании жителей Волгограда сложился следующий образ города. Волгоград – это город с богатым историческим наследием, обладающий высоким культурным потенциалом, что, в частности, выражается в возможности интересно проводить свободное время, а удобное транспортное положение города в пределах России создает дополнительные возможности для развития. Вместе с тем, жизнь в городе небезопасна, что связано с высоким уровнем преступности и наркомании. Опасность здоровью жителей создает и плохая экологическая обстановка. Экономическая безопасность жителей также невысока: заработки населения не соответствуют уровню цен в городе, а возможности найти интересную работу ограничены. Все это, а также низкое качество медицинского обслуживания, плохие жилищные условия, неудовлетворительная работа городского хозяйства и неопределенная политическая обстановка делают неясным будущее волгоградцев и ограничивают перспективы молодого поколения.

Вместе с тем, восприятие жителями образа Волгограда отличается излишней эмоциональностью. Наиболее вероятно, что медленное, посте-

пенное улучшение условий жизни населения не приведет к значимым изменениям в отношении волгоградцев к своему городу, и повлиять на настроения людей могут, по всей видимости, лишь радикальные перемены, либо те действия власти, которые получают широкий общественный резонанс.

Преобладание эмоциональных составляющих восприятия образа Волгограда свидетельствует о том, что жители Волгограда равнодушны к своему городу и желают, чтобы он сам (город) и жизнь в нем улучшились. Для определения «идеального», с точки зрения волгоградцев, образа города респондентам предлагалось ответить на вопрос «А каким бы Вы хотели видеть наш город? Какими качествами, по Вашему мнению, он должен обладать?». Пожелания, высказанные жителями Волгограда в этой связи, весьма разнообразны, но все они могут быть объединены в несколько групп по предметному содержанию высказываний.

Три четверти горожан озабочены проблемами благоустройства города. Волгоградцы стремятся жить в чистом, ухоженном городе, хотят видеть Волгоград зеленым, хорошо освещенным и просто красивым. В числе требований к благоустройству города особое место занимают требования к увеличению числа урн и общественных туалетов. Еще 6% жителей заостряют внимание на необходимости улучшения состояния дорог и решении транспортной проблемы.

Образ Волгограда в восприятии жителей

Таблица 1. Распределение ответов респондентов на вопрос о восприятии ситуации в городе

Положительная характеристика						Отрицательная характеристика
	Безусловно согласен с положительной оценкой	Скорее согласен с положительной оценкой	Не знаю, не важно	Скорее согласен с отрицательной оценкой;	Безусловно согласен с отрицательной оценкой	
Высокий культурный потенциал	16.37%	21.15%	31.34%	18.91%	12.23%	Отсутствие культурного потенциала
Богатое историческое наследие	48.34%	25.84%	16.82%	5.83%	3.16%	Скучное историческое наследие
Высокие заработки и низкие цены	1.65%	4.71%	18.47%	27.76%	47.40%	Высокие цены и низкие заработки
Интересная работа	6.35%	14.16%	36.17%	20.44%	22.87%	Невозможность найти интересную работу
Надежное будущее для себя и своей семьи	2.78%	7.61%	21.15%	27.82%	40.64%	Неясное будущее для себя и своей семьи
Хорошие перспективы для детей	3.01%	8.60%	26.28%	26.46%	35.65%	Отсутствие перспектив для детей
Хорошие жилищные условия и возможность их улучшения	3.78%	13.87%	23.14%	27.81%	31.40%	Плохие жилищные условия и трудность их улучшения
Хорошая работа городского хозяйства	2.18%	10.05%	28.27%	25.37%	34.13%	Плохая работа городского хозяйства
Хорошее медицинское обслуживание	2.84%	11.58%	24.68%	27.21%	33.69%	Плохое медицинское обслуживание
Правопорядок и безопасность в городе	1.32%	6.97%	17.48%	29.14%	45.09%	Криминогенная ситуация в городе, высокая преступность и наркомания
Возможность интересно провести свободное время	16.10%	22.72%	33.99%	14.56%	12.63%	Отсутствие мест проведения досуга и отдыха
Удобное транспортное положение города в пределах России	32.86%	22.30%	28.32%	9.30%	7.22%	Неудобное транспортное положение города
Политическая стабильность	10.12%	15.64%	39.04%	20.04%	15.16%	Политическая нестабильность
Благоприятная экологическая обстановка и природные условия	2.33%	5.95%	24.77%	31.91%	35.04%	Угрожающая экологическая обстановка

ПРИМЕЧАНИЕ: Рамками в таблице выделены ячейки, содержащие максимальные значения по строкам таблицы.

Образ Волгограда в восприятии жителей

На втором месте по частоте упоминаний стоят пожелания, связанные с позиционированием Волгограда как крупного культурного центра. Для 12% волгоградцев важно, чтобы в полной мере раскрывался культурный потенциал города, больше внимания уделялось памятникам истории, развивались спорт и туризм, больше проводилось культурных программ и мероприятий. Пожелания, затрагивающие сферу экономического развития Волгограда, составляют 11% от общего числа высказываний. Для многих респондентов, отметивших эту проблему, наиболее актуальными являются вопросы трудоустройства, снижения уровня безработицы в городе. Около 8% респондентов высказали пожелания, связанные с обеспечением безопасности. Эта часть населения желает видеть город, прежде всего, спокойным, безопасным, свободным от мафии и наркоманов. Еще 7% респондентов хотят жить в городе с благоприятной экологической обстановкой.

Проблемы управления городом волнуют лишь 2% опрошенных. Для этой части населения важно, чтобы у города был хороший, преданный, честный руководитель. В большей степени население Волгограда озабочено тем, какие люди в нем живут. Около 7% респондентов хотят, чтобы в городе жили приветливые, гостеприимные, доброжелательные люди, которые были бы здоровыми и счастливыми. Пожелания, связанные с социальным обеспечением и социальными га-

рантиями, высказали чуть менее 3% опрошенных. Эти пожелания выражаются в стремлении получать хорошее медицинское обслуживание, ощущать заботу о детях, пенсионерах и сиротах, быть социально и материально обеспеченными.

Пожелания, связанные с именем города, были высказаны менее 1% опрошенных. Однако следует заметить, что само появление в списке требований к «идеальному» образу Волгограда пожеланий такого рода указывает на то, что людей по-прежнему волнует эта проблема. С высокой степенью вероятности можно предположить, что если бы список качеств, которыми должен обладать Волгоград, был закрытым и включал в себя альтернативу, связанную с проблемой переименования города, доля респондентов, отметивших этот вариант ответа, была бы существенно больше.

Выше были перечислены пожелания, которые можно обозначить как «предметные» (связанные с развитием конкретных сфер жизни города или совершением конкретных действий). Однако около 11% респондентов назвали желаемый «окончательный» образ города. По их мнению, Волгоград должен быть передовым, перспективным, современным городом, развитым во всех сферах, богатым и самообеспеченным.

Таким образом, волгоградцы хотят видеть Волгоград современным, богатым городом с высоким культурным потенциалом, развитым во всех

Образ Волгограда в восприятии жителей

сферах, в том числе экономически, хорошо благоустроенным (красивым, чистым, зеленым), с благоприятной экологической обстановкой, спокойным и безопасным.

В настоящее время Администрацией Волгограда разрабатывается План стратегического развития города. Для того чтобы данный инициатива Администрации города принесла успех, немаловажным является учет представлений жителей о том, как должен измениться город и в каком направлении он должен развиваться, чтобы жизнь в нем была привлекательной для населения. В табл 2 приведено распределение ответов респондентов на вопрос о том, какими могут быть главные цели Стратегического плана развития города.

По мнению жителей Волгограда, стратегическое развитие города должно идти по пути роста доходов и качества жизни населения – более 60% респондентов назвали эти цели в качестве основных. На втором месте по частоте упоминания находятся цели, связанные с развитием жилищно-коммунального комплекса (50% ответов) и решением проблем занятости (41% ответов). Примечательно, что распределение ответов на данный вопрос интервью практически не зависит от социально-демографических характеристик респондентов.

Вместе с тем, многомерный анализ ответов респондентов позволил вы-

явить следующую закономерность. В ответах жителей города все предложенные к оценке цели Стратегического плана развития Волгограда группируются в три смысловых блока. Наиболее значимые, с точки зрения респондентов, цели связаны с решением экономических проблем населения. Цели, объединенные в эту группу, представляют своего рода «социальный запрос» к Администрации города и в некотором смысле отражают представления населения о патерналистском отношении власти к жителям города. На самом деле, большинство жителей считает, что Администрация города, разрабатывая подобный план, должна заботиться, в первую очередь, о повышении качества предоставляемых населению медицинских и образовательных услуг, развивать жилищно-коммунальный комплекс, создавать новые рабочие места, в том числе и за счет содействия развитию крупных предприятий, что в конечном итоге будет способствовать росту доходов населения, а также повышению качества и продолжительности жизни людей.

Вторая группа включает в себя цели, которые в меньшей степени ориентированы на решение текущих проблем населения, а связаны с развитием города как социально-экономической системы. В эту группу входят такие цели, как ускоренное развитие научного комплекса, развитие предприятий сферы услуг, содействие развитию экономики за счет развития новых отраслей и производств и ряд других.

Образ Волгограда в восприятии жителей

Таблица 2. Главные цели Стратегического плана развития Волгограда в представлении жителей города

Каковы, по Вашему мнению, могут быть главные цели Стратегического плана развития города?	Доля в ответах
Рост доходов населения города	63.75%
Рост качества жизни населения	62.76%
Развитие жилищно-коммунального комплекса, улучшение качества городской среды	49.91%
Создание новых высокооплачиваемых рабочих мест, в том числе для женской и молодежной занятости	41.16%
Создание условий всестороннего развития и закрепление молодежи в городе	30.00%
Рост продолжительности жизни людей, живущих в нашем городе	27.60%
Повышение качества и расширение перечня предоставляемых медицинских услуг в городе	24.57%
Содействие дальнейшему развитию крупных промышленных предприятий	23.23%
Содействие развитию учреждений культуры, превращение нашего города в крупный культурный центр	17.07%
Развитие и увеличение доли малого и среднего бизнеса	15.94%
Создание благоприятного инвестиционного климата	15.76%
Содействие развитию экономики за счет развития новых отраслей и производств	14.39%
Ускоренное развитие научного комплекса	13.85%
Совершенствование градостроительного и архитектурно-художественного облика города	13.66%
Вовлечение жителей в управление, совершенствование системы управления Волгоградом	6.25%
Содействие развитию системы образования, повышение качества обучения в школах, средних и высших учебных заведениях	5.11%
Укрепление роли города как важного транспортного узла	4.81%
Развитие новых предприятий сферы услуг	3.39%
Другое	1.23%

Третья группа объединяет цели, направленные на развитие города, основанное на рыночной системе экономических ценностей, что подразумевает создание благоприятного инвестиционного климата, содействие развитию предприятий сферы малого и среднего бизнеса, участие населения в управлении городом и совершенствование градостроительного и архитектурно-художественного облика города –

все то, что может сделать Волгоград привлекательным для внешних и внутренних инвестиций и повысить его престижность по сравнению с другими городами.

Сама возможность группировки проблем в смысловые блоки позволяет говорить о том, что среди населения Волгограда существуют группы, отличающиеся друг от друга восприятием необходимых

Образ Волгограда в восприятии жителей

направлений развития города. Каждому смысловому блоку соответствует определенная категория населения.

Границы этих групп населения довольно размыты, поскольку оценка важности целей зависит от множества факторов, в том числе и от социально-демографических. Так, например, в первой группе представлены примерно в равных пропорциях все социально-демографические группы. В то же время основу третьей группы составляют люди с высшим образованием и высоким уровнем материального положения.

Подводя итог сказанному, следует выделить определяющие моменты в восприятии волгоградцами желаемого образа города. Прежде всего, для основной части населения наиболее актуальным и значимым направлением развития города является деятельность городских властей, связанная с решением соци-

ально-экономических проблем населения. Это обусловлено, в первую очередь, неудовлетворенностью горожан текущим уровнем развития Волгограда, а также их обеспокоенностью перспективами своего существования в городе. Вместе с тем, в социальной структуре города можно выделить довольно устойчивую группу населения, чьи интересы и перспективы прочно связаны именно с Волгоградом. Для этой категории жителей более значимыми являются стратегические цели развития города, направленные на раскрытие его потенциала и повышение привлекательности по сравнению с другими городами и регионами России. Именно эта группа населения должна стать социальной базой поддержки инициатив Администрации, направленных на развитие Волгограда как крупного экономического, научного и культурного центра, т.е. достижение наиболее привлекательного для волгоградцев образа города.

Литература

1. Зеленов Л.А. Социология города: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2000. – 192 с.
2. Российская социологическая энциклопедия / Под ред.
- Г.В. Осипова. – М.: Издательская группа НОРМА–ИНФРА-М, 1999. – 672 с.
3. Тощенко Ж.Т. Социология. Общий курс. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Прометей, Юрайт, 1999. – 512 с.