

ИМИДЖ ГОРОДА ГОМЕЛЯ ДЛЯ МОЛОДЕЖНОГО СЕГМЕНТА

Е. Д. Дорофеева

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь

Научный руководитель И. А. Фукова

Имидж города – это деятельность, направленная на формирование положительного, привлекательного образа города, непосредственно влияющего на привлечение туристов, инвестиций, и, соответственно, на социально-экономическое развитие региона, способного обеспечить лидерские позиции региона среди окружающих субъектов-территорий и играть огромную информационно-воспитательную роль для его граждан на периоды разной временной длительности [1].

Как и любой процесс, происходящий в современных экономических условиях, процесс создания положительного имиджа города находится под влиянием разнообразных факторов, оказывающих воздействие на его формирование.

Факторы, влияющие на процесс создания имиджа города:

1. *Территориальная принадлежность.* В сознании людей при процессе восприятия город не может быть оторван как от региона, так и от страны, к которой он относится. При формировании имиджа города имидж региона или страны остается неизменным. Данный фактор не зависит от самого города, но при этом его необходимо учитывать. Город Гомель – часть Республики Беларусь, второй по величине город страны. Также он является административным центром. Гомель расположен на одном из важных торговых путей «из варяг в греки» и на маршруте различных транзитных путей, что влияет на его экономическое и туристическое положение. Кроме того, Гомель расположен на востоке страны, рядом со странами-соседями – Россией и Украиной, что придает его жителям свой отличительный менталитет.

2. *Уровень и качество властных структур города.* В странах, где власть является персонифицированной, имидж города находится в большой зависимости от имиджа и хорошей личной репутацией политического лидера, являющегося его руководителем или руководителем региона или страны в целом. К примеру, личность президента республики Беларусь достаточно известна за рубежом. Поток инвестиций в город или бюджетные ассигнования напрямую связаны с авторитетом его руководителя. Надежность, открытость для сотрудничества с другими структурами руководителей города, а также восприимчивость к нововведениям и инновациям оказывают существенное влияние на имидж города. К сожалению, политического «лица» в данный момент город не имеет, а молодежь с трудом может назвать руководящих лиц города.

3. *Участие города в значимых процессах и крупных проектах.* Принадлежность города к такому фактору может обусловить приток инвестиций в развитие, а также быть привлекательным для высококвалифицированной рабочей силы. Такими примерами являются: построение турецкой компании – инвестором завода по производству кальцинированной соли [2], строительство в Гомельской области в г. Добруше картонного комбината совместно с китайскими партнерами и др. Крупные молодежные проекты осуществляет Белорусский Республиканский Союз Молодежи, однако он не имеет абсолютной поддержки среди молодежи города.

4. *Обиций статус города.* Данный фактор отражает место города в общей структуре других городов по различным критериям, например, по степени развития, роли в политической, экономической, культурной жизни страны в целом. Культурная жизнь города Гомеля развита достаточно, в распоряжении граждан города имеется 3 театра, 3 кинотеатра, цирк и многие другие заведения для молодежи. В настоящий момент жители города не испытывают трудностей в организации досуга или проведения свободного времени, что сказывается на статусе города в их глазах. Для поиска работы или получения образования нет необходимости покидать город, так как в Гомеле располагаются 7 высших учебных заведений и большинство предприятий города принимает на работу молодых специалистов. Также статус города определяется его потенциалом и располагаемыми ресурсами, в том числе и внешними связями с другими городами и странами, наличие которых представляет город как активно развивающуюся и надежную структуру. Примером этого может послужить наличие в городе аэропорта (второго действующего аэропорта Республики Беларусь) и др.

5. *Ориентация развития города на инновации и прогресс.* В современных условиях инновации приобретают не просто важное, а стратегическое значение. Поэтому город, нацеленный на инновации и перспективу, более привлекателен для людей, особенно для молодежи. На предприятиях нашего города используются только новые автоматические технологии, производство товаров осуществляется по европейским стандартам и по «последнему слову техники». Инновации для молодежи имеют первостепенное значение. Так, wi-fi доступ имеют уже большое количество предприятий питания. Практически все предприятия рекламируют себя в сети интернет.

6. *Быстрота осуществляемых перемен в городе, динамизм.* В данном случае городу важно показать, что он обладает высоким потенциалом в развитии, располагает необходимыми ресурсами и возможностями, имеет основы для быстрого карьерного роста молодых перспективных работников.

7. *Впечатление, производимое городом.* Фактор обусловлен наличием в расположении города памятников архитектуры, оригинальных, красивых зданий, парков, памятников. На эмоциональное впечатление, которое город может оказать на приезжающих людей и его жителей, влияет эстетический облик города. Если город обладает историческими ценностями и памятниками, то он может сформировать облик старинного города, который ценит традицию и историю своего развития. В нашем городе достаточно хорошо сохранилось историческое прошлое, улицы выполнены в Европейском стиле (старый центр и современная планировка окраин). На историческое развитие города также повлияли такие знаменитости, как Ирина Паскевич, Николай Румянцев и др. Город производит впечатление на все возрастные категории туристов.

8. *Историческое прошлое.* Наличие богатой истории города является важным элементом привлечения внимания туристов. Изначально имидж территории создает его история. При формировании положительного имиджа города важное значение имеет идентификация жителей города с определенной идеей, которую несет в себе имидж. То есть, например, при создании легенды как основы для формирования имиджа необходимо связать ее с определенным историческим событием, произошедшим в городе, который вызывает у жителей своеобразный дух единения, чувство патриотизма.

9. *Общая безопасность города.* Общая безопасность обуславливается обстановкой в городе, уровнем преступности, уровнем наблюдения специальных уполномоченных органов за соблюдением общественного порядка в городе. Спокойный город с низким уровнем преступности является более привлекательным для людей как в области туризма, так и в области переселения с целью дальнейшего проживания в нем. Гомель стоит на третьем месте по безопасности в Республике Беларусь [3].

10. *Благоприятные условия для отдыха и туризма.* Сфера туризма, развитая на высоком уровне, дает возможность посетителям города сформировать определенное положительное мнение, создать собственный образ посещаемого города. Эффективность развития сферы туризма в городе находится в прямой зависимости от того, как на уровне государства воспринимается данная отрасль и насколько она пользуется государственной поддержкой. В нашем городе расположено достаточно большое количество гостиниц и отелей, городской пляж оборудован всеми удобствами для отдыха граждан, также в городских музеях используются аудиогиды. Таким образом, можно сказать, что в нашем городе имеются самые благоприятные условия для туризма и отдыха молодежной аудитории.

11. *Ритм жизни города.* Данный фактор характеризуется степенью напряженности города. Города могут обладать быстрым или наоборот умеренным ритмом жизни

и тем самым привлекать различную аудиторию. Некоторые люди предпочитают быстрый ритм жизни и их, соответственно, привлекают города с напряженным ритмом. Другие наоборот предпочитают спокойную обстановку. Поэтому здесь необходимо определить каким именно ритмом обладает город для привлечения соответствующей аудитории. К примеру, Гомель обладает более спокойным ритмом жизни, чем Москва или Нью-Йорк [4].

Рассматривая данную тему, был проведен опрос, цель которого – узнать, чем привлекателен наш город для его жителей. Данный опрос проводился среди молодежи в возрасте от 16 до 25. Было опрошено 70 человек, которые отвечали на вопросы, касающиеся имиджа города Гомеля. На основе этого опроса можно сделать выводы, что имидж у города еще сформирован недостаточно, так как на многие вопросы не было получено однозначных вариантов ответа.

Большинство опрошенных на вопрос «Устраивает ли вас планировка улиц?», ответили положительно.

На вопрос о количестве зеленых зон города большинство ответило, что их достаточно, однако нашлись и те 7 %, кому их оказалось мало, аргументом стало приведение примера о вырубке деревьев по ул. Кирова для расширения автомобильной дороги.

Также опрос показал, что молодежь считает, что культура нашего города насыщена.

Так как в группу опрашиваемых входили люди, не имеющие личного автомобильного транспорта, то нельзя в полной мере ответить на вопрос, касающийся парковочных зон города.

На вопрос «Что является лицом города?» более 93 % ответили, что это площадь Ленина, а остальные разделились в своих мнениях, этими местами стали: Площадь Победы (привокзальная площадь), дворцово-парковый ансамбль и т. д.

Достопримечательность города, которую хотел показать иностранному туристу каждый житель Гомеля, – это площадь Ленина вместе с Дворцово-парковым ансамблем.

Опрос показал, что не каждый молодой человек нашего города интересуется его прошлым, однако, к счастью, отдельные пункты истории нашего красивого города им известны. К примеру, люди, входящие в возрастную категорию 20–25 лет, затруднились ответить на вопрос об историческом прошлом.

В заключение можно отметить, что у каждого человека в нашем городе есть место, которое ему нравится, что свидетельствует о том, что г. Гомель является комфортным для жизни городом, а его имидж является неотъемлемой частью его социальной и культурной жизни. Имидж города влияет на туристический поток и экономическое благосостояние, поэтому особенно важно уделять этому вопросу особое внимание.

Литература

1. Имидж города и факторы, влияющие на его формирование. – Режим доступа: <http://v-hotel.livejournal.com/298862.html>. – Дата доступа: 14.03.2016.
2. Новости TUT.BY. Турецкая компания-инвестор построит на Гомельщине завод по производству кальцинированной соды. – Режим доступа: <http://news.tut.by/economics/488155.html>. – Дата доступа: 14.03.2016.
3. Гомельские ведомости. «Количество преступлений, зарегистрированных в 2015 году, снизилось на 4,4 процента». – Режим доступа: <http://newsgomel.by/news/kolichestvo-prestupleniy-zaregistrirrovannyh-v-2015-godu-snizilos-na-44-procenta>. – Дата доступа: 14.03.2016.
4. Факторы, влияющие на формирование имиджа города / О. М. Калиева [и др.] // Молодой ученый. – 2014. – № 2. – С. 439–441.