**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**

**КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота**

**магістра**

**ОБРАЗ СУЧАСНОГО МІСТА У МОЛОДІ М. ЗАПОРІЖЖЯ**

Виконала: студентка, ІІ курсу,

групи 8.0540-з

спеціальності 054 «Соціологія»

освітньої програми «Соціологія»

А.О. Круць

Керівник: доцент кафедри

соціології, к.соц.н.,

М.А. Кулик

Рецензент: доцент кафедри

соціології, к.філос.н.,

О.С. Сорокіна

Запоріжжя – 2021

**РЕФЕРАТ**

*Дипломна робота* складається з 71 сторінок, 56позицій в списку літератури та 2 додатків.

ОБРАЗ СУЧАСНОГО МІСТА У МОЛОДІ М. ЗАПОРІЖЖЯ.

*Мета наукового дослідження*: визначення особливостей формування та експлікація образу міста як сучасного простору запорізькою молоддю.

*Об’єкт наукового дослідження*: образ сучасного міста в уявленнях молоді.

*Предмет наукового дослідження*: уявлення молоді м. Запоріжжя щодо образу сучасного міста.

*Методи наукового дослідження:*системний підхід, кількісний – заочне індивідуальне анкетування.

*Гіпотеза дослідження:*Інфраструктура міста відображає критерії образу сучасного міста в уявленнях молоді.

*Висновки:*Результати дослідження уявлень молоді міста Запоріжжя щодо образу сучасного міста, дали змогу стверджувати, що формування образу сучасного міста пов'язано значною мірою з інфраструктурою міста. Вважаємо, що отримані результати дослідження стануть в нагоді державним організаціям, діяльність яких у підтримці та розвитку міста Запоріжжя, становленні кращих умов життя. Врахування особливостей уявлень молоді м. Запоріжжя щодо образу сучасного міста дозволить більшою мірою залучити молодь до розбудови міського середовища. За результатами даного дослідження, маємо намір стверджувати, що головна гіпотеза даного дослідження, а саме припущення, що інфраструктура міста відображає критерії образу сучасного міста в уявленні молоді, підтвердилася.

**SUMMARY**

*The diploma paper* consists of 71 pages, 56 items in the list of references and 2 annexes.

the image of modern city among youth from zaporizhzhia city.

*The aim of scientific study:* to determine the peculiarities of the formation and explication of the image of city as a modern space by Zaporizhzhia youth.

*The object of scientific study:* the image of modern city in the minds of youth.

*The subject of scientific study:* the ideas of the youth from Zaporizhzhia about the image of modern city.

*The methods of scientific study:*system approach, quantitative – self-administered individual questionnaires.

*The hypothesis of the study:* The city’s infrastructure reflects the criteria for the image of modern city in the minds of young people.

*The conclusions:* The results of the study of the ideas of the youth from Zaporizhzhia city about the image of modern city allowed us to assert that the formation of the image of modern city is to a large extent associated with the city’s infrastructure. We believe that the obtained results of the study will be useful for governmental organizations whose activities include support and development of Zaporizhzhia city, establishment of better living conditions. Taking into account the peculiarities of the ideas of the youth from Zaporizhzhia about the image of modern citywill allow to involve the youth in the development of the urban environment to a greater extent. According to the results of this study, we intend to assert that the main hypothesis of the study, namely the assumption that the city’s infrastructure reflects the criteria for the image of modern city in the minds of young people, has been confirmed.

ЗМІСТ

|  |
| --- |
| ВСТУП…………………………………………………………………………..6 |
| РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО МІСТА У МОЛОДІ М. ЗАПОРІЖЖЯ……………………….9 |
| 1.1. Уточнення основних понять «місто», «образ», «образ сучасного міста», «уявлення молоді»………………………………………………………………9 |
| 1.2. Історіясоціогуманітарногодослідження образу сучасного міста……..12 |
| 1.3. Методологічні підходи та принципи дослідження образу сучасного міста у молоді………………………………………………………………….20 |
| РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО МІСТА У МОЛОДІ М. ЗАПОРІЖЖЯ………………………27 |
| 2.1. Структура соціального простору міста………………………………….27 |
| 2.2. Характеристики та критерії визначення образу сучасного міста……...35 |
| 2.3. Особливості репрезентацій молоді у визначенні критеріїв сучасності.42 |
| РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО МІСТА У МОЛОДІ М.ЗАПОРІЖЖЯ……………………….50 |
| 3.1. Обґрунтування методу соціологічного дослідження образу сучасного міста у молоді………………………………………………………………….50 |
| 3.2. Результати дослідження образу сучасного міста у молоді м.Запоріжжя……………………………………………………………………52 |
| 3.3. Рекомендації апарату місцевого самоврядування щодо розбудови м.Запоріжжя у контексті особливостей образу сучасного міста у молоді...59 |
| ВИСНОВКИ…………………………………………………………………....63 |
| СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ………………………………………………………66 |
| ДОДАТКИ…………………………………………………………………...…72 |

**ВСТУП**

*Актуальність дослідження.* Термін «місто». Активні урбанізаційні процеси, які ми спостерігаємо останні сторіччя ставлять досить широке коло питань, як потребують вирішення. Наприклад: які міста притягують велику кількість людей – великі індустріальні центри, чи туристичні місця?

Поняття «місто» опиняється в полі міждисциплінарних досліджень таких наук як: соціологія, психологія, філософія, екологія, архітектура. Масштабне зростання і розвиток сучасних міст визначає необхідність формування виразного, представницького образу сучасного столиці міського простору.

Населення міст зростає: урбаністи ламають голову, як створити комфортні умови для всіх та кожного.Місто – явище не тільки архітектурного витвору мистецтва, а й являє собою соціокультурне утворення, заповнене різними формами життєдіяльності людей.

Дослідженню особливостей становлення соціальних зав’язків та комунікацій в місті було присвяченороботи численних наукових соціологічних шкіл. Провідними дослідниками урбаністичних процесів в суспільстві були німецькі соціологи М. Вебер, В. Зомбарт, Ф. Тьонніс, Л. Мамфорд, представники Чиказької школи соціологіїР. Парк, Е. Берджесс, Р. Моньє, Л. Вірт , сучасні представники соціології постмодерну З. Бауман, Е. Сойя.

Особливе місце в соціокультурному суспільстві займає молодь. Даній віковійгрупі зазвичай властиво яскраво висловлювати свій характер поведінки, висловлювати свою точку зору, виявляти власний погляд на спосіб життя і світогляд. Формування певних життєвих позицій молодих людей, їх цінності та орієнтири, досягнення поставлених цілей, власні погляди на навколишнє суспільство сприяють модернізації міського простору та переосмисленні цінностей міського життя. На основі цих цінностей, які приймають містяни, складаються їх життєві позиції образу міста.

Від критеріїв сформованості життєвих позицій молоді, буде залежати розвиток сучасного міста. Територіально конкуруючим і сучасно розвиненим містом буде те місце, де молоде покоління знайде вигідніші ресурси для здійснення своїх цілей, досягнень, свого подальшого зростання і розвитку.

Загальна мета дослідження полягає в розгляді та знаходженні критеріїв образу міста в уявленні запорізької молоді.

*Проблемна ситуація* полягає в недостатній розробці проблематики уявлень сучасної молоді щодо образу сучасного міста, вивченні бажань молоді щодо модернізації міста, тим самим знижено інтерес відвідування міських об'єктів.

*Об’єкт дослідження* – образ сучасного міста в уявленнях молоді.

*Предмет дослідження* – уявлення молоді м. Запоріжжя щодо образу сучасного міста.

*Мета дослідження:* визначити особливості формування образу сучасного міста у молоді м. Запоріжжя.

Для досягнення мети необхідно вирішити такі *завдання:*

1. Уточнити основні поняття «місто», «образ», «образ сучасного міста», «уявлення молоді»

2. Проаналізувати історіюсоціогуманітарногодослідження образу сучасного міста

3. З’ясувати методологічні підходи та принципи дослідження образу сучасного міста у молоді

4. Визначити структуру соціального простору міста

5. Проаналізувати характеристики та критерії визначення образу сучасного міста

6. Виявити особливості репрезентацій молоді у визначенні критеріїв сучасності.

*Гіпотеза:1*. Інфраструктура міста відображає критерії образу сучасного міста в уявленні молоді.

2. Чим більш розвинуте місто, чим більше молоді залишається.

3. Більшість молоді використовує місто для відпочинку.

*Структура роботи:*робота складається зі вступу, трьох розділів, дев’яти параграфів, висновків, списку літератури та додатків.

**РОЗДІЛ 1**

**МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО МІСТА У МОЛОДІ М. ЗАПОРІЖЖЯ**

**1.1. Уточнення основних понять «місто», «образ», «образ сучасного міста», «уявлення молоді»**

Поняття «місто» є міждисциплінарним, оскільки постає предметом дослідження таких наук як економічні, соціологічні, філософські , історичні, філологічні, психологічні та інші. Історичне словотвір поняття «місто» є елементом аналізу спеціальних словників.

Позначення соціологічних контекстів розуміння «місто» займався цілий ряд соціологів і наукових шкіл, провідні з них заклали німецькі соціологи М. Вебер, В. Зомбарт, Ф. Тьонніс, Л. Мамфорд, представники Чиказької школи соціологіїР. Парк, Е. Берджесс, Р. Моньє, Л. Вірт , сучасні представники соціології постмодерну З.Бауман, Е. Сойя.

У тлумачному словнику української мови поняття «місто» визначається як «великий населений пункт; адміністративний, промисловий, торговий і культурний центр»[1]. В етимологічному словнику української мови підкреслюється походження даного терміну із понять «базарної площі», «ринку», що згодом утворило поняття «великого населеного пункту» [2, с. 484]. У англійській мові існує декілька термінів, що позначають феномен міста. Так, поняття «city» (лат. «civitatem» – місто) застосовується для позначення багатонаселених великих ділових центрів, мегаполісів з великою чисельністю населення, прискореним ритмом життя та концентрацією значних матеріально технічних, культурних ресурсів [3]. Натомість термін «town» (староангл. «tun» – сад, поле, домогосподарство) використовується для позначення невеликих передмість сільськогосподарського спрямування, а також «спальних» міст, міст-супутників з відносно невеликою чисельністю населення [4]. Економічна енциклопедія конкретизує поняття місто як «великий населений пункт, мешканці якого зайняті головним чином у промисловості і торгівлі, а також у сферах обслуговування, управління, науки, культури» [5, с. 321], роблячи таким чином акцент на економічних та виробничих відносинах, що реалізуються в місті. Продовжують цю ідею, визначаючи місто як територіально-концентровану форму зосередження різних сфер (матеріальної та нематеріальної), галузей і видів діяльності, а отже – і головної продуктивної сили та стилю життя [6, с. 435].В енциклопедії українознавстваподається поняття місто як«поселення замкненого типу, з особливими (міськими) правами, з більшою кількістю мешканців, зайнятих – у протилежність до хліборобського сільського оточення – головне у ремісничо-промисловому виробництві, в торгівлі й транспорті, як також в адміністрації та в різного роду культурних і суспільних установах і вільних професіях, а лише подекуди (в малих містах і містечках) і в сільському господарстві»[7, с. 1585]. У книзі «Світ архітектури», автор-архітектор В. Глазичев використовує поняття місто як розвиненого народногосподарського комплексу, де пов'язані воєдино десятки і сотні різних підприємств і виробництв. Місто – арена суспільних відносин, що відображають соціальну структуру суспільства. Люди різного віку, всіх соціальних верств, усіх професій втягнуті в один гігантський кругообіг міського способу життя. І кожен із них прагне знайти у місті потрібні йому умови спілкування та відповідний тип просторового оточення. Величезний ярмарок, де йде постійний обмін товарами, ідеями, інформацією»[8, с. 13]. Він виділяє те, що місто це люди, які в ньому живуть, і їх уява про якість життя, та простір який їх оточує.

Містобудування – спеціальна дисципліна яка займається вивченням технологічних та архітектурних засад устрою міста. За допомогою цієї дисципліни можна вивчити закони та правила улаштування міст. Містобудування зародилося в надрах архітектури. З часом міста стали великими, а для їх планування стали потрібні нові знання – про гігієну, економіку, екологію, транспорт та багато іншого. Соціокультурний простір міста вимагає особливої уваги науковців, на нашу думку і в першу чергу соціологів.

Щодо міста використання поняття «образу» ускладнене тим, що саме місто – складний соціальний організм, багатофункціональна система. «Образ»– різнобічне поняття, що включає безліч інших, таких як імідж, субімідж, стереотип, міф та ін. У найширшому сенсі образ міста можна визначити як сукупність характеристик міста, які відображені у свідомості людей. Образ міста, що цілеспрямовано формується, називається іміджем міста.

Т. Гердт визначає: «Імідж міста – це продукт «розумової праці», що поєднує в собі як загальну базу даних з різних джерел інформації, так і сприйняття самих людей про цю територію» [9].У Соціологічному енциклопедичному словнику дано визначення: «Імідж– це образ, який цілеспрямовано формується і призначений справляти емоційно-психологічний вплив на певних осіб з метою популяризації, реклами тощо[10, с. 270]. Імідж міста – це самобутній об’єкт, який має ім’я, сформований статус, легенду походження (історію), зовнішність і створені відносини споживачів іміджевої інформації, які засновані на експектаціях.

У своєму дослідженні «Образ міста», американський архітектор К.Лінч зазначає: «У всякого городянина є свої асоціації, пов'язані з якою-небудь частиною міста, і цей персональний образ пронизаний спогадами і значеннями» [11, с. 15]. Також він зазначає, що городяни на відміну від приїжджих туристів набагато рідше відвідують місця, пов'язані з історією або архітектурною цінністю. Але «існування цих відвідуваних і відомих чуток місць рівносильно почуттю наступності і безпеки. Коль скоро частина минулого збережена як щось гарне, є надія, що і майбутнє збереже сьогоденне» [11, с. 149-150]. Має сенс погодитися з висновками Н.П. Анциферова в тому, що «місто як організм може бути сприйнятий тільки за умови синтетичного вивчення його матеріальної оболонки в зв'язку з населенням, стихійно (а почасти й свідомо) організуючим її і живущим знкю одним життям» [12]. Складання «образ міста» формується в сьогоденні, а також воно береться з образу минулого і образу майбутнього. Слід прагнути зрозуміти образ міста для моделювання сучасних образів.

Отже, в даному дослідженні, виходячи з проаналізованих понять, найбільш відповідними вважаємо використання таких визначень ключових понять дослідження як, «Місто – історично склалася, територіально локалізована форма організації життєдіяльності суспільства, в основі функціонування якої лежить механізм міського устрою, що виражає спосіб взаємозв'язку підсистем, що становлять соціально-просторову структуру міста: місто соціальної інфраструктури, місто соціальної морфології, міського населення соціальної стратифікації, міської культури, міського способу життя та ін.»[13, с. 232].А образ міста можна визначити як сукупність характеристик міста, які відображені у свідомості людей. Оскільки ці поняття розкривають більш повно уявлення про місто та образ міста в уявленнях людей, і саме ці поняття будуть використовуватись у подальшому, у цьому дослідженні.

**1.2. Історія соціогуманітарного дослідження образу сучасного міста**

У зв'язку з бурхливим зростанням міст у XX столітті широкого поширення набули різні концепції міського простору. Свій внесок у дослідження міст зробили представники різних наук: географи, демографи, історики, економісти, соціологи та інші

З появою великих міських агломерацій думки про вплив міст на суспільне життя розділилися та зберігаються досі. Деякі бачать у містах втілення всіх благ цивілізації, джерело динамізму та творення. Міста відкривають найширші можливості для економічного та культурного розвитку, забезпечують засоби для комфортного та гідного існування. Інші бачать у них справжнє пекло, заповнене натовпами агресивно налаштованих людей, які не довіряють один одному, схильних до насильства і злочинності.

Інтерес до соціологічного вивчення міста виник у першій половині ХІХ ст. через зростаючу соціальну нерівність між верствами міського населення. Місто з економічного погляду вивчали англійські дослідники Дж. Кей-Шаттлуорт, французькі теоретики Ф. ЛеПле, Л. Віллерме, А. Паран-Дюшатле, німецькі економісти та філософи К. Маркс, Ф. Енгельс .

Соціологія міста – це галузь соціологічної науки, яка вивчає закономірності виникнення, функціонування і розвитку міста як однієї з форм соціально-територіальної організації суспільства [14].Однак місто було і є об'єктом вивчення багатьох наукових дисциплін, тому що в ньому сфокусувалися всі сфери життєдіяльності людини. Багатоаспектність наукової літератури про місто передбачає вивчення у рамках цієї теми зв'язку соціології міста з іншими науками (демографією, психологією, економікою, архітектурою, екологією та ін.) та галузями соціологічного знання: соціологією міграції, соціологією села.

У США та деяких країнах Європи виникло соціальне замовлення на емпіричне вивчення умов міського життя, яке привернуло увагу уряду, органів місцевого самоврядування та неурядових організацій до невідкладного вирішення значних соціальних проблем. Основна заслуга ранніх досліджень міського життя полягає в тому, що вони стали підставою для розробки та проведення соціальних реформ: оренди житла, будівництва, поточної статистики.

Першим класичним соціальним обстеженням міських проблем вважатимуться аналіз умов життя у Лондоні, зроблений 1888 р. Чарльзом Бутом у роботі «Життя і праця населення Лондона». При написанні сімнадцяти томів цієї значної праці застосовувалися різні методи збирання інформації: аналіз результатів переписів населення, інтерв'ю, контент-аналіз документів, включене спостереження (він три роки прожив у бідних кварталах), експертні опитування.

До класиків економічного підходу до вивчення соціології міста відносять К. Маркса та Ф. Енгельса. Маркс у своїй роботі «Капітал» (1867) розкриває механізм капіталістичного способу виробництва в індустріальному суспільстві, яке є міським, на відміну від феодального суспільства, яке було аграрним. Крім того, Маркс вважав, що саме масовий рух до міст з сіл зумовив подальшу історію [15, с. 365]. Енгельс у своєму дослідженні «Положення робітничого класу в Англії» (1845) зазначав, що «становище робітничого класу є дійсною основою і вихідним пунктом усіх соціальних рухів сучасності, тому що воно є найбільш гострим і оголеним проявом наших сучасних соціальних лих» [16, с. 238]. Він акцентує увагу на тому, що завдяки швидкій індустріалізації та урбанізації все колись різноманітне міське населення Великобританії зводиться до двох полярностей: буржуазії та робітничого класу, що тягне злиденне існування.Особливий інтерес у роботі Енгельса представляють характеристики мегаполісу (на моделі Лондона), які пізніше будуть озброєні такими дослідниками, як Ф. Тьонніс, Г. Зіммель, а також представниками чиказької соціологічної школи.

Німецький соціолог Ф. Тьонніс (1855-1936) у своїй роботі «Спільність та суспільство» (1887) виявив типологію поселень, яка базувалася на міжособистісних відносинах, таких як «знайомість і чужість», «симпатія та антипатія», «довіра та недовіра», «пов'язаність» та«соціальна зв'язаність»[17, 9-131]. Він виділяв два види поселень: сільську асоціацію людей (гемайншафт– спільність), яку визначив як громадську, так і міську (гезельшафт– суспільство) –негромадянину. Спираючись на теорію аномії (стан суспільства, в якому помітна частина його членів, знаючи про існування норм, що їх зобов'язують, ставиться до них негативно або байдуже) французького соціолога-позитивіста Е. Дюркгейма, Ф. Тьонніс доводив у своїх дослідженнях, що місто спочатку вороже людині.

На становлення чиказької школи вплинули ідеї німецького соціолога Г. Зіммеля. Він писав: «Найглибші проблеми сучасного життя випливають із прагнень індивіда захистити свою самостійність і самобутність від насильства з боку суспільства, історичної традиції, зовнішньої культури і техніки життя. Це – остання з форм боротьби з природою, що випали на нашу частку, боротьби, яку первісна людина веде за своє фізичне існування»[18, с. 23-34]. Під психологічною основою, на якій виступає індивідуальність великого містає людина, яка формує своє сприйняття міста, виходячи із власного відчуття, приналежності та індивідуальності.

Ключовою подією у становленні соціології міста стало формування в 1920–1930 роках чиказької соціологічної школи (Р. Парк, Е. Берджес, Л. Вірт та ін). Її лідером та ідейним натхненником вважається президент Американської соціологічної асоціації Р. Парк. Створена ним соціальнаекологія стала новим напрямом на стику природознавства та суспільствознавства, джерелом якого є ідея єдності природи та суспільства. Вона лягла в основу дослідницької програми з вивчення локальних спільнот у Чикаго, розробленої Е. Берджесом, що займався проблемами урбанізації, сім'ї, громади, соціалізації особистості, соціальних патологій у міському середовищі [19, с. 575-576]. Продовжуючи ідеї Р. Парка, Е. Берджесс в рамках теорії міста визначив так звану традиційну структуру міста, в яких городяни проживають відповідно до свого соціального статусу. Учень Р. Парка соціолог Л. Вірт в 1938 році опублікував статтю «урбанізм як спосіб життя». Головну увагу він приділив психологічним аспектам життя людей в містах: звичкам, природності або неприродності певним соціальним ролям.

Варто звернутися до теорії формування образів як міст загалом, і окремих просторів.

Як предмет дослідження феномен формування образів міст чи окремих місць був вперше розглянутий Кевіном Лінчем – основоположником теорії образу міського простору та методу ментального картографування – у його книзі «Образ міста» [20]. У цій роботі автор наполягає на тому, що для розуміння міського простору його необхідно розглядати не як «річ у собі», а крізь призму його сприйняття городянами.

У процесі орієнтування у місті кожного з його мешканців формується індивідуальне, ментальне переживання міського простору – у цьому полягає природна потреба людей у розпізнаванні довкілля.Образ міста забезпечує відчуття безпеки та емоційної захищеності, служить основою для комунікації всередині соціальної групи, фундаментом колективної пам'яті та глибини людського досвіду. У процесі розпізнавання образу міста беруть участь найрізноманітніші відчуття – які стосуються як простору – кольору, форми, рух, світло, і суто індивідуальні переживання – нюх, слух, дотик, кінестетика і почуття тяжкості. Крім того, крім докладного опису самого феномену формування міських образів, автор розповідає про методологію подібних досліджень на прикладі трьох американських міст – Бостон, Джерсі Сіті, Лос-Анджелес.

Насамперед, К. Лінч звертає увагу на таку важливу візуальну якість міського простору як «читаність» (legibility). У контексті роботи автор пов'язує це поняття з ясністю сприйняття середовища – «легкістю, з якої частини місто розпізнаються і складаються в упорядковану картину». А «читаємим» можна назвати той міський простір, в якому ключові елементи «легко визначаються і групуються в цілісну картину»[20, с. 16].Зупинимося докладніше на тому, що автор називає ключовими елементами, оскільки це безпосередньо пов’язано із методологією дослідження. Тут К. Лінч виділяє 5 основних позицій – шляхи, кордони, райони, вузли, орієнтири. Розглянемо, що саме автор вкладає у кожне значення.

Шляхи – «це комунікації, вздовж яких спостерігач може переміщатися постійно, періодично чи потенційно. Їх роль можуть грати вулиці, тротуари, автомагістралі, залізниці, канали»[20, с. 51]. Для більшості людей саме шляхи є найбільш пізнаваними, оскільки забезпечують ясні зв'язки між іншими елементами середовища. Кордони (або краї) також є лінійними елементами, проте їх не варто плутати з шляхами, тому що в даному випадку вони виконують роль розмежувачів. «Це межі між двома станами, лінійні розриви безперервності: береги, залізничні виїмки, краї житлових районів, стіни»[20, с. 51]. Райони також є важливою структурною одиницею сприйняття міського простору – опис Лінча подібно до опису вернакулярних районів А.А. Високовським: це частина території міста, що виділяється самим мешканцям як місце їхнього проживання.Спостерігач входить у них як би «зсередини» і ідентифікує їх і відрізняє один від одного за певним набором подібних якостей, ознак, особливостей. Вузли як стратегічні, опорні точки формування образу середовища являють собою або місця концентрації окремих функцій або візуальних особливостей, або є сполучними; роз'єднувальними; перехідними ланками різних структур, форм, станів.

Важливу особливість вузлів визначає їхня доступність, простота проникнення в подібні «серцевини» міського простору. Нарешті, завершальним компонентом образу міста Лінчу є орієнтири – точкові елементи, які передбачають вичленування одного елемента з безлічі. Орієнтири можуть змінюватись за типом сприйняття – дистанційні («сприймаються зазвичай під різними кутами і з різних відстаней, поверх елементів менших габаритів і служать для орієнтації щодо центру або центрів»). межах та з певних підходів» [20, с. 52]. Проте й ті, й інші об'єднує те, що завжди залишаються замкнутими у собі стосовно спостерігачеві – мають чіткі межі і форми.

Перераховані вище елементи є базисними для будь-якого образу, проте, необхідно розуміти, що між ними існує специфічна система взаємодії – деякі з них можуть виступати як сформовані пари, інші можуть сильно придушувати або виключати один одного. Так, наприклад, великі райони містять у собі менші одиниці – шляхи, вузли, орієнтири. І тут район займає чільну роль, яке складові компоненти лише посилюють цілісну картину. У той же час, широка, активна вулиця, може послужити і як шлях, і як кордон – таким чином, розділивши єдиний район на дві частини.

Виходячи з наведених вище класичних підходів і концепції розгляду міста, можна зробити висновок: «місто» пропонує собою складену за принципами соціального порядку систему, постійно функціонуючу і еволюціонуючу. Вона представлена відображенням у вигляді не малих масштабів поселення з розгорнутою соціально-просторовою структурою. Одна з важливих ролей належить до різнобічного життя (політичного, економічного, культурного і т.д.) представленого суспільства. Місто впливає на людину, створюючи його реальність, впливаючи на його уявлення.

У своїй книзі Урбанізоване суспільство як предмет соціологічного вивченняКривошеїн В.В. вважає що «на сучасному етапі в Україні почали розвиватися і дезурбанізаційні процеси, найпомітнішими з яких є: – зниження ролі міста як центру концентрації передових виробничих технологій, виробничих науково-дослідних установ, високопродуктивних підприємств; – декваліфікація кадрового потенціалу, втрата досвіду висококваліфікованої праці; – руйнування міських особливостей зайнятості населення, деформація міського способу життя; – скорочення кількості міського населення (депопуляційні процеси), зворотна міграція у сільську місцевість, скорочення міських територій за рахунок адміністративно-територіальних реорганізацій [21, с. 37].Отже, розвиток міста потребує вдосконалення, організації всіх сфер: транспортної, обслуговування, створити кращі умови для позаробочого часу населення. Висока територіальна, соціально-професійна мобільність людей, формування розвинутої здатності до сприйняття нової і різноманітної інформації, адаптивність людини дає змогу повніше розвивати й реалізовувати її здібності та інтереси [22, с. 87]. Однак потрібно не забувати, що така масовість буде створювати соціальні та екологічні проблеми.

На думку М.А. Лепського«місто виступає як аудиторія та тренувальний простір людини у різноманітних динаміках міста з фізичним, психологічним, соціальним, віртуальним, символічним та іншими часовими вимірами, суттєвих для соціальної взаємодії містян процесами, як з боку урбаністики, планувальників соціального простору та часу, так і містян [23, с. 58]. «Пріоритет віртуалізації має як переваги, наприклад віртуальне конструювання проекту забудови за допомогою думки мешканців громадянського простору у міських дворах, так і недоліки, оскільки віртуальний простір стає концентрованим простором психологічних та соціальних відхилень (хейтерство, зниження моральних цінностей, віртуальне безкультур’я, ілюзії анонімності, віртуального моббінгу та буллінгу, деструктивних соціальних об’єднань та таке інше)»[23, с. 58]. Підсумовуючи, можна сказати, що місто для людини це часові виміри, а саме простір людини задопомогою якого у городянвибудовуєтьсяпростір соціальної взаємодії.

На думку А.С. Лобанової«Брендінг міста – це складна маркетингова технологія, яка потребує копіткої професійної роботи, фінансового забезпечення таурахування історичних традицій. Однак ця робота повністю компенсується соціальними дивідендами та економічними інвестиціями, яке отримує місто, завдяки популяризації вдалого і привабливого його бренду в країні та світі» [24, с. 62]. У кожного міста є своя особливість. Кожним містянам важливе якісне життя у своєму місті. Щоб їх місто було відоме не тільки в межах своєї країни, а й у інших. Щоб органи місцевого самоврядування прагнули до створення більш привабливих місць історичних чи видатних пам’яток культури, парків, одним словом інфраструктури.

На думку Сорокіної Л.М. у її роботі Місто і людина в сучасному світі[25] вважає що «Провідні мегаполіси світу, «світові міста» вже за обсягом економіки і впливом часом перевершують держави, стають центрами активності людства і мери великих міст визначатимуть порядок розвитку людства, не питання війни і миру, альянсів і «великої політики» – а щоденного життя і нових глобальних викликів для мешканців і людства. Місто опікується різними аспектами життя громадян – від здоров’я і безпеки до перекваліфікації та самореалізації, від інновацій до змін клімату, від сміття до збереження власної ідентичності міської громади у глобалізованому світі» [25, с. 90].Місто, як великий організм, який зростає, має свою рушійну силу, є одним з центральних видів активності людей. Чим більше місто, тім більше розвинені умови для проживання людей. Економічна міць, політичний потенціал, розвинена інфраструктура все це відноситися до «світових міст».

«Людина хоче почуватись у публічному просторі немов удома, адже дім на несвідомому рівні асоціюється з безпекою й затишком. Невипадково сучасні урбаністичні проекти дедалі частіше звертаються до «м’якого дизайну», відірваного від холодних і сірих стін спальних кварталів чи офісів. Такі простори виривають містянина з повсякденності, створюють утопію свята, яке завжди з тобою. У сучасному глобалізованому світі місто не може залишатися сталим. Воно також постійно змінюється та трансформується , створює комфортні умови для Homo Urbanus» [25, с. 91].Місто постійно змінюється, люди які в ньому проживають теж змінюються. Саме завдяки сучасним містам, мешканці зростають, намагаються влаштувати своє життя, почуваються безпечно та затишно у просторі міста. Із розвитком міста, люди мешкаючи у місті, пристосовуються до кращих умов проживання.

Отже, представники Чиказької школи заклали початок у вивченні міста та почали проводити соціологічні дослідження. Р. Парк, Е. Берджес, Р. Маккензі, вперше розглянули міську спільноту як складову соціальних груп з певною територіальною зоною. Де кожна зона належана певній соціальній групі. Їх дослідження орієнтувалися на між етичних відносинах, міграційних процесах та явищах соціальної розладу міста. Однак, інший представник Чиказької школи Л. Віртзаклав основи урбаністичної концепції міста.Він вважає, що різні верстви населення мають власну культуру. Кожна людина знаходить у образі міста свою індивідуальність.

**1.3. Методологічні підходи та принципидослідження образу сучасного міста у молоді**

Виконання магістерської роботи передбачає обґрунтування методологічних підходів та принципів наукового дослідження образу сучасного міста у молоді м. Запоріжжя. Е.Г. Юдін та І.В. Блауберг розглядають методологічний підхід як «принципову методологічну орієнтацію дослідження, як думку, з якою розглядається об'єкт вивчення (спосіб визначення об'єкта), як поняття чи принцип, керуючий загальної стратегією дослідження» [26, с.74].Методологічний підхід – це система знань, методів, понятійно-методична база дослідження, що характеризується певним аспектом розгляду проблем. В рамках одного методологічного підходу можуть існувати ряд різних теорій, поглядів, положень, що мають одну й ту саму концептуальну основу дослідження[27]. Таким чином, за допомогою методологічного підходу можна вивчити об’єкт та віднести різноманітні теорії, погляди, які матимуть одну й теж основу дослідження.

Системний підхід − один із головних напрямків методології спеціального наукового пізнання та соціальної практики, мета і завдання якого полягають у дослідженнях певних об’єктів як складних систем [28, с. 5].Системний підхід дозволяє розкрити цілісність об'єкта та механізмів, що її забезпечують, виявити різноманіття типів зав’язків складного об'єкта і звести їх в єдину теоретичну картину.

Системний підхід немає у вигляді суворої методологічної концепції: він виконує свої евристичні функції, залишаючись деякою сукупністю пізнавальних принципів. Серед них: комплексний підхід до вивчення складних об'єктів, забезпечення наступності та взаємодії у розвитку знань про об'єкт, системний аналіз. Найважливіші завдання системного аналізу зводяться до наступного: виявити та чітко сформулювати кінцеві цілі конкретного дослідження, співвідносити їх із загальними цілями програми; розглядати об'єкт як ціле, як єдину систему та виявляти всі наслідки та взаємодії кожної його частини; провести аналіз можливих альтернатив розвитку об'єкту. Центральною процедурою в системному аналізі є побудова узагальненої моделі, що відбиває всі чинники та взаємозв'язки реального об'єкта дослідження.

Моделювання стратегічного прогнозування політичних процесів спрямоване на визначення тих суттєвих взаємозв’язків, суперечностей і закономірностей, які визначають моделювання у цілісності політичного процесу суспільства. Моделювання застосовується як загальнонауковий метод у різних галузях знань, теоріях, концепціях та емпіричних дослідженнях, тому має досить широке предметне поле в теорії наукового пізнання. У «Словнику іншомовних слів» подано таке визначення:«Моделювання – дослідження об’єктів пізнання на їхніх моделях; побудова моделей реально існуючих предметів і явищ (живих організмів, інженерних конструкцій, суспільних систем, різних процесів тощо)»[29].У цьому визначенні підкреслюється напрям дослідження об’єктів за допомогою моделей, основним процесом якого є побудова образу об’єкта пізнання. Як об’єктно - суб’єктне віддзеркалення, об’єкт перебуває у центрі пізнання. Суб’єкт відіграє роль дослідника, що будує образ об’єкта в уяві,знаках або матеріальному носії – формує модель [30, с. 19]. Підсумовуючи можна сказати, що з допомогою моделювання стратегічного прогнозування відбувається з допомогою моделей, де об'єкт – центр пізнання, а суб'єкт це дослідник. У системному аналізі об'єктом моделювання можуть виступати як досліджувана активна система, що взаємодіє із зовнішнім середовищем, так і певна її частина.

Доцільним є визначення функцій соціально - технологічної діяльності у впровадженні моделі:

– діагностична, спрямована на відображення об’єкта-оригінала у визначенні та розв’язанні проблеми, зокрема у процедурі вдосконалення вимірювання;

– прогностична як дослідження тенденцій, напрямів та альтернатив розвитку об’єкта - оригінала в конкретних суспільних відносинах; відносно політичного процесу соціальні, духовні, технологічні, економічні та інші виступають у фоновому значенні;

– проективна – в моделюванні потрібного та бажаного стану об’єкта - аналога, як конструювання об’єкта управління в майбутньому;

– планування – в певній часо-просторовій послідовності й етапності досягнення моделі - проекту, як зразка майбутнього стану;

– програмування як визначення потрібних ресурсів і погодження дій суб’єктів у реалізаціїпроекту та плану майбутнього стану об’єкта управління;

– контрольно-моніторингова як відображення змін і відхилень від визначених проектів, планів, програм з метою корекції та контролю соціально - технологічних дій [30, с. 36-37]. За допомогою функцій, яких пропонує Лепський М.А. можна структуровано узагальнити побудову моделі.

Новизна системного підходу по відношенню до традиційних методів пізнання полягає в наступному: 1) поняття та принципи системного підходу виявляють ширшу пізнавальну реальність порівняно з тією, що фіксувалася у колишньому знанні; 2) системний підхід містить нову схему пояснення реальності, в основі якої лежить пошук конкретних механізмів, що забезпечують цілісність соціального об'єкта та виявлення типології його зв’язків; 3) вивчення різноманіття типів соціальних зв'язків дозволяє виділити «одиницю» системного аналізу, що фіксує цілісні властивості об'єкта, його структуру та динаміку.Виходячи з цього, принципи новизни системного підходу містять у собі нові системи пояснення та соціальної взаємодії, визначають їхнє місце та ролі в пізнавальній реальності.

Кількісні методи дослідження (іноді ці методи називають «жорсткими» або «об'єктивними») спираються на теорію ймовірності та статистичні процедури. Кількісні методи допомагають бачити світ як єдине ціле, що підпорядковується соціальним закономірностям. Життя індивідів є надіндивідуальним проявом, а соціальні закони не залежать від свідомості конкретних людей. Тому з використанням кількісних методів дослідження конкретні індивіди розчиняються і натомість масових опитувань, а з допомогою таблиць, графіків і коефіцієнтів зв'язку будуються абстрактні каузальні моделі. Кількісні методи використовують для опису соціальної поведінки великих мас людей, вивчення суспільної думки, традицій, соціальних спільностей і груп і т.д. Таким чином, використовуючи кількісні методи, дослідник отримує первинні дані у зручній для підрахунку формі, які, як правило, фіксуються в вигляді шкал [31, с. 199]. Такі дані спеціально проектуються шляхом операціоналізації ще на стадії розробки інструментарію (опитувальних анкет, топік-гадів формалізованого інтерв'ю).

Основні кількісні методи соціологічного дослідження

Опитування бувають суцільними та вибірковими. Якщо опитування проводиться з охопленням усієї сукупності респондентів (всіх членів соціальної організації, наприклад), воно називається суцільним. Основою опитування є вибіркова сукупність як зменшена копія генеральної. Генеральною сукупністю вважають все населення чи його частину, яку соціолог має намір вивчити. Вибірковою – безліч людей, яких соціолог опитує [32, с. 22-28]. Опитування можна проводити з допомогою анкетування чи інтерв'ювання.

Анкетування – письмовий вид опитування. Подібно до інтерв'ю, анкетування передбачає набір чітко сформульованих питань, які пропонуються респондентові письмово. Запитання можуть передбачати відповіді у вільній формі («відкрита анкета») або у заданій формі («закрита анкета»), коли респондент обирає один із запропонованих варіантів відповіді [33, с. 19.]. Анкетування в силу своїх особливостей має низку переваг перед іншими методами опитування: скорочується час на реєстрацію відповідей респондентів за рахунок самого підрахунку; формалізація відповідей створює можливість використання механізованої та автоматизованої обробки анкет; завдяки анонімності вдається досягти щирості у відповідях.

Таким чином, системний підхід у межах даного дослідження був обраний нами як ключовий. Системний підхід поєднує в собі єдине ціле, комплекс дій для досягнення кінцевого результату з найменшими витратами часу. За допомогою кількісного методу - анкетування можна за мінімальний термін охопити велику кількість респондентів, виявити об'єктивні, надійні результати різних сфер життя суспільства.

Отже, поняття «місто» є міждисциплінарним, воно постає предметом дослідження багатьох наук. Цілий ряд соціологів і наукових шкіл займалися позначенням соціологічного контекстного розуміння «місто»: німецькі соціологи М. Вебер, В. Зомбарт, Ф. Тьонніс,представники Чиказької школи соціологіїР. Парк, Е. Берджесс, Р. Моньє, Л. Вірт , сучасні представники соціології постмодерну З.Бауман, Е. Сойя. У XX столітті поширилися різні концепції міського простору. Думки по вплив міста різноманітні. Місто є джерелом розвитку: культурного, політичного. Відкриваються найширші можливості для економічного розвитку. Місто впливає на людину, створюючи його реальність, впливаючи на його уявлення. Розвиток міста завжди потребує вдосконалення, усіх сфер. За допомогою формування різноманітних засобів, задля сприйняття інформації, дає змогу людині розвивати й реалізовувати свої бажання, здібності та інтереси.

Вважаєм поняття «Місто – історично склалася, територіально локалізована форма організації життєдіяльності суспільства, в основі функціонування якої лежить механізм міського устрою, що виражає спосіб взаємозв'язку підсистем, що становлять соціально-просторову структуру міста: місто соціальної інфраструктури, місто соціальної морфології, міського населення соціальної стратифікації, міської культури, міського способу життя та ін.» більш доцільним для використання у роботі. Образ міста можна визначити як сукупність характеристик міста, які відображені у свідомості людей.

За допомогою методологічного підходу можна вивчити об’єкт та віднести різноманітні теорії, погляди, які матимуть одну й теж основу дослідження. За допомогою системного підходузможемо розкрити цілісність об'єкта та механізмів, що її забезпечують, виявити різноманіття типів зав’язків складного об'єкта і звести їх в єдину теоретичну картину. За допомогою комплексного підходу зможемо вивчити складні об'єкти, забезпечити наступність та взаємодію у розвитку знань про об'єкт та системний аналіз. Завдяки якому зможемо виявити та чітко сформулювати кінцеві цілі дослідження, співвідносити їх із загальними цілями програми; розглянути об'єкт як ціле, як єдину систему та виявити всі наслідки та взаємодії кожної його частини; провести аналіз можливих альтернатив розвитку об'єкту.

За допомогою кількісного метода зможемо вивчити суспільну думку, отримати первинні дані у зручній для підрахунку формі, як правило, фіксуються в вигляді шкал. За допомогою кількісного методу – анкетуванняза мінімальний термін охопимо велику кількість респондентів, виявимо об'єктивні, надійні результати різних сфер життя суспільства.

**РОЗДІЛ 2**

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО МІСТА У МОЛОДІ М.ЗАПОРІЖЖЯ**

**2.1. Структура соціального простору міста**

Сучасне місто є найпривабливішим місцем проживання, що надає широкі можливості для розкриття особистості. Простір міста стає втіленням та уособленням сучасного способу життя, світогляду, одночасно будучи осередком різноманітних можливостей діяльності, насиченості соціальної інформації, культурної інтеграції.

Найбільші міста мають деякий магнетизм простору, що надає безліч безпрецедентних можливостей, динамічний високотехнологічний світ, моментальні комунікації через межі часових поясів, функціонування цілодобових виробничих процесів, і обіцяють практично безмежні перспективи реалізації людини. Глобальні міста та найбільші мегаполіси ніколи не входили в «топ» за якістю життя, а причини їхнього магнетизму завжди базувалися на інших факторах, зокрема таких як фінансово-економічна та політична могутність.

Будучи ключовими ринками зайнятості, такі міста абсорбують наростаючі міграційні потоки. Наділені колосальними фінансовими, управлінськими, інформаційними та політичними функціями, мегаполіси розвинених країн функціонують вже у постіндустріальній реальності. Присутність головних офісів більшості транснаціональних корпорацій, провідних медіа концернів, компаній – провайдерів телекомунікаційних послуг, наявність інформаційних систем та технологій, перетворює міста на великі інформаційні центри та логістичні мегахаби.

Для багатьох сучасних міст характерні одні й самі проблеми: перенаселеність, техногенний шум, забруднене повітря, перевантаження транспорту, техногенні аварії та інших. Наприклад, техногенні аварії у системі комунального забезпечення миттєво паралізують окремі райони, котрий іноді все місто. Так, при аварії в електричній мережі відразу виникає безліч проблем: відключаються не тільки побутові прилади та електронна техніка, а й електронасоси, що подають воду в будинки, та освітлювальні прилади, зупиняються поїзди в метро, трамваї та тролейбуси, переривається робота промислових підприємств. Імовірність подібних проблем тим менша, чим краще організоване міське господарство, розраховане на надійну роботу всіх систем життєзабезпечення міста.

У своїй роботі Гудзенко О.З. Міські суспільні рухи: низова мобілізація та ефекти впливу на простір міста [34] вважає що «Міський активізм, пов’язаний переважно з вирішенням повсякденних проблем жителів міста. Низова мобілізація – це постійний контекст міського життя. Містяни систематично реагують на певні виклики – загрози комфортності проживання, їх «права на місто», реалізації можливостей участі в міській політиці тощо. Найбільш розповсюдженими є протести проти забудови міського простору, знищення рекреаційних місць, забруднення довкілля відходами виробництва, неякісного надання муніципальних послуг, міської мобільності, благоустрою «зверху». Так, процес реновації міського простору, який є актуальним для багатьох міст України, спровокував посилення громадянської активності та участі містян в протестних акціях» [34, с. 19]. Міську активність варто розглядати не лише як політичну активність, а й як соціальні дії людей у повсякденному житті. Наприклад: волонтерська діяльність, участь у мітингах, акціях протесту та демонстраціях. За допомогою такої активності залучаються більша кількість громади, засоби масової інформації та різні структури влади.

Формування спільності, спільної довіри, співпраці сприяє локальний міський активізм. На думку Гудзенко О.З. «збільшення рівня низових ініциатив населення та формування різного роду суспільних рухів»[34, с. 18],належить до критеріїв трансформаційних змін у суспільстві.

У роботі Серьогіної Т.Н. Комунікації у місті [35],характеризує місто як «єдиний комунікативний простір», який «формує умови виникнення і підтримки міської громади як територіальної спільності, що надає їй великого значення з точки зору самоідентифікації городян. У міському просторі спілкування стає і процесом соціалізації, і процесами адаптації, інкультурації, обміну досвідом, і знаннями, і почуттями, і емоціями». [35, с. 76]. «Місто – це одночасно міжкультурна, крос-культурна ісоціокультурна комунікації, де відбувається обмін цінніснимиустановками, культурними знаннями і поява нових цінностей, формуваннянового культурного простору міста для подальшої комунікації» [35, с. 76].Отже, можна зрозуміти, що місто – частина цивілізаційного, глобального процесу, яке має варіативний розвиток та дещо управляє процесом формування міського простору,формує основи міжкультурних відносин, та відносяться до основних комунікацій у середині міського простору.

У роботі Камалової В.В. та Демичової А.В. Місто як простір комунікації [36]«виділяють два рівня текстів, коли кажуть про місто як комунікативний простір: текст міського середовища як синтезу територіального і просторового аспектів; тексти міських спільнот, які використовують різні засоби комунікації, мови» [36, с. 33]. Таким чином можливо вважати, що спілкування у місті грає важливу роль у просторі міста. Рівень творчості, свободи, креативності все це запорука комунікації у місті.

Сучасний мегаполіс багато в чому схожий на організм людини, а тому важливий фактор забезпечення його здоров'я – це гігієна. Чистота на вулицях і своєчасне генеральне прибирання міста позитивно впливають не тільки на його вигляд, а й на самосвідомість людей, що проживають у ньому.

У містах з високою щільністю населення по всьому світу стабільно зростають обсяги сміття, що виробляється, забудовуються нові території, збільшується активність транспортних потоків, а жителі щодня "мігрують" з одного району в інший. Щоб ця масштабна, але водночас і тендітна система працювала без збоїв, у мегаполісах необхідно створювати та ефективно підтримувати комфортні умови для проживання, роботи та дозвілля. Важливою складовою цього процесу стає чистота, яку нерідко називають одним із ключових факторів успішного та розвиненого міського середовища.

Міське середовище – це складна функціонально–просторова система нерозривно пов'язаних частин міста. У цій системі рівноправно взаємодіють як будівлі та споруди, так і простори вулиць, перехресть та площ. Крім того, до цієї системи входить безліч інших складових: від унікальних творів монументально-декоративного мистецтва до стандартних елементів міського обладнання та благоустрою.

Простір міста – це суворі лінії проспектів та затишні провулки, гігантські підприємства та тінисті парки, одягнені гранітом набережні та старі затишні двори. Усе це представляє сьогоднішній образ міста, якого людство йшло тисячоліття.

Найдавніші поселення міського типу, що виникли в VII–VI тис. е., містами у сьогоднішньому розумінні ще були. Селище Чатал-Хюйюк, розташоване в горах на території нинішньої Туреччини, складалося з сотень товстостінних кам'яниць, що притиснулися один до одного. У селищі не було ні вулиць, ні навіть крихітної площі. Все селище було спресоване в єдине ціле житло. Вулиці та площі у поселеннях з'явилися набагато пізніше. Найбільші та компактні з них стали називати містами. Просторову організацію міст формували взаємо розташування та зв'язку вулиць і площ, Тобто, система, що утворює планувальну структуру міста.

Багатовіковий досвід містобудування свідчить, що за найрізноманітніших умов формування міст просторова структура їхнього планування має досить обмежену кількість типів [37]. Міські структури можна звести до трьох основних типів. Відповідно, виділяють 3 історичні типи міст:

1.Стародавнє місто. До нього відносять всі міста, що виникли до 4 ст. н.е. Соціально–економічною основою цих міст був рабовласницький устрій. Усередині виділяється 2 підтипи: давньо-східний (гір Єгипту, Месопотамії, Індії та Китаю); античний (ін. Греція, ін. Рим)

У цей час відбувалося часткове відділення ремесла від землеробства тому часто засновниками міст були земельні власники які ріллі були територією міста. Тільки окремі міста, які мають важливе стратегічне становище, крім економічної, виконували ще й адміністративну функцію і розвивали ремесло і торгівлю. Населення світу межі н.е. становило близько 230 млн осіб при цьому частка міського населення була дуже низькою, лише деякі міста (Вавилон) близько 1 млн, Олександрія – 500т.чол, Рим – 1млн, Афіни – 150-200т.чол.

2. Середньовічні міста. Виникли 5 – сер.17ст. Ці міста розвивалися в умовах феодального суспільства, через часті епідемії, війни і низький рівень розвитку продуктивних сил населення світу зростало повільно, так в 1500 р.– 440млн чол., в 1650 р. – 550млн чол., при цьому в містах проживало 3-5% населення і великі міста мали населення 5-20т.чол. Найбільшими містами були Париж, Москва, Венеція, Лондон і Мадрид.

3. Міста нового часу. Виникли із сірий. 17ст . Базою у розвиток міст став розвиток промисловості. Посилилися темпи зростання чисельності населення. У 1800р. – 952млн.чол. в 1900г – 1млрд656млн.чол. Частка міського населення стала зростати на початку 20ст. в середньому становила 10-20% хоча в деяких країнах рівень урбанізації дуже зріс, так на початку 20 ст. в Англії частка городян становила 70%, у США, Франції та Німеччині – 40%. Стали бурхливо з'являтися міста мільйонери – Лондон, Париж, Нью–Йорк, Петербург, Москва, Відень, Чикаго»[38]. Структура сучасних міст складна і різноманітна, оскільки складна організація основних функціональних зон.

Відповідно до функціональному навантаженню, зонування міста може відбуватися за функціональними зони зонами. Серед них науковці вирізняють такі:

Селітебна територія – територія, призначена для житла. На селітебній території можуть розміщуватись мікрорайони та житлові квартали, підприємства культурно-побутового обслуговування, окремі нешкідливі підприємства, вулиці, площі, озеленення, склади, транспорт, резервні території.

Промислова зона включає промислові підприємства, які обслуговують їх культурно-побутові установи, вулиці, площі, зелені насадження. Вона є базисною у забезпеченні робочих місць поселення.

Зона відпочинку набір рекреаційних зон – парки, лісопарки, спортивні споруди виконують функції економічну: збільшенні робочої сили, підвищення продуктивності праці, методико-біологічну: збільшення тривалості життя та зниження захворюваності та соціально-культурну: розширює кругозір, покращує психологічний клімат.

Санітарно-захисна зона – захищає селітебні території від шкідливого впливу промисловості та транспорту. Територіально розташована між селітебною та промисловою територією дозволяє відокремити об’єкти, які є джерелами виділення шкідливих речовин, щоб запобігти виникненню потенційно небезпечних виробничих чинників.

Транспортна зона – включає водний, повітряний та залізничний транспорт. Передбачає наявність шляхів міського, міжміського та державного сполучення. Формування та розбудова транспортних шляхів є «артеріями» міста та дозволяє місту бути пов’язаним із іншими територіальними локаціями аби уможливити забезпечення міста ресурсами. Транспортна мережа великих міст – це система наземних, надземних та підземних магістралей, що перетинаються на кількох рівнях (вже створені транспортні розв'язки на трьох рівнях). Зі збільшенням кількості та різноманітності транспортних засобів зростає ступінь складності транспортної мережі міста та покращується система зав’язків між функціональними зонами.

Складська зона – територія різного роду складів.

Місто – місце проживання великої кількості людей, зосередження житлових районів, промислових підприємств та установ. У великих містах світу дуже високий рівень автоматизації. Тому для таких міст важливою проблемою є транспортне розвантаження центрів. У деяких містах знижується чи зовсім забороняється автомобільний рух, транспортні потоки перетинаються поза центру міста.

Проблема охорони довкілля по-різному вирішується за умов найбільших, великих, середніх і малих міст, оскільки різні масштаби довкілля. Крім того, характер та ступінь зміни навколишнього середовища міст визначаються особливостями природно–кліматичних умов та народногосподарським профілем міста.

Нині відзначають такі особливості міського середовища.До позитивних тенденцій функціонування міського середовища відносимо комунальний благоустрій – як правило, комфортне житло з комплексом санітарно–гігієнічних послуг. Культурний розвиток населення. Міста є центрами духовного життя, в них зосереджені новітні досягнення науки та техніки, пам'ятки культури. Широкі можливості освіти, здобуття спеціальності та вибору роботи. Розвинені мережі охорони здоров'я. Велика доступність медичної допомоги – від першої лікарської до спеціалізованої.

До негативних сторін можна віднести те, що люди піддаються численним несприятливим впливам. Міське середовище відчужує людину від природи. Штучне середовище у надмірній кількості – фактор постійного стресу. Сучасне місто – середовище, до якого людина як вид еволюційно не адаптована. Міське середовище відокремлює людину від людини. У великому місті формуються відчуження та роз'єднання людей за кордоном робочого дня та за рамками трудового колективу. Міське середовище формує анонімний спосіб життя, оскільки в місті є просторовий розрив місця застосування праці та місця проживання на відміну від сільського середовища. Насамперед, саме в великому місті людина ховається від себе та оточуючих, сприяє більш розслабленому життю та відкритому, тим самим не чекаючи засудження. Оскільки, в маленьких містах(більше в селах), люди чекають певної поведінки від оточуючих.

За думкою Ю.М. Бокоч, «бренд міста допомагає ідентифікувати конкурентні переваги, ілюструє та презентує комплекс унікальних споживчих особливостей території і соціуму» і створюється «на базі привабливого іміджу міста, в основі якого – сформовані позитивні асоціації та відчуття»[39]. А ось на думку А.С. Лобанової «брендінг – процес створення бренду є управлінською і маркетинговою технологію, яка засновується на науково обґрунтованому підході до дослідження історії міста, його сучасності, особливостей усіх сфер діяльності (економічної, соціальної, культурної, наукової, освітньої), з’ясуванні громадської думки стосовно позитивних і привабливих рис міста. Успішний брендінг можливий за умов врахування не тільки об’єктивних чинників (промислові чи сировинні потужності міста, історичні пам’ятки-символи) але й суб’єктивних (ставлення мешканців міста до нього)» [25, с. 60].Отже, якщо розробити дієвий брендінг міста, то рівень міста зросте, з’являться нові спонсори, для створення нових кращих умов проживання, і тим самим роблячи місто приваблюючим до туристів та нових мешканців.

Однією з найгостріших проблем сучасних міст є брак площ для будівництва будинків. Її намагаються вирішити шляхом зведення висотних будівель. З'явилися хмарочоси спочатку в США, а потім і в інших країнах. У 1996 р. у столиці Малайзії

Куала-Лумпура були побудовані дві офісні будівлі. а в 2004 р. – з'явився хмарочос «Тайбей-101»[40].Найвища у світі будівля зведена в 2010 р. в Об'єднаних Арабських Еміратівтаким чином, попереду всієї планети. При зведенні цього унікального хмарочоса втілені найпередовіші технології будівництва та енергозбереження. За допомогою вбудованих сонячних батарей цей будинок може сам забезпечувати себе енергією.

Побудувати найвищий будинок і наблизитися до неба – дуже приваблива ідея. Згідно з Біблією, спроба піднестися таким шляхом на небо закінчилася невдачею при будівництві Вавилонської вежі. Побудовані сучасні вежі-хмарочоси – це, безперечно, яскраве свідчення найвищого рівня будівельних технологій та архітектурного мистецтва. Однак виникає далеко не пусте питання: навіщо вони потрібні, якщо умови роботи та проживання на порівняно великій висоті зовсім не комфортні? На такій висоті при поривчастому вітрі виникають вібрації та звукові коливання, що викликають неприємні відчуття. Тому оренда офісів на великій висоті не має великого попиту. Крім того, технічне забезпечення хмарочосів обходиться дуже дорого – швидкісні ліфти та всі технологічні системи обслуговування споживають порівняно багато енергії. Не відрізняються подібні вежі надійною безпекою у разі техногенних аварій та терористичних актів. Хмарочоси – зручні мішені для терористів, про що свідчить руйнація 2001 р. двох хмарочосів у США, внаслідок якого загинуло понад 2800 людей[41].Поза сумнівом, жителі майбутніх міст віддадуть перевагу не хмарочосам, не багатоповерховим величезним будинкам, а невеликим красивим будинкам, побудованим на основі енергозберігаючих технологій.

Із застосуванням сучасних матеріалів та оптимального планування вже будуються затишні будинки, в яких ефективно використовується сонячна енергія, автоматично регулюється тепловий режим та очищується повітря. Такі будинки можуть обходитися майже без зовнішнього джерела енергії, і в них забезпечуються сприятливі, комфортні умови для праці та відпочинку.

Таким чином, кожен елемент фізичного наповнення міста виконує певну функцію та є контекстом повсякденного життя людей. За допомогою правильного формування організованого розташування територіальних зон людям значно краще буде орієнтуватися в місті і пристосовуватися приїжджим. Покращиться якість життя, настрій мешканців, і це значною мірою вплине на світосприйняття та самовизначення людини в цьому світі. Тому діалог між людиною та предметно–просторовою сферою міста є невід'ємною частиною його життя.

**2.2. Характеристики та критерії визначення образу сучасного міста**

Аналізуючи візуальний образ міста, для початку варто розділити поняття зовнішність та образ. Зовнішність є фізичною стороною міста і включає будівлі, пам'ятники, і вулиці, які є архітектурним полем міста. Зовнішність характеризується активним розвитком, мінливістю і мінливістю. Образ міста – це осмислення образу мешканцем або гостем міста. При цьому вигляд проходить через процес сприйняття та усвідомлення, піддаючись особистим стереотипам та уявленням. Образ, незважаючи на відносно самостійний характер, перебуватиме у взаємозв'язку з виглядом як об'єктом відображення [42]. Важливо також відзначити, що ці два поняття перебувають у різних сферах існування: образ існує в реальній дійсності, образ – у свідомості суб'єкта [43]. Існують різні дослідницькіпідходи щодо того, чим є візуальний образ міста. С.В. Пирогов виділяє чотири парадигми, у межах яких слід розглядати візуальний образ міста: натуралістська, структуралістська, конструктивістська та феноменологічна [44]. У межах кожної парадигми формується своя модель образу. Це може бути відображення (ілюстрація), репрезентація, презентація, яка може бути реалізована як ідеалізований об'єкт, або як соціокультурний проект.

Сучасний світ, що змінюється, поступово перетворюється на світ міст. З кожним днем зростають мегаполіси, поглинаючи дедалі більше малих і великих міст. У країнах, що розвиваються, багато сільських жителів переїжджають у міста, де легше знайти роботу і прогодуватися, і лише порівняно невелика частина найбільш забезпечених городян у розвинених країнах переїжджає в сільську місцевість.

Спосіб життя більшості столичних жителів відрізняється високим рівнем напруженості, динамізму, складності, різноманітності. У найбільших містах зосереджені найскладніші види художнього, наукового, філософського осмислення зв'язків людини з оточенням, що дозволяють людям відстежувати та контролювати їхню динаміку.

Рівень соціокультурного розвитку у містах визначається щодо високим розвитком їх сфери дозвілля, що представлено як в інституційному, так і в ціннісному аспектах. В інституційному аспекті, культура дозвілля в культурному просторі мегаполісу виявляється, представлена розгалуженою мережею спеціалізованих закладів дозвілля (клубів, місць відпочинку, кафе, тощо). Спеціалізованість цих місць визначається чіткою визначеністю категорій та верств населення, які віддають перевагу даному виду дозвільної поведінки.

Дедалі більше людей обирають життя у містах. Плюси очевидні: робота, змогу розвитку, різноманітні варіанти дозвілля. Вибираючи стратегію міського розвитку, урбаністи ставлять собі за мету зробити його комфортним для життя. Така функція очевидна, але раніше була другорядною: забудова велася за принципом промислової, а потім ділової централізації. Більшість жителів мегаполісів працює в центрі, а проживає на периферії.

Сучасне, комфортне для проживання місто, має відповідати цілій низці вимог. Найголовніше – це пам'ятати, що місто призначене насамперед для людей. Для їх зручного та безпечного життя. Все сталеве – вдруге. Ось низка ознак, яким має відповідати сучасне місто.

1.Місто має бути зеленим. Зелені вулиці, парки, двори, сквери – що більше, то краще. Пріоритетом має бути велика кількість парків, причому, у звичному значенні слова, тобто, зелених масивів, а не скупчення атракціонів, торгових площ та асфальтових доріжок.

2.Місто має бути компактним. Населений пункт, якщо він дуже великий– це незручно, і невигідно. Коли робота дуже віддалена від житла, а всі значні об'єкти розосереджені на великій території, доводиться багато часу витрачати на дорогу, не беручи до уваги ще пробки. Крім того, маршрути громадського транспорту невиправдано подовжуються, а разом з ними – всі життєво-важливі міські комунікації. Що економічно невигідно, ускладнює експлуатацію, ремонт та обслуговування.

3.Місто повинно мати зручне і виразне планування.Велика кількість заплутаних вулиць, провулків, і глухих кутів - це минуле століття. У такому павутинні нормальна життєдіяльність неможлива. Крім того, це ускладнює орієнтування для приїжджих.

4.У місті не повинно бути велика кількість висоток. Оптимальна висота житлових будинків у місті – від трьох до семи поверхів. При такій поверховості легко зберегти комфорт довкілля, а ось ліс багатоповерхових веж, перетворює мікрорайони на гетто, зовсім не пристосовані для життя.

5.Промзони мають бути перенесені з центру на околиці. При розростанні міста, заводи, що колись димають на околицях, опиняються близько до центра. Це спотворює міське середовище, і порушує і так непросту екологічну ситуацію. Сьогодні світова практика сходиться на тому, що підприємства мають виноситися на околиці, а на їхньому місці мають виникати потрібні місту об'єкти. Те саме стосується і гаражних кооперативів.

6. У місті має бути добре налагоджений громадський транспорт. Без налагодженої схеми руху громадського транспорту сучасне місто функціонувати не може. Чим краще працює громадський транспорт – тим менша потреба в особистих автомобілях.

7. У місті має бути налагоджено соціальну та побутову інфраструктуру. Розміщення життєво-важливих об'єктів має відбуватися з урахуванням густини та розташування житлових районів.

8.У місті мають бути доступні спортивні та дитячі майданчики. Під словом «доступні» мається на увазі не тільки кількість, а й функціональність, а також можливість займатися безкоштовно. Наявність дорогих та елітних фітнес-центрів не є показником доступності об'єктів спорту. Зайнята спортом молодь – це не лише внесок у здоров'я майбутніх поколінь, а й відчутне зменшення криміналу на вулицях.

9. У місті має бути збережено історичне обличчя. Так, у минулому застрягти не можна. Але й перетворювати міста на безликі бетонні клони – теж неправильно. Місто має зберігати свою індивідуальність, той образ, до якого звикли його мешканці. Принаймні окремі райони, історичні вулиці, та площі.

10. Городяни повинні мати право керувати містом. Можливість городян впливати на життя та розвиток свого міста – це найголовніше. Якщо цього правила не дотримується, то й усе інше не працюватиме. Питання вибору способу участі громадян під управлінням містом вирішується по-різному. Іноді це відбувається за допомогою налагодженого зворотного зв'язку із владою, іноді – за допомогою спеціально створених колегіальних громадських органів[45]. Сучасне місто повинне бути насамперед для людей. Якщо місцевому мешканцю буде комфортнопроживати у своєму місті, то він буде кликати друзів, знайомів, тим самим покращуючи економічну ситуацію в місті, за допомогою приїжджих.

Одним з основних завдань в управлінні розвитком міської території є прагнення постійного вдосконалення якості навколишнього середовища, має бути відчуття гармонійного комфортного середовища, що на сьогоднішній день зустрічається нечасто. Структура ж самої міської тканини з різних причин має умовний структурний поділ на частини. Ступінь привабливості окремих частин міста в умовах ринкових відносин та певної споживчої орієнтованості залежить від кількох показників. Це може бути організація та активність ділового, культурного та історичного центру, як головного ядра міста; Для житлових районів це визначається рівнем комфорту проживання, що складається з віддаленості від ділового центру міста, задоволення основних потреб у житлі, безпеці. А це, у свою чергу, стимулює розвиток інфраструктури районів – транспорту, обслуговуючих установ тощо.

Кевін Лінч припускав, що візуальний образ міста – це загальний ментальний рисунок фізичного світу міста [46]. Візуальний образ міста включає як об'єктивні, і суб'єктивні характеристики. При цьому у різних людей образ суттєво відрізняється. На образ впливають такі показники як вік, соціальне становище, рівень освіти. К. Лінч говорить про те, що людина сама «будує» місто в уяві, спираючись при цьому на різні деталі міського ландшафту. Такі образи міста є максимально індивідуалізованими.

Можна виділити такі типи візуального образу міста як внутрішній та зовнішній. Внутрішнім чином міста вважатиметься образ, створений жителями міста, який відображає особисте ототожнення городянина з елементами міста. Такий образ може відображати існуючі у місті соціальні та економічні проблеми. Зовнішній образ – образ, що складається у гостей міста. В основному він є масовим образом міста, що тиражується за його межами, і є сукупністю емоційних і раціональних уявлень про місто, що складається на основі всієї інформації, отриманої з різних джерел, а також власного досвіду та вражень [47]. У зарубіжній літературі зовнішній образ міста, якщо йдеться про туристів, називається «образом місця призначення»[48]. За кількістю носіїв візуального образу міста можна виділити індивідуальний та груповий образ. Груповий (суспільний) образ міста створюється накладенням однієї на іншу безлічі індивідуальних. Групові образи необхідні успішного функціонування індивіда межах свого оточення. Індивідуальний образ є унікальним. Він охоплює зміст, який передається іншим, але все одно перебуває у межах суспільного образу [49]. За способом сприйняття можна виділити відчутний і невловимий образ міста. Відчутний образ створюється за допомогою 5 почуттів: враження про місто складається з того, що можна побачити, почути, відчути, вдихнути, доторкнутися. Невідчутний образ міста є емоційними зв'язками із певним містом [49]. Також існує близьке до образу міста поняття іміджу міста. В даний час імідж міста, впливаючи на добробут як самого міста, так і його жителів, набуває певної матеріальної вартості, тобто стає поняттям не абстрактним, а конкретним, маючи економічний зміст.

Сьогодні, в сучасних умовах ринкових відносин, громадськість здебільшого перебудувала свій світогляд під існуючу ситуацію соціально-економічних відносин. Перехід від планової економіки до ринкової поставив низку питань у багатьох сферах людської діяльності, у тому числі й розвитку міського середовища, що потребує якісно нових підходів до питань управління та розвитку міста. Одним із найсучасніших напрямів став «маркетинг міста». Одним з важливих об'єктів та інструментів маркетингу та управління розвитком міста є імідж міста. Від цього залежить інвестиційна привабливість міста, його конкурентоспроможність серед інших подібних міст.

Поняття іміджу застосовується як до окремих осіб, організаціям, до містам. Імідж міста формується на базі інформації, що розповсюджується про нього, відповідних індексів і рейтингів, реально існуючих аргументів функціонування та розвитку міст.Імідж міста – це серйозне ставлення до нього бюджетів усіх рівнів, туристів та гостей, організаторів великих та малих заходів, який не потрібно створювати штучно.

Різні об'єкти, у тому числі складається простір міста, повинні працювати на виразність образу людей - їх емоції, усміхненість, впевненість, спокій, інтелігентність. Дизайнерам і архітекторам під силу створювати таке предметне середовище, в якому людина придбає або відкриє у собі шукані якості. Важливими є послідовність та комплексність рішень, професійний підхід, який не вичерпувався б разовими акціями чи міркуваннями економії. У той самий час треба чітко розуміти, що це середовище та її окремі компоненти - засоби створення іміджу, а чи не він сам.

З усього вищевикладеного, назвати слід зазначити таким чином, що формування позитивного іміджу міста визначається безліччю різних чинників. Відповідно, для забезпечення конкурентоспроможності міста не слід прагнути до забезпечення перших позицій міста серед конкурентів по всіх факторах. Пріоритетною є посилена концентрація на виділеній категорії, яка б відрізняла місто серед інших мсті-конкурентів. Відмінна риса міста повинна ґрунтуватися на досягненнях міста, які він має і, тим самим, здійснить продуманий вибір виду діяльності, що дозволяє надавати споживачам унікальну сукупність вироблених благ [50, с. 169-173]. Імідж є цілісним, якісно певним чином об'єкта, що стійко живе і відтворюється в масовій та/або індивідуальній свідомості. Головна відмінність, на думку вчених та дослідників, полягає в тому, що імідж – це цілеспрямовано формований образ (часто туристичного) міста з метою просування його чи його складових. Тоді як образ індивідуальний, імідж зазвичай зорієнтований певну соціальну групу.

Імідж міста не існує сам по собі, він ґрунтується на образі. Також як і образ міста, імідж може бути зовнішнім і внутрішнім, а точніше поданим та прийнятим. Поданий імідж складається з думки мешканців про те, як має сприйматися їхнє місто приїжджими. Імідж, що приймається, заснований на думці гостей міста.

Однак не виключена можливість виникнення низки суспільних образів, кожен із яких виробляється значною групою городян. Такі групові образи необхідні для того, щоб індивід міг успішно функціонувати в межах свого оточення, вступаючи в ефективні контакти з собі подібними. Будь-який індивідуальний образ унікальний, він охоплює якийсь зміст, який ніколи або майже ніколи не передається іншим, при цьому він більшою чи меншою мірою збігається з суспільним, що володіє в різних типах оточення більшою чи меншою обов'язковістю. Існують індивідуальне чи загальнокультурне сприйняття, у яких неможливо перевершити деякі вихідні обмеження. У зв'язку з цим оточення має бути або прив'язане до певного культурного стереотипу, або, що вірогідніше, оформлене одночасно багатьма способами для того, щоб воно могло задовольняти вимоги різних індивідів, що існують у ньому.

**2.3.Особливості репрезентації молоді у визначенні критеріїв сучасності**

Молодь як складова частина сучасного суспільства досліджується різними соціально-гуманітарними науками, зокрема в рамках демографії, політології, філософії, педагогіки, психології, соціології та ін. Це призводить до того, що поняття «молодь» має широке тлумачення. У соціології молодь визначається як громадська група, що займає особливе становище у суспільстві. У дослідженнях велика увага приділяється соціальним відносинам, до яких вступає молодь, процесу соціалізації молодих людей, особливостям субкультури молоді, їхньому соціальному становищу. Разом з тим деякі соціологи уникають прямого визначення поняття «молоді», воліючи розкривати сутність поняття «молодіжна культура» та «підлітковий вік», через комплекс характеристик, як системи цінностей, установи, способів поведінки та життєвих стилів, властивих малим, відокремленим соціальним спільнотам молодих людей.

З точки зору В. Я. Суртаєва «Молодь – це соціальна вікова група молодих людей (іноді до 30 років), з одного боку, вони несуть у собі результати впливу різних факторів, в цілому являють собою сформовані особистості, а з іншого боку, – їх цінності залишаються гнучкими, схильними до різних впливів. Життєвий досвід цієї групи не багатий, уявлення про морально-етичні цінності часто остаточно не визначено» [51, с. 152]. У соціологічних словниках немає чітко сформульованого терміна «молодь». Наприклад, у «Короткому словнику з соціології» під редакцією Д.М. Гвішіані та М. І. Лапіна молодь характеризується як «соціально-демографічна група, яка переживає період становлення соціальної зрілості, входження у світ дорослих, адаптації до нього та майбутнє його оновлення. Дана група переживає важливий етап сімейної та позасімейної соціалізації, інтерналізації норм і цінностей, складання соціальних та професійних очікувань, ролей та статусу, що виражається у спеціальних молодіжних формах поведінки та свідомості, у поняттях молодіжної субкультури тощо. але зазвичай їх пов'язують із віком 15–30 років»[52, с. 480].У словнику під редакцією Г. В. Осипова та Л. Н. Москвичева молоддю вважається велика громадська група, що має специфічні соціальні та психологічні риси, наявність яких визначається як віковими особливостями молодих людей, так і тим, що їх соціально-економічне та суспільно-політичне становище, їх духовний світ перебувають у стані становлення, формування. Статистика та соціологія визначають вікові рамки молоді від 16 до 30 років. Проте соціальна неоднорідність молоді спонукає деяких дослідників визначити її «верхню» вікову межу залежно від тривалості формування соціально-економічних та професійних якостей різних її груп. Соціальна сфера молоді є моделлю класово-шарової структури цього конкретного суспільства. Молодь – найбільш мобільна частина суспільства, що надає активний вплив на динаміку соціальної структури, зміна класового та шарового складу населення [53, с. 280]. Населення великих міст постійно поповнюється з допомогою приїжджих. Значну частину з них становлять молоді з малих міст. Причому не завжди економіка цих малих міст є не розвиненою. Відтік молоді з малих міст має низку негативних наслідків для міської структури, а саме призводить до скорочення чисельності, старіння населення, зниження інтелектуального потенціалу. Але найстрашніше, до природної загибелі малих міст і селищ.

До факторів, що стимулюють міграцію, належать перспективи працевлаштування, можливості самореалізації та кар'єрного зростання, приваблива інфраструктура великого міста. До факторів, що стримують відтік молоді з малих міст, належать низький рівень матеріального добробуту, любов до малої Батьківщини. Ситуація в батьківській сім'ї може стимулювати, так і стримувати міграцію. Але все ж таки відсоток молодих людей, які залишаються у своїх рідних місцях, а також повертаються туди після здобуття освіти, дуже маленький. Центральною причиною міграції молоді у великі міста є невідповідність очікувань та уявлень майбутньої роботи та існуючими вакансіями на ринках праці малих міст. В основному саме кар'єрні устремління студентів лежать в основі переїзду на постійне місце проживання до мегаполісів.

Для молодої особи актуальною стає можливість самовизначення. При цьому одні орієнтуються на звичні культурні цінності та норми, інші спираються на новизну. У відповідь на ситуацію вони вибудовують актуальні цінності та норми, звільняються від застарілих. Але не всяке нове на практиці виявляється дуже позитивним. Найбільш доцільною є орієнтація на збереження традицій та реорганізацію своєї життєдіяльності з урахуванням даної соціокультурної ситуації. Молодь постає перед безліччю труднощів, реакція куди визначаються її орієнтацією на стереотипи чи інновації. Сучасна міська культура стимулює особисту свободу та відповідальність, вона допомагає особистості знайти своє місце в житті, але не дає готових рішень, лише показує шлях до творчої діяльності найвищого рівня. Як бачимо, соціокультурна ситуація сучасного міста характеризується тенденцією до ускладнення, яке виражається в різноманітті, інтенсивності впливу на молодого індивіда і динаміці змін, що викликають різного роду проблеми.

Безумовно, сільське культурне середовище має відмінні риси від культурного середовища міста. Глибока соціально-економічна криза на селі негативно впливає на формування цілісного культурного середовища сільської студентської молоді. Це сприяє поширенню в її середовищі негативних процесів, наприклад, зниження репродуктивної функції, погіршення фізичного здоров'я, невпевненість у завтрашньому дні, безробіття, пияцтво тощо. Орієнтація на ті чи інші культурні цінності багато в чому залежить від типу поселення (село, село , селище). У великому селі вищий освітній рівень та загалом культурний потенціал, більше інтелігенції та молоді – носіїв нових культурних цінностей, зразків, пов'язаних із процесами перетворення. Але водночас саме у великих сільських поселеннях із життя і побуту витісняється етнічна культура, та її місце займає масова.

Традиційні форми культури заповнюють вакуум у малих типах поселень, де багато віруючих та зберігаються свята та обряди, пов'язані з давньою культурою та побутом. Наприклад, в умовах сільської громади споконвіку складалися і передавалися з покоління в покоління норми і правила, що визначають життєдіяльність, що склалася. Вони існували у вигляді народних звичаїв, традицій, зразків культурної поведінки, які жорстко, але негласно регулювали дії та вчинки людей. Ці і правила передавалися усним методом у процесі самої діяльності та спілкування лише на рівні повсякденного свідомості. Жахливий стан культурного дозвілля на селі сприяє розвитку ізольованості, ще більшому відставанню сільської молоді від міської, як у культурному, так і в освітньому плані.

Висока значущість для сільської молоді духовно – моральних та загальнолюдських цінностей визначається тим, що у духовній культурі сільського населення, і молоді зокрема, важливе місце посідають національні цінності. Саме вони перешкоджають активному проникненню у сільське молодіжне середовище найгірших елементів західної культури. Тому чим більше місце в системі життєвої орієнтації індивіда займають установки на традиції, етнонаціональні цінності, тим глибші моральні переконання сільської молоді.

Надійним засобом подолання цих явищ у сільської молоді є збереження та розвиток найкращих досягнень вітчизняної національної культури, підвищення грамотності та рівня поінформованості серед молоді. Складні умови виживання в період реформування села, поширення ринкових відносин за відсутності значущої підтримки селян з боку держави в особі місцевих органів влади, сприяли формуванню у більшості молодих людей установки на те, щоб подолати труднощі, захистити свої інтереси можна лише власними зусиллями, своєю ініціативністю та активністю. У зв'язку з цим процес культурної соціалізації молоді представляє та знаходить сприятливе середовище синтезу культурних традицій, циклічності та прогресу, колективізму та індивідуалізму.

Якщо зробити порівняльний аналіз між сільською та міською молоддю, можна помітити, що ціннісні орієнтації сільської та міської учнівської молоді здебільшого збігаються. Проявом може слугувати, наприклад, ставлення до здоров'я, сім'ї,матеріального благополуччя та способів його добування.Багатство (гроші), як і професійна кар'єра, входять до провідних цінностей підростаючого покоління. Багатство приймається юнаками та дівчатами як умови великої свободи, вибору, задоволення різноманітних потреб та особистісних благ. Проте селяни, більшою мірою, ніж їхні міські однолітки, віддають перевагу таким життєвим орієнтирам, як стабільність у суспільстві, любов до своєї малої батьківщини, патріотизм, милосердя та релігія.

Сама міська та сільська молодь, більшою мірою, ніж покоління її батьків, спрямована на самореалізацію особистісних здібностей. Утримувані настрої поступово замінюються у свідомості та поведінці сільської молоді установками на власну активність та самостійність. Усвідомлення того, що соціальна активність має в своєму розпорядженні несприятливі умови для реалізації цих цінностей культури, формує переконання молодих людей у тому, що успіху чи професійної кар'єри в житті може досягти людина з діловою хваткою, а також з сильним «імунітетом» проти труднощів реального життя, що вміє постояти за себе і прагне до особистісного розвитку. Формування таких цінностей зумовлене потребами сільської молоді щодо забезпечення свого «виживання».

Однак трансформаційні процеси в молодіжному середовищі в умовах особистісної свободи та соціального вибору створюють певні соціалізаційні ризики, серед яких особливо слід виділити розмивання системи традиційних культурних цінностей, механізму спадкоємності поколінь, що склався, і, як наслідок, розрив соціокультурних зав’язків, процеси уніфікації духовної та матеріальної.

Каскадне запозичення західних цінностей і зразків поведінки, не завжди і не в усьому прийнятне для менталітету суспільства, що склався, сприяє посиленню бездуховності, падінню освітнього і культурного рівня значної частини учнівської молоді і викликає в суспільстві моральні паніки, що негативно впливають на всі сторони її суспільного життя [54]. Таким чином, культурна соціалізація сучасної особистості обумовлена об'єктивними та суб'єктивними факторами, пов'язаними зі станом внутрішнього світу, духовним виглядом, системою мотивів та цінностей, що реалізуються у поведінці та діяльності, що визначають її культурну активність.

Вплив різних уподобань, переваг і думок, форм спілкування, способів проведення дозвілля, соціально-психологічного клімату в сім'ї та колективу залежить від культурної спрямованості особистості та її ціннісних орієнтацій.

Особистість у процесі культурної соціалізації не просто пристосовується до навколишньої культурної дійсності, а й сама створює свій власний культурний простір. З одного боку, вона здатна вийти зі свого світу в чужий невпорядкований, проникнути в інші культури, в чуже духовне життя, і визначити своє ставлення до них, створити «нове» на основі цього відношення. З іншого, у кожному суспільстві поступово формується свій характер культурної соціалізації особистості, що здійснюється в умовах культурних тенденцій та соціокультурних криз, зростаючої ролі нестабільності сучасних соціальних процесів, зіткненні та асиміляцій культурних парадигм. У цих умовах чи не єдиним засобом розвитку культури стає залучення до джерел національної культури, розуміння небезпеки втрати культурної ідентичності, критичне ставлення до культурної глобалізації.

Культурний простір впливає на розвиток та формування особистості, оскільки не тільки створює умови для задоволення дозвільних потреб, але й через ціннісно-орієнтаційну складову впливає на їх формування. У цьому воно змінюється і саме - перетворюється під впливом творчої активності людини. У зв'язку з цим необхідно також розглянути появу нових та зміну існуючих раніше видів дозвільної діяльності молоді, що й дозволить проаналізувати взаємовплив соціокультурного середовища та діяльності молоді на дозвіллі.

Для розкриття соціокультурної ситуації у сфері молодіжного дозвілля необхідно, з одного боку, звернутися до його змісту, до тих видів діяльності, яким молоді люди віддають перевагу в час дозвілля, з іншого - описати стан і характер діяльності культурно-дозвільних установ та організацій. Те, що у сфері молодіжного дозвілля відбулися значні зміни, не викликає сумніву. З'являються нові форми дозвільної діяльності, змінюється характер та зміст форм, що існували раніше. Сьогодні стає все більш очевидним, що сучасні види молодіжної дозвільної діяльності мають особливості, що помітно відрізняють їх від традиційних видів. Загалом звернення до поняття «традиція» зумовлене розглядом інноваційних процесів у сфері молодіжного дозвілля.

Таким чином, молодь є необхідним елементом соціальних змін. Молодь – це величезний потенціал майбутнього міста, країни. За допомогою молоді належить вирішити чимало важливих завдань у різних сферах життя. Безпосередньо від своїх рішень залежатиме розвиток міста, країни. Різноманітність міста дуже впливає на молодь, на їх запити та бажання.

А саме визначити правильні критерії для обозначення сучасного міста в уявленні молоді допоможуть зробити місто якісним, не схожим на решту, та сучасним. Щоб саме молодь приносила більший внесок в майбутнє. У сучасному місті нинішня молодь захоче жити, розвиватися, вносити щось своє, унікальне, несхоже на інше. Свою культуру, свої цінності, своє бачення.

**РОЗДІЛ 3**

**ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО МІСТА У МОЛОДІ М.ЗАПОРІЖЖЯ**

**3.1.Обґрунтування методу соціологічного дослідження образу сучасного міста у молоді**

Аналіз методологічних та теоретичних аспектів образу сучасного міста доводить необхідність емпіричної апробації дослідження образу сучасного міста у молоді. Завданням даного дослідження постає аналіз образу сучасного міста у молоді за допомогою анкетування молоді м. Запоріжжя віком від 18 до 35 років.

Реалізація соціологічного дослідження образу сучасного міста в межах даного дослідження передбачає використання кількісної методології дослідження, а саме опитування молоді м. Запоріжжя за допомогою анкетування. Результати даного дослідження дозволять визначити уявлення щодо образу сучасного міста у молоді та встановити зв’язки у досліджуваних характеристиках. Виявлення образу сучасного міста у молоді дасть значну кількість важливої інформації та допоможе зробити місто сучасним. В рамках даного дослідження образу сучасного міста використовується метод заочного індивідуального анкетування за допомогою Google-анкети.

Вибір цього методу обґрунтується тим, що за умов пандемії COVID-19 та відповідних карантинних обмежень восени 2021 року саме онлайн-дослідження дає змогу провести опитування відповідно до визначеної вибіркової сукупності. З-поміж інших методів збору соціологічної інформації, кількісний метод, а саме анкетування вважаємо більш доцільним, оскільки дає об’єктивні, надійні результати.

Основним обмеженням є відсутність контролю високого рівня репрезентативності вибірки. Крім того, при виборі такого методу дослідження не можна пояснити респонденту питання, відповідно до цього може бути знижено ступінь достовірності даних. Ці обмеження були нами зняти наступним чином. По-перше, в онлайн-анкеті нами було написано звернення для всіх учасників опитування, в якому були описані мета дослідження та визначені правила її заповнення. По-друге, в розробленому інструментарію онлайн-анкети всі питання та варіанти відповіді ули сформульовані максимально лаконічно та за для наочності сформовані у таблиці.

Для досягнення мети, необхідно вирішити проблеми пов’язані з: а) визначенням критеріїв образу сучасного міста; б) виділенням одиниць аналізу; в) виділенням одиниць рахунку. Вирішення кожного дослідницького завдання нашої роботи потребує у відповідності до процедури анкетування формування та уточнення генеральної та вибіркової сукупності.. Важливо розуміти, що репрезентативність вибірки та похибка вибірки – різні явища. Репрезентативність, на відміну від помилки, ніяк не залежить від розміру вибірки. Прикладом може стати те, що як би ми не збільшували кількість опитаної молоді м.Запоріжжя, ми не зможемо репрезентувати цією вибіркою всю молодь міста Запоріжжя.

В рамках даного дослідження вибіркова сукупність складає 230 опитаних. База дослідження являє собою кількість опитаної молоді м.Запоріжжя, що була проаналізована (див. Додаток А, табл. 1). Така база дослідження зумовлена тими критеріями образу сучасного міста які ми з’ясували.

При плануванні аналізу слід враховувати які критерії найкраще можуть представити образ сучасного міста у молоді, що вивчається. Для дослідження не можна застосовувати будь-які критерії, тому буде використана розшарована вибірка. Образ сучасного міста виходить із таких критеріїв:

1. Усі критерії мають відноситися безпосередньо до образу сучасного міста.

2. Критерії образу сучасного міста повинні відображати ті моменти, за якими молодь зможе відповісти, що значить образ сучасного міста в їх уяві.

Соціологічний аналіз образу сучасного міста дав змогу зробити їх операціоналізацію, на основі цього будо проведено заочне індивідуальне онлайн-анкетування за допомогою Google-анкети. В операціоналізацію було включено такі блоки як локальна ідентичність, міграція, соціальна безпека, дозвіллєва складова.

Підсумовуючи, вважаємо за необхідне наголосити на тому, що саме метод анкетування дозволить нам виділити критерії образу сучасного міста, проаналізувати їх за допомогою порівняння отриманих результатів, зробити висновки та розробити рекомендації апарату місцевого самоврядування щодо розбудови міста Запоріжжя у контексті особливостей образу сучасного міста у молоді. В рамках нашого дослідження використання методу анкетування є переважним першочерговим у порівняні з іншими методами збору соціологічної інформації. Наприклад, використання методу кейс-стаді, не буде таким результативним як анкетування, видно оскільки не дозволить з’ясувати, що саме молодь м. Запоріжжя бажає бачити в своєму місті, щоб воно стало сучасним. Використання методу анкетування в даному дослідженні дозволить визначити ключові показники сучасності міста та порівняти отримані дані відповідно до актуального стану розбудови міста Запоріжжя. Отримані дані дозволять окреслити, які саме критерії молодь вважає ключовими за задля вдосконаленні міста, щоб воно стало сучасним. Саме тому буде використовуватися метод анкетування, як ефективний та результативний метод дослідження образу сучасного міста у молоді міста Запоріжжя.

**3.2.Результати дослідження образу сучасного міста у молоді м. Запоріжжя**

Емпіричне дослідження образу сучасного міста у молоді м. Запоріжжя було виконано за допомогою методу заочного індивідуального анкетування із використанням Google-анкети. Зазначений метод дозволив проаналізувати особливості сформованого образу сучасного міста у молоді. Соціологічний аналіз образу сучасного міста у молоді м. Запоріжжя та їх класифікацій особливостей, в свою чергу, дав змогу їх аналіз проаналізувати у співвідношенні із оцінкою реального стану розбудови міста.

Дослідження відбувалося в декілька етапів. По-перше, формування вибірки вибіркової сукупності відповідно до вікових меж молоді та локалізації їх проживання., По-друге, пошук критеріїв образу сучасного міста, зведення критеріїв у певну систему, які були розподілені у певні групи; аналіз критеріїв, фіксування даних у таблиці, у вигляді кількісних показників; порівняння отриманих даних.

У дослідженні прийняло участь 230 респондентів у віці 18-30 років, які рівномірно представляють різні вікові групи молоді міста Запоріжжя. Щодо гендерного розподілу учасників дослідження, в опитуванні прийняло участь жінок – 151 (65,7%), а чоловіків – 79(34,3%).

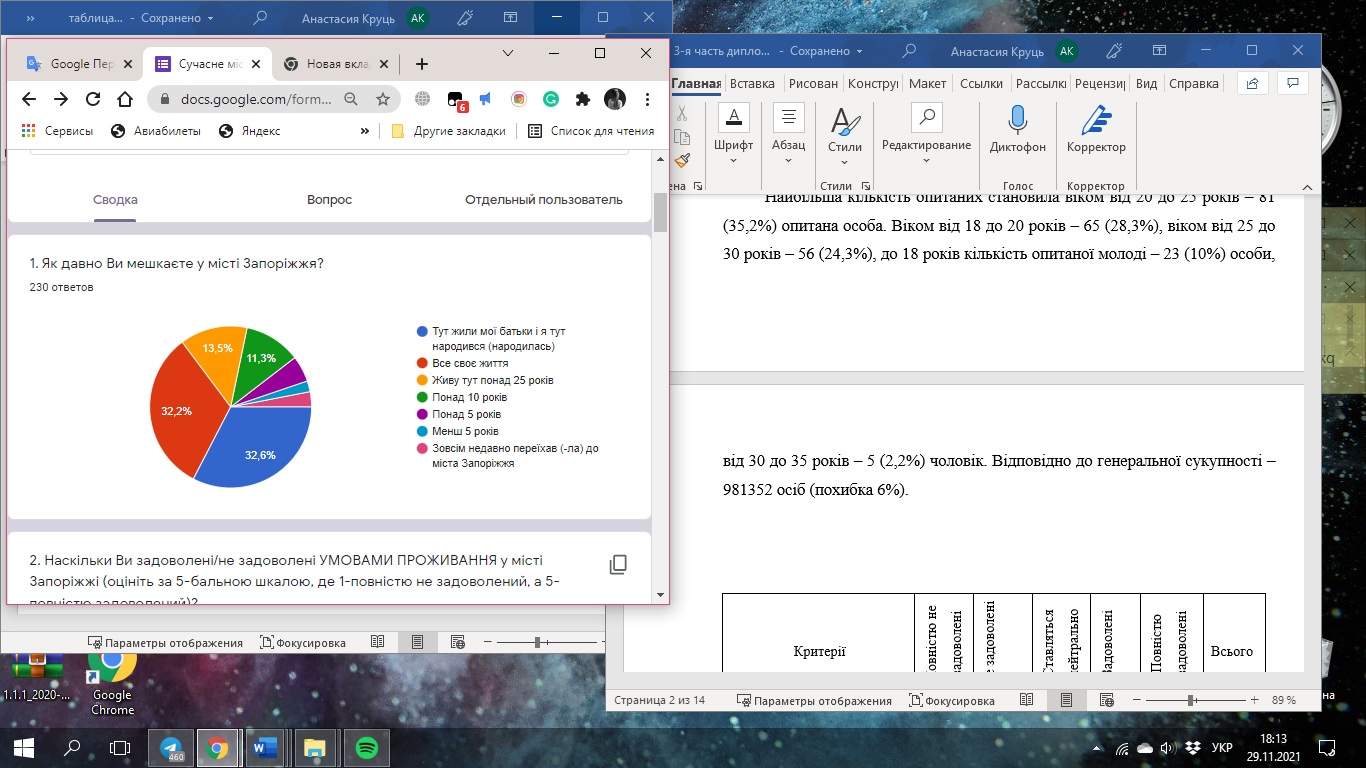
Изображение выглядит как текст

Автоматически созданное описание

**Рис. 3.1. Район проживання молоді м. Запоріжжя**

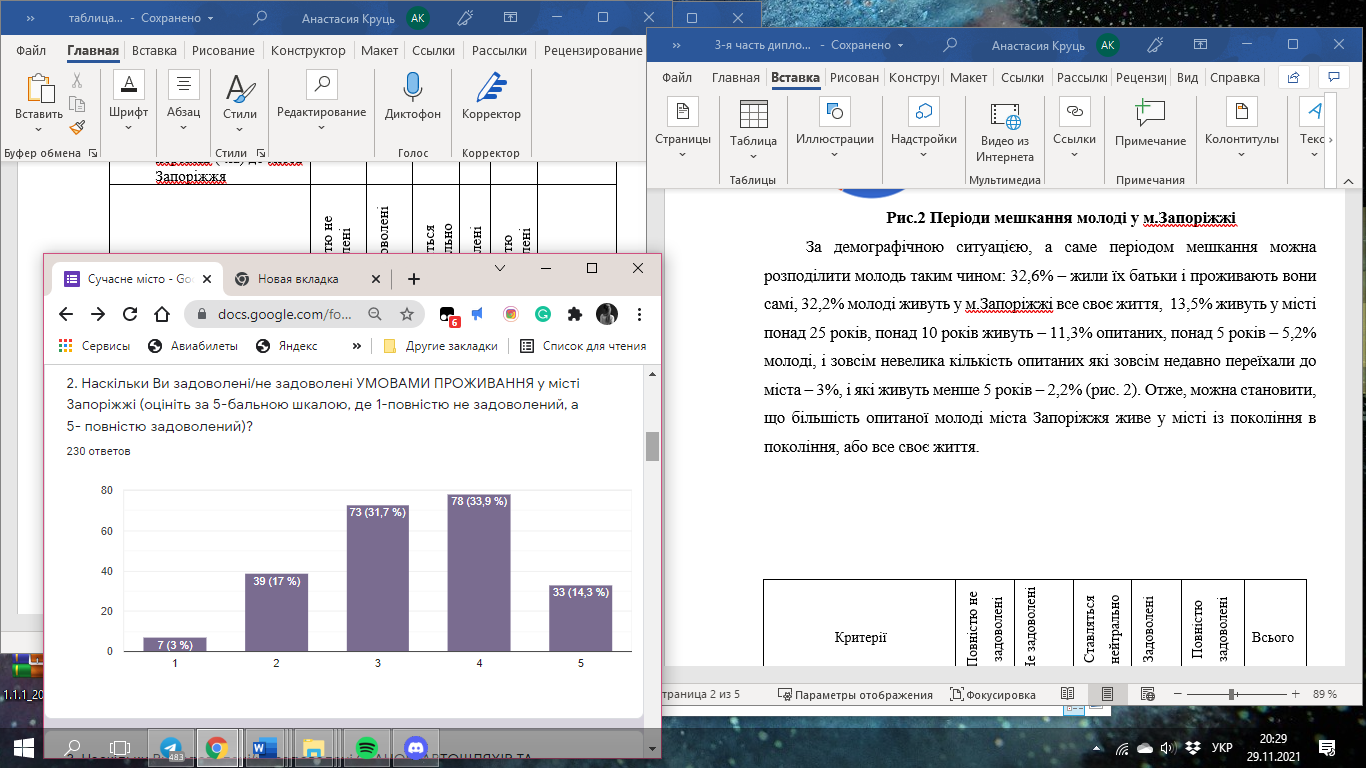
Розподіл особливостей локальної належності респондентів представлений на Рис.1. За даним графіком бачимо, що більшість опитаних проживає в Дніпровському (колишній Ленінський) районі – 83 (36,1 %), в Комунарському районі – 34 (14,8%), Заводський район – 30 (13%), Вознесенівський (колишній Орджонікідзевський) – 29 (12,6%), Олександрівський (колишній Жовтневий) – 24 (10,4%), Хортицький – 16 (7%), Шевченківський – 14 (6,1%) (рис. 3.1).

Найбільша кількість опитаних становила віком від 20 до 25 років – 81 (35,2%) опитана особа. Віком від 18 до 20 років – 65 (28,3%), віком від 25 до 30 років –56 (24,3%), до 18 років кількість опитаної молоді – 23 (10%) особи, від 30 до 35 років – 5 (2,2%) чоловік. Відповідно до генеральної сукупності –981352 осіб (похибка 6%).



**Рис. 3.2. Особливості укоріненості молоді у м. Запоріжжя**

За демографічною ситуацією, а саме періодом проживання респондентів на території м. Запоріжжя можна розподілити молодь таким чином: 32,6% – жили їх батьки і проживають вони самі, 32,2% молоді живуть у м.Запоріжжі все своє життя, 13,5% живуть у місті понад 25 років, понад 10 років живуть – 11,3% опитаних, понад 5 років – 5,2% молоді, і зовсім невелика кількість опитаних які зовсім недавно переїхали до міста – 3%, і які живуть менше 5 років – 2,2% (рис. 3.2). Отже, можна становити, що більшість опитаної молоді міста Запоріжжя живе у місті із покоління в покоління, або все своє життя.



**Рис. 3.3. Задоволеність молоді умовами проживання в м. Запоріжжя**

Ключовою ознакою в дослідження образу сучасного міста серед молоді м.Запоріжжя є визначення задоволеності молоді умовами проживання в м. Запоріжжя. Серед опитаної молоді м. Запоріжжя 14,3% повністю задоволені своїми умовами життя, 33,9% – задоволені умовами життя у місті, ті, які ставляться нейтрально до своїх умов проживання становлять 31,7%, не задоволені умовами життя – 17% опитаних, і тільки 3% опитаної молоді повністю не задоволені умовами проживання (Рис. 3.3). Отже, із спираючись на отримані результати, можна сказати, що більшість опитаних задоволені умовами життя в місті Запоріжжя.

Більшою мірою задоволена молодь прагне залишитися в місті і не виїжджати з міста. Отже, чим кращі умови життя, тим більше молоді залишиться. А саме 65,7% опитаних не збираються переїжджати із міста, 15,7% вагаються з відповіддю, і 18,7% опитаних бажають переїхати із міста. Таким чином, більшість опитаних не збирається міняти місто Запоріжжя, на якесь інше.

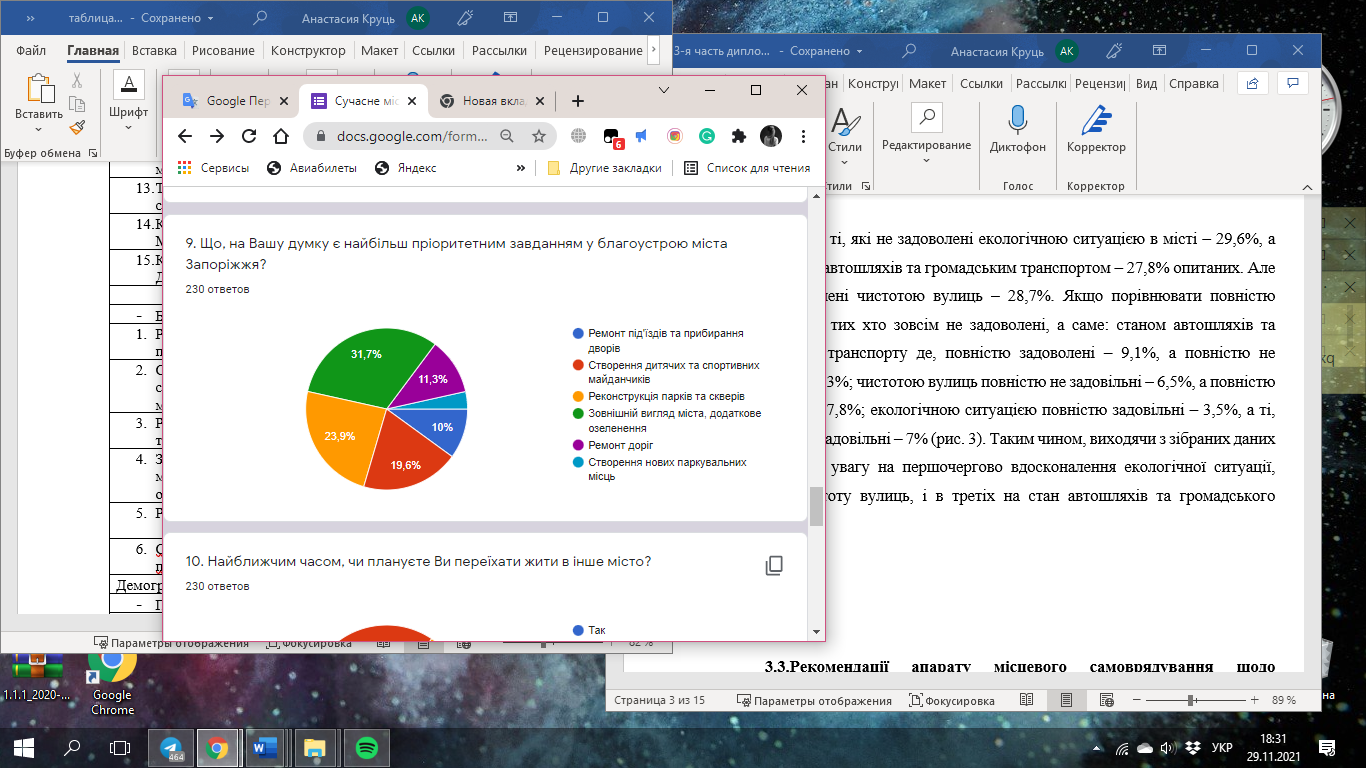
*Таблиця 3.1.*

**Оцінка молоддю соціальної безпеки в м.Запоріжжя**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Соціальна безпекав м. Запоріжжя | Повністю не задоволені | Не задоволені | Ставляться нейтрально | Задоволені | Повністю задоволені | Всього |
| * Стан автошляхів та громадський транспорт | 3% | 27,8% | 34,8% | 25,2% | 9,1% | 100% |
| * Чистота вулиць | 6,5% | 17,4% | 39,6% | 28,7% | 7,8% | 100% |
| * Екологічна ситуація | 3,5% | 29,6% | 38,3% | 21,7% | 7% | 100% |

(Дані подані у відсотках(%))

Відповідно до отриманих даних, можна стверджувати, що більшість молодь міста Запоріжжя ставиться нейтрально до питання стану автошляхів та громадського транспорту – 34,8%, чистоти вулиць – 39,6%, та екологічній ситуації у місті – 38,3%. Але є і ті, які не задоволені екологічною ситуацією в місті –29,6%, а також станом автошляхів та громадським транспортом– 27,8% опитаних. Дещо кращою є ситуація із чистотою вулиць –28,7%. Якщо порівнювати повністю задоволених і тих хто зовсім не задоволені, а саме: станом автошляхів та громадського транспорту де, повністю задоволені – 9,1%, а повністю не задоволених – 3%; чистотою вулиць повністю не задовільні – 6,5%, а повністю задовільних – 7,8%; екологічною ситуацією повністю задовільні – 3,5%, а ті, хто повністю задовільні – 7% (табл. 3.1). Таким чином, виходячи з отриманих даних слід звернути увагу на першочергово вдосконалення екологічної ситуації, потім на чистоту вулиць, і в третіх на стан автошляхів та громадського транспорту.

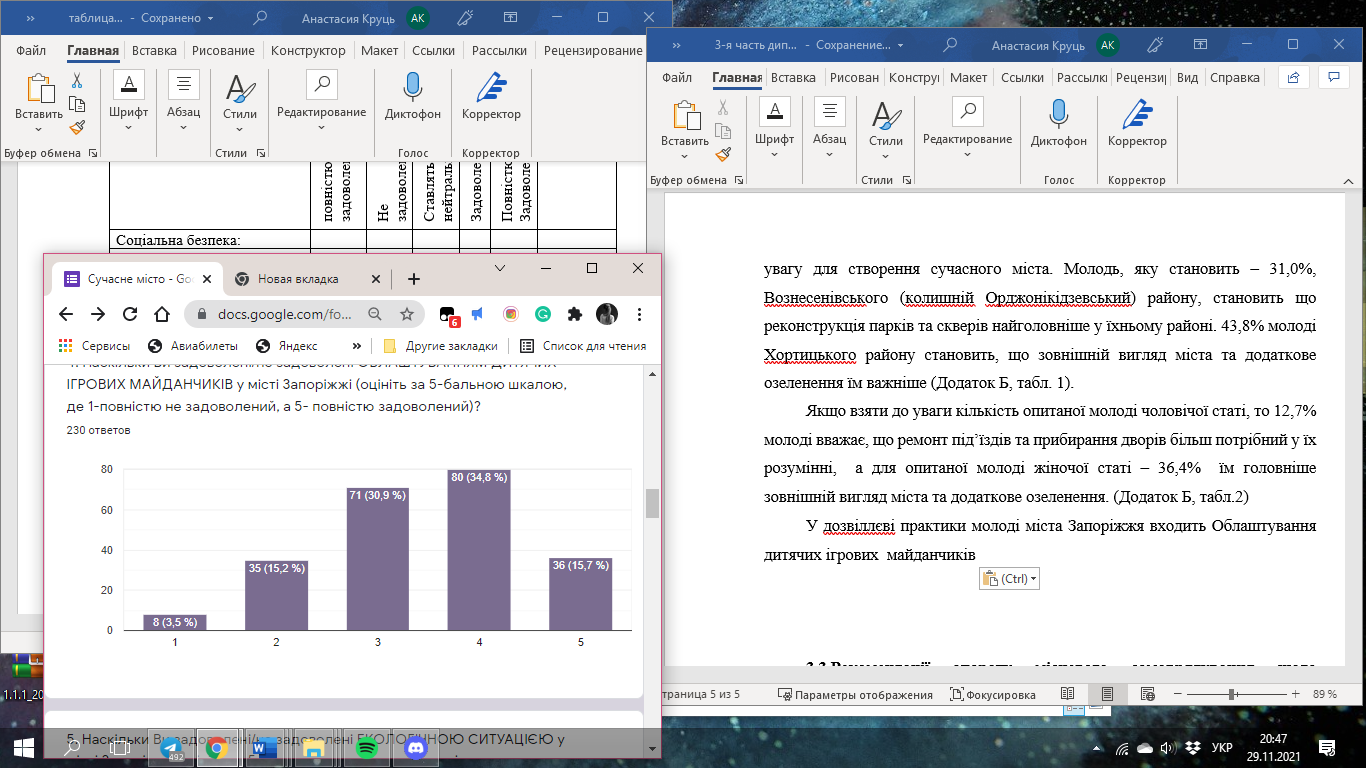


**Рис. 3.4. Оцінка молоддю стану благоустрою м. Запоріжжя**

Спираючись на отримані результати, молодь міста Запоріжжя вважає, що насамперед потрібно звернути увагу на зовнішній вигляд міста та додаткове озеленення – 31,7%. Реконструкція парків та скверів найбільшою мірою цікавить близька 23,9% опитаних і ще 19,6% наполягають на необхідності створити додаткові дитячі та спортивні майданчики. Щодо благоустрою територій міста 11,3% молоді м. Запоріжжя зауважили на актуальній потребі ремонту доріг рівнозначно як і ремонту під’їздів та прибиранню дворів – 10%. І тільки 3,5% вважають за потрібне створити нові паркувальні місця у місті Запоріжжя (рис. 3.4). Таким чином, на думку молоді м. Запоріжжя логіка модернізації міста має відбуватись в такій послідовності: спочатку треба покращити зовнішній вигляд міста, додатково озеленити, реконструювати парки та сквери і додатково створити дитячі та спортивні майданчики.

Особливу увагу слід звернути на особливості бачення ключових проблем міста молоддю з різних районів міста, а саме що на їх думку потрібно модернізувати в першу чергу в їхньому районі. На думку 41,7% молоді в Олександрівському районі м. Запоріжжя вважають пріоритетним завданням зробити зовнішній вигляд міста та додаткового озеленення, а 37,5% молоді, що потрібно зробити більше дитячих та спортивних майданчиків.Пріоритетним завданням, на думку молоді, яку становить 36,7% Заводського району є реконструкція парків та скверів, а ось на думку 30% важливішим є зовнішній вигляд міста та додаткове озеленення. Молодь Комунарського району, а саме 29,4%, що саме реконструкція парків та скверів є найголовнішим та пріоритетним завданням. Однак 23,5% молоді вважають що створення дитячих та спортивних майданчиків, і 20,6% – потрібно приділити увагу ремонту доріг. Молодь яка живе у Дніпровському районі вважає (а саме 42,2% опитаних), що зовнішній вигляд міста та додаткове озеленення потребує пріоритетної уваги для створення сучасного міста. Молодь, яка становить – 31,0% Вознесенівського району, становить що реконструкція парків та скверів найголовніше у їхньому районі. 43,8% молоді Хортицького району становить, що зовнішній вигляд міста та додаткове озеленення їм важніше (Додаток Б, табл. 1).

Якщо взяти до уваги кількість опитаної молоді чоловічої статі, то 12,7% молоді вважає, що ремонт під’їздів та прибирання дворів більш потрібний у їх розумінні, а для опитаної молоді жіночої статі – 36,4% їм головніше зовнішній вигляд міста та додаткове озеленення. (Додаток Б, табл.2)



**Рис. 3.5. Дозвіллєві практики молоді м. Запоріжжя**

У дозвіллєві практики молоді міста Запоріжжя входить облаштування дитячих ігрових майданчиків. 15,7% опитаної молоді повністю задоволені умовами облаштування дитячих ігрових майданчиків, 34,8% – задоволені, 30,9% ставляться нейтрально, 15,2% незадоволені умовами облаштування дитячих ігрових майданчиків, і 3,5% опитаних повністю не задоволені облаштуванням дитячих ігрових майданчиків (рис. 3.5). Отже, більшість опитаної молоді міста Запоріжжя задоволені облаштуванням дитячих ігрових майданчиків і тільки невеликий відсоток опитуваних які не задоволені.

Виходячи із отриманих результатів, можна сказати що більшість молоді міста Запоріжжя любить відпочивати і робить це різноманітно. До найпопулярніших міст відпочинку можна віднести такі місця: Кінотеатр ім. Довженка – 25 осіб, Набережну – 23. Місця які відвідуються раз на місяць становлять: Набережна – 41, Парк відпочинку «Дубовий гай» – 41, Острів Хортиця – 40. Раз на декілька місяців опитана молодь ходить до: ТРЦ Аврора – 77, Кінотеатр ім. Довженка – 76, Бульвар Шевченко – 76, Парк відпочинку «Дубовий гай» – 73. Раз на пів року:Концертна зала ім. Глінки – 78, ТРЦ Україна –68, Музично-драматичний театр ім. В. Г. Магара – 68, Парк енергетиків – 63, ТРЦ Аврора – 61. Близько одного разу на рік відвідують:Театр и театральна студія «Новий театр» – 76, ТРЦ Пальміра-Плаза – 61, Набережна – 59. Найбільш не відвідуваним місцем є:Театр и театральна студія «Новий театр» – 40, Запорізький театр молоді – 40, Музично-драматичний театр ім. В. Г. Магара – 28, ТРЦ Пальміра-Плаза – 22 (Додаток Б, табл. 3). Таким чином, можна підсумувати те, що молодь міста Запоріжжя віддає перевагу кінотеатрам, паркам відпочинку, набережній, острову Хортиця.

Отже, можемо зробити висновок, що образ сучасного міста у молоді міста Запоріжжя відображається у місті. Гіпотези нашого дослідження підтвердилися: саме інфраструктура міста відображає критерії образу сучасного міста в уявленні молоді. За допомогою яких і формується образ сучасного міста у молоді міста Запоріжжя. Чим краще зроблений благоустрій міста, тим кращі умови життя людей. Саме завдяки яким більшість молоді бажає залишатися у місті та розвивати його, вносити щось своє, унікальне, неповторне. Тим самим сучасне місто починає відрізнятися від інших, і більшість молоді використовує місто для відпочинку.

**3.3. Рекомендації апарату місцевого самоврядування щодо розбудови м. Запоріжжя у контексті особливостей образу сучасного міста у молоді**

Світ швидко змінюється, і XXI століття стає епохою не країн, а міст. Мегаполіси трансформуються в центри інновацій та креативності, переходячи зі статусу скупчення будинків та вулиць у статус конгломератів, які прагнуть забезпечувати різноманітне, безпечне та високоякісне життя людей. Все більш актуальним стає питання створення міст із абсолютно новою моделлю розвитку.

Результати дослідження образу сучасного міста у молоді м. Запоріжжя дали нам змогу стверджувати, що інфраструктура міста відображає критерії образу сучасного міста в уявленнях молоді. Більшість молоді міста Запоріжжя бачить своє місто як зелене містоз великим різноманіттям парків, скверів; із різними видами дитячих та спортивних майданчиків.

За результатами дослідження ми прослідкували, що образ міста у молоді впливає на розвиток міста Запоріжжя. Розвиток міста повинен бути гарантією для мешканців, та демонструвати достатньо високий рівень добробуту, освіти, культури та технічного розвитку.

Ситуація майже у кожному місті сьогодні помилкова: погані дороги, хаотичні споруди, нестабільна екологія. Усе це впливає на сприйняття міста.Сучасне місто це низка вимог. Місто має бути зеленим. На думку молоді міста Запоріжжя, це є один із найголовніших показників на їх думку. Місто має бути компактним з налагодженою соціальною та побутовою інфраструктурою. Якщо структуровано організувати територіальні зони, зробити їх більш легшими у понятті, то не тільки городянам буде значно краще пристосуватися, а й приїжджим. Промзони мають бути перенесені з центру на околиці. За результатами, на думку молоді міста Запоріжжя, екологічна ситуація бажає поліпшення. Якщо порівнювати задоволену молодь із незадоволеною екологічною ситуацією, то переважає молодь яка бажає, щоб екологічна ситуація покращилась. У місті має бути добре налагоджений громадський транспорт. На думку молоді, це одне із бажань, після покращення озеленення та розбудови парків та скверів.

У цифрову епоху. коли у кожного вже є гаджет, безглуздо не використовувати їхній потенціал. Для розвитку молоді потрібно використовувати сучасні способи, наприклад будівництво безкоштовної цифрової бібліотеки.

За результатами молодь міста Запоріжжя хоче бачити озеленення у місті. Для створення парку потрібні не малі грошові вкладення, як і будь-яка висадка дерев. Одним із швидких та дешевих способів озеленення вулиці буде рослинність у спеціальних бочках, горщиках, клумбах. Виглядає сучасно, не вимагає багато догляду і не так дорого коштує.

Для покращення екологічної ситуації можна використовувати соціальні контейнери. Наприклад встановити кілька точок для збирання носіння одягу, не викидаючи не потрібну річ, а віддаючи людям із поганим соціальним статусом. Зробити великий вибір для сортування сміття. Для того, щоб сміття не накопичувалося, його потрібно відсортувати та переробити. Тим самим покращити екологічну ситуацію, підвищити чистоту на вулицях та умови проживання.

Для покращення умов життя можна використовувати незайняті ділянки, які з роками стають занедбаними з горою різного сміття, і фактично не мають жодної користі. Ці пустирі можна перетворити на щось культурне і для розвитку молоді.

Часто для городянина буває трудності з орієнтуванням у місті. Особливо якщо місто велике. Коли місто є унікальним, то людина, яка потрапляє до нього вперше, не з першого разу може зорієнтуватися. Для привернення гостей до Запоріжжя необхідно зробити навігацію по місту. Як приклад можна взяти місто Київ та Львів, де для городян встановили борди з визначеннями ключових місць на карті міста і як до них дістатися.

Громадський транспорт є невід'ємною частиною сучасного міста. За допомогою його можна дістатися з однієї точки міста до іншої. Наприклад, можна зробити нічні рейси громадського транспорту, які курсуватимуть раз на годину за певним маршрутом.

На думку молоді міста Запоріжжя, у нас є гарні умови дитячих та спортивних майданчиків. Але ніколи не потрібно зупинятися на досягнутому, Співпраця з відомими брендами та компаніями для облаштування нових, безпечних спортивних та дитячих майданчиків, як один із засобів облаштування сучасного міста Запоріжжя. Піар,особливо коли він позитивний, ніколи не зашкодить місту.

Сучасне місто це насамперед сучасна молодь, із своїм баченням, бажаннями, розвитком. За результатами дослідження, бажання молоді міста Запоріжжя щодо удосконалення міста, щоб воно мало вигляд сучасного потребує: зробити або удосконалити широкий вибір рекреаційних зон: парків, скверів; організувати місця проведення дозвілля, та зробити місто екологічно безпечним.

Городяни повинні мати права для керування містом, а саме молодь яка грає важливу роль у розвитку міста.Молодь – ціннісний, нічим незамінний ресурс розвитку світу та суспільства. Сучасне суспільство продовжує мати дуже високий попит на фахівців молодого віку.

Практика останніх десятиліть переконливо доводить, що у світі, що швидко змінюється, стратегічні переваги будуть у тих держав, які зможуть ефективно розвивати та продуктивно використати інноваційний потенціал розвитку, основним носієм якого є молодь.

Якщо взяти до уваги навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування то можна сказати що «Необхідність залучення громадян місцевою владою до окремих елементів управління населеним пунктом прямо зазначено в конституції, законах та нормативних актах європейських країн, рішеннях органів місцевого самоврядування (ОМС)» [55, с. 4]. Задля формування сучасного міста апарат місцевого самоврядування в Україні має залучили громадян для прийняття управлінських рішень, врахувати інтереси молоді міста Запоріжжя, задля покращення м. Запоріжжя, зробити місто сучасним, неповторним. Також, наочно демонструє значення городян у розбудові міста Віденська декларацію ООН «Декларація про право на розвиток» 1993 р. [56] яка визначає, що основним суб’єктом для процесу розвитку є людина.

Результати даного дослідження можуть бути використані державою для покращення умов життя, для туристичної привабливості міста, залучати різних спонсорів для облаштування міста, щоб місто ставало не тільки сучасним, а й ще економічно забезпеченим. Завдяки чому буде збільшуватися кількість робочих місць для забезпечення особистої фінансової самостійності. Розвинути любов до країни, сформувати образ сучасного міста незалежної України.

Образ сучасного міста – це насамперед молодь, яка є запорукою розвитку міста Запоріжжя. За допомогою облаштування міста, покращення умов життя не тільки городяни будуть прагнути покращити своє життя, а й приїжджі будуть вкладати свої сили для розвитку.

Отже, для розвитку сучасного міста Запоріжжя потрібно враховувати думки молоді про їх бачення образу сучасного міста Запоріжжя. Молодь міста Запоріжжя бажає бачити своє місто сучасним, економічно безпечним, з комфортними умовами життя, розвиватися спортивно та духовно. Проводити своє дозвілля культурно та творчо. Має бажання бачити широкий асортимент послуг, раціональне використання природних ресурсів, мати фінансову забезпеченість. І якщо органи місцевого самоврядування будуть враховувати думки молоді і городян в цілому, то самі мешканці міста будуть допомагати владі міста ставати більш розвиненими, сучасними, та виділятися на тлі інших міст.

**ВИСНОВКИ**

Актуальний стан урбаністичних процесів українських міст та активні міграційні практики молоді визначають необхідність створення особливих умов та залучення молоді до розбудови міст. Саме тому особливої актуальності набувають дослідження критеріїв образу сучасного міста у молоді міста Запоріжжя.

Аналіз історії міждисциплінарних та соціологічних досліджень образу сучасного міста дав змогу визначити ключові напрямки урбаністичних досліджень. Вивченням міста займалися такі дослідники як М. Вебер, В. Зомбарт, Ф. Тьонніс, Л. Мамфорд, Р. Парк, Е. Берджесс, Р. Моньє, Л. Вірт. Дослідження образу міста були розроблені в працях К.Лінча.

Місто, як арена суспільних відносин, яка відображає соціально-просторову структуру міста, має свою унікальність. Теоретичні розробки досліджень міста вітчизняних та закордонних вчених дають підстави стверджувати, що місто є важливим елементом становлення образу міста. Воно відображає всі якості, які потрібно для розвитку та становлення особистості. Образ міста – це сукупність характеристик, які відображені у свідомості городян, який має емоційно-психологічний вплив.

Системно-структурний метод дозволив проаналізувати образ сучасного міста у молоді міста Запоріжжя та дати такі робочі поняття. Місто –це територіально локалізована форма організації життєдіяльності суспільства, в основі функціонування якої лежить механізм міського устрою, що виражає спосіб взаємозв'язку підсистем, що становлять соціально-просторову структуру міста: місто соціальної інфраструктури, місто соціальної морфології, міського населення соціальної стратифікації, міської культури, міського способу життя та ін. Образ міста – це сукупність характеристик міста, які відображаються у свідомості людей.

Практичне дослідження образу сучасного міста у молоді міста Запоріжжя було проведено з використанням кількісного методу, а саме заочного індивідуального анкетування за допомогою Google-анкети. Було проаналізовано критерії образу сучасного міста у молоді міста Запоріжжя. Результати дослідження критеріїв образу сучасного міста у молоді міста Запоріжжя, дали змогу стверджувати, що образ сучасного міста у молоді відображається в інфраструктурі міста.Посилення прагнення молоді до ведення здорового способу життя, зниженнярівня молодіжногобезробіття, значний приріст молодих громадян, які беруть участь у розвитку міста. Молодь міста Запоріжжя бачить місто сучасним завдяки озелененню, реконструюванню рекреаційних зон: парків, скверів, різноманітній кількості місць відпочинку, мережею закладів культури, гарним екологічним умовам, сучасним автошляхам та якісним дорогам.

Від позиції молоді у суспільно-політичному житті міста, її впевненості у завтрашньому дні та активності залежатиме досягнення пріоритетних завдань соціально-економічного розвитку міста Запоріжжя. Чим більший вибір для дозвілля та відпочинку, тим кращі умови життя у місті.Завдяки наявному стереотипу, що молодь не здатна брати участь у діяльності органів місцевого самоврядування, внаслідок чого молодь втрачає віру в себе та не бажає брати участь у соціально-економічних та суспільно-політичних заходах. Із цього випливає, що молодь не має бажання для розвитку та самореалізації.

Вважаємо, що отримані результати дослідження стануть в нагоді державним організаціям, діяльність яких у підтримці та розвитку міста Запоріжжя, становленні кращих умов життя. За допомогою покращених умов у місті, молодь буде охотно долучатися доміського середовища. Вносити свої сили до розвитку міста. Покращувати рівень розвитку міста та виносити його до більше відомого рівня. Органи місцевого самоврядування повинні зараховувати бажання молоді щодо організації та реконструювання міста Запоріжжя, здійснювати моніторинг соціального розвитку, щоб оперативно реагувати на зміни, що відбуваються у молодіжному середовищі, згодом враховувати їх при розробці та реалізації напрямів для облаштування міста, роблячи його сучасним та неповторним.

За результатами даного дослідження, можемо стверджувати, що головна гіпотеза даного дослідження, а саме припущення, що інфраструктура міста відображає критерії образу сучасного міста в уявленні молоді, підтвердилася.

**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Тлумаченняіз «Словника українськоїмови»«Місто».[URL:https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%9C%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE](URL%20:%20https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%9C%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE) (дата звернення: 24.11.2021).
2. Етимологічний словник українськоїмови: В 7 т. / ред. О. Мельничук Київ : Наук. думка, 1989. Т. 3. Кора–М. 552 с.
3. Etymonline – Online Etymology DictionaryURL: http://www.etymonline.com/index.php?allowed\_in\_frame=0&search=town&searchmode=none (дата звернення: 24.11.2021)
4. Maunier R. The Definition of the city *American Journal of Socioligy*. 1910. Vol. 15, № 4 Jan. P. 536-548.URL: <http://www.jstor.org/stable/2762461> (дата звернення: 24.11.2021).
5. Большаясоветскаяэнциклопедия. 3-изд., Т. 2, Москва : «Советскаяэнциклопедия». 1972. 608 с.
6. Економічна енциклопедія. Т. 2. Редкол.: С. В. Мочерний та ін. Київ : «Академія». 2001. 848 с.
7. Енциклопедіяукраїнознавства: Словниковачастина. – Париж – Нью-Йорк: Молодежиття, 1962. Т. 4. С. 1200-1600.
8. Гутнов А., ГлазичевВ.Світархітектури. Москва: Молода гвардія, 1990. 358 с.
9. Гердт Т. Формирование имиджа города средствами рекламы и PR Электронный журнал *«Русский бренд»*, 2007.URL : <https://evgenysolomin.livejournal.com/127544.html>(дата обращения: 24.11.2021).
10. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад.: Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.
11. Линч К. Образ города. Москва : Стройиздат1996, 164 с.
12. Анциферов Н.П. Путиизучениягородакаксоциальногоорганизма. Опыт комплексного подхода. Ленинград : изд-воСеятель, 1926. 151 с.URL: <https://ua1lib.org/book/3008889/c58b7f>(дата обращения: 24.11.2021).
13. Новейший социологический словарь / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. Минск : Книжный Дом, 2010. 1312 с.
14. Соціологіяміста: сутність, проблеми, основніпоняттяURL:<https://pidru4niki.com/14940807/sotsiologiya/sotsiologiya_mista_sutnist_problemi_osnovni_ponyattya> (дата звернення: 24.11.2021).
15. Маркс, К. (1983) Капитал. Москва: изд–во полит. лит. Т. 1. Кн. 1. 905 с.
16. Энгельс Ф., Маркс К. (1955) Положение рабочего класса в Англии. Собр. соч. Москва: Госполитиздат. Т. 2. 651 с.
17. Тённис Ф. (2002) Общность и общество: основные понятия чистой социологии. Санкт-Петербург: Владимир Даль. 452 с.
18. Зиммель, Г. (2002) Большие города и духовная жизнь *Логос*. №3-4. 23-34 с.URL: <https://magazines.gorky.media/logos/2002/3/bolshie-goroda-i-duhovnaya-zhizn.html>(дата обращения: 24.11.2021).
19. Кравченко, А. И. (2005) История зарубежной социологии. Москва: Культура; Академический проект. 704 с.
20. Лінч К. Образ міста Москва: Стройиздат, 1982. 328 с.
21. Кривошеїн В.В. Урбанізоване суспільство як предмет соціологічного вивчення. Особистість і соціальні інститути в урбанізованому суспільстві: місто Дніпро: монографія: в 2 т. / за заг. ред. В.В. Кривошеїна. Дніпро : ЛізуновПрес, 2018. Т. 1. 8-39 с.
22. Омельченко Н. Соціальний аспект феномену урбанізації. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.* Географічні науки. 2014. № 11. С. 85-89.
23. Лепський М.А. Темпоральність міста як навчальної аудиторії. *Збірка матеріалів ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку»*2020 р Дніпро, 2020 р.С.56-58.
24. Лобанова А.С Брендинг промислового міста як маркетингова технологія: на прикладі м. Кривий Ріг і м. Забже (Польща). *Збірка матеріалів ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку»* 2020 р Дніпро, 2020 р. С.59-62.
25. Сорокіна Л.М. Місто і людина в сучасному світі. *Збірка матеріалів ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку»* 2020 р Дніпро, 2020 р. С. 89-91.
26. Блауберг И.В., ЮдинЭ.Г. Становление и сущность системного подхода. Москва : Наука, 1973. 270 с.
27. Понятиеметодологии. Основныеметодологическиеподходы.URL: <https://cyberpedia.su/12x48fe.html> (дата обращения: 25.11.2021).
28. Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень: курс лекцій. Тернопіль: Економічна думка, 2005. 124 с.
29. Словарь иностранных слов. 18-е изд., стереотип. Москва: Русский язык, 1989. 325 с.
30. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (справочник) / за заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 156 с.
31. Божков, О. Б. Технологиясоциологическогоисследования: какэтоварится: курс лекций.Санкт-Петербург: Эйдос, 2016. 296 с.
32. Ядов В.А. Социологическоеисследование: Методология, программа, методы. Москва : изд-во Наука 1987. 266 с.
33. Ильин Г.Л. Социология и психологияуправления: учебноепособие для студ. высш. учеб. Заведений. 3-е изд., стер. Москва : Издательский центр «Академия», 2010. 192 с.
34. Гудзенко О.З. Міські суспільні рухи: низова мобілізація та ефекти впливу на простір міста. *Збірка матеріалів ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку»* 2020 р Дніпро, 2020 р. С. 18-21.
35. Серегина Т.Н. Коммуникации в городе. *Философия* 2019. № 1. С. 75-79.URL: <http://www.nauteh-journal.ru/files/ab5d6b3f-46e3-4b4f-8a1b-20b059537db2>
36. Камалова В.В., Демичева А.В. Місто як простір комунікації. *Збірка матеріалів ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку»* 2020 р Дніпро, 2020 р. С. 31-33.
37. Еволюціяпросторовогосередовищаміст. Стародавніміста.URL:<http://alyos.ru/enciklopediya/arhitektura_gorodskoj_sredi/tvoluciya_prostranstvennoj_sredi_gorodov_drevnie_goroda.html> (дата звернення 23.11.2021).
38. Загальна характеристика історичнихтипівміст.URL: <https://megalektsii.ru/s67104t3.html> (дата звернення: 23.11.2021).
39. Бокоч Ю.М. Імідж, образ та бренд міста як компоненти територіального маркетингу. *Вісник ХДАК*. 2016. Вип. 49. С. 179.
40. Taipei 101. URL : <https://en.wikipedia.org/wiki/Taipei_101> (дата звернення: 03.12.2021).
41. September 11 attacks.URL : <https://en.wikipedia.org/wiki/September_11_attacks> (дата звернення: 03.12.2021).
42. Новоселов А.М. Образ городакак культурного и туристического центра в восприятии его жителей.URL:<http://www.uresearch.psu.ru/files/articles/432_72685.doc>(дата обращения: 25.11.2021).
43. Степанова С. А. Динамикавизуальноговидагорода: на примере г. Хабаровска: автореф. дис. … канд. архитектуры. 18.00.01. Москва,Московский архитектурный институт. 2006. 27 с.URL : <https://www.dissercat.com/content/dinamika-vizualnogo-obraza-goroda-na-primere-g-khabarovska> (дата обращения: 25.11.2021).
44. Пирогов, С.В. Контурывизуальныхисследованийгорода *ВестникТомскогогосударственногоуниверситета*, 2013. № 376. С. 59-63. URL: <https://www.lib.tsu.ru/mminfo/000063105/376/image/376-059.pdf> (дата обращения: 25.11.2021).
45. Яким критеріям має відповідати сучасне місто? URL:<https://zen.yandex.ru/media/id/5f5b5ee56e60c959b5561a72/kakim-kriteriiam-doljen-sootvetstvovat-sovremennyi-gorod-60ae22544c412a10ce3f9e58> (дата звернення: 24.11.2021).
46. Lynch K. Theimageofthecity.Massachusetts*TwentiethPrintime*, 1990. 194 p.
47. Шувалов Э.С., Лунева И.В. Трансформациявизуального образа ИркутскаURL:[http://fst.my1.ru/load/materialy\_seminarov/ transformacija\_artefaktov\_i\_artefakty\_transformacii/transformacija\_ vizualnogo\_obraza\_irkutska\_kak\_otrazhenie\_civilizacionnykh\_processov/4–1–0–46](http://fst.my1.ru/load/materialy_seminarov/%20transformacija_artefaktov_i_artefakty_transformacii/transformacija_%20vizualnogo_obraza_irkutska_kak_otrazhenie_civilizacionnykh_processov/4–1–0–46)(дата обращения: 24.11.2021).
48. Lopesi S.D.F. Destinationimage: Origins, DevelopmentsandImplications *Pasos*, 2011. Vol. 9. № 2. P. 305-315.URL : <http://pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_07.pdf> (дата звернення: 24.11.2021).
49. Sak S., BasaI.TheRoleoftheTrainStationintheImageFormationoftheEarlyRepublicanAnkara. *JournalofUrbanHistory,* 2012.Vol. 38. № 4. P. 777-802.
50. Калиева О. М., Кудрявцева И. В., Чарикова А. А. Факторы, влияющие на формирование имиджа города, *Молодой ученый*Москва. 2014. № 2 (61) февраль. С. 439-441.URL : <https://moluch.ru/archive/61/9165/>(дата обращения: 25.11.2021).
51. Суртаев В. Я. Молодежь и культура. Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та культуры и искусств, 1999. 224 с.
52. Краткийсловарь по социологии / Под. общ. ред. Д. М. Гвишиани, Н. И. Лапина Москва: Политиздат, 2001. 480 с.
53. Социологическийсловарь / Под ред. Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичев. Москва: Норма, 2008. 607 с.
54. Пак Л.Г. Социализациястуденческоймолодежи в социокультурном контексте.*Соц. гуман. знания*. 2008. N4. С. 163-169.
55. Карий О.І., Панас Я.В.Місцеві ініціативи та залучення громадськості до здійснення місцевого самоврядування. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. Асоціація міст України. Київ : ТОВ «Підприємство«ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 176 с.
56. Венскаядекларация и ПрограммадействийПринята на Всемирнойконференции по правам человека 25 июня 1993 г. в Вене.URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_504#Text> (дата звернення: 1.12.2021).

**ДОДАТКИ**

Додаток А

**Програма соціологічного дослідження**

**І. Методологічна частина**

*1. Формулювання та обґрунтування проблеми.*

Місто є не тільки архітектурним феноменом, а включає уявлення соціокультурної освіти, заповнене різними формами життєдіяльності людей. З допомогою міста формується уявлення образу міста. Образ міста складається у свідомості городянина, мешканця міста, відіграє важливу роль у формуванні особистості та суспільства загалом.

У своїх різноманітних функціях місто стає об'єктом міждисциплінарних досліджень багатьох наук, у тому числі урбаністики, соціології міста, соціальної психології, екології, а також наук філософського профілю: естетики, культурології, філософської антропології. Крім того, образи міста знаходять втілення у художній літературі, образотворчому мистецтві, кіно та телебаченні. Людина надає образу міста певний сенс, конструює його, фактично створює простір, якого було доти, як людина його описав тим чи іншим чином.

Аналіз образу міста у поданні молоді може бути використаний для соціологічного дослідження. Оскільки образ міста у поданні молоді позначає не лише подання та суб'єктивну думку, а й несе частину важливої суспільству інформації. Образ міста є показником соціальних, культурних, економічних змін, які у суспільстві. Аналіз уявлення образу міста у власних очах молоді може відобразити важливі критерії до створення сучасного, просунутого міста.

Проблемнаситуаціяполягає в недостатнім вивченні бажань молоді про модернізацію міста, тим самим відсутній інтерес відвідування даних об'єктів.

*Класифікація проблеми.*Таким чином, дана проблема носить глобальний характер. Є довготривалою та систематично повторювальною.

*2. Об’єкт дослідження –* образ сучасного містав уявленнях молоді.

*3. Предмет дослідження –* уявлення молоді м. Запоріжжя щодо образу сучасного міста.

*4. Мета дослідження:* визначення критеріїв образу сучасного міста в уявленні молоді.

*5. Завдання:*

1. Проаналізувати результати Google-анкетування.

2. Порівняти отримані результати.

3. Виявити які критерії найважливіші для молоді.

*6. Логічний аналіз основних понять*

*Місто*– розвинений комплекс господарства та економіки, з багатонаселеними великими діловими центрами, мегаполіси з великою чисельністю населення, прискореним ритмом життя та концентрацією значних матеріально технічних, культурних ресурсів, та самостійний багатоликий, але цілісний організм.

*Образ* – різнобічне поняття, що включає безліч інших, таких як імідж, субімідж, стереотип, міф та ін.

*Образ-міста* – сукупність характеристик міста, відображених у свідомості людей.

*Імідж міста* – це образ міста, що формується у свідомості людей та впливає на перспективу його розвитку. Імідж міста має певну матеріальну вартість, стає економічним поняттям, що впливає на добробут городян.

*Молодь* – соціально-демографічна група, що має соціальні та психологічні риси, зумовлені віковими особливостями молодих людей, процесом становлення їхнього духовного світу, специфікою становища усоціальній структурі суспільства. Зазвичай до молоді відносять людей віком від 16 до 30 років.

*7. Операціоналізація*

Образ сучасного міста

Соціальна безпека

Соціальна

Демографічна ситуація

Індустрія дозвілля

Стан автошляхів та громадський транспорт

Періодмешкання

Облаштування дитячих ігрових майданчиків

Вік

Умови проживання

Благоустрій

Місця відпочинку

Рівень освіти

Стать

Екологічна ситуація

Чистота вулиць

Переїзд

Район проживання

*Робоча гіпотеза:* 1. Інфраструктура міста відображає критерії образу сучасного міста в уявленні молоді.

2. Чим кращий благоустрій міста, тим кращі умови проживання.

3. Більшість молоді використовує місто для відпочинку.

**ІІ. Методична частина.**

**1. Визначення генеральної сукупності**

Вид інформації: анкетування молоді м. Запоріжжя, віком від 18 до 30 років.

Генеральна сукупність - молодь м. Запоріжжя, віком від 18 до 30 років – 981352 осіб.

**2. Обґрунтування вибіркової сукупності:**

2.1. Метод: заочне індивідуальне анкетування за допомогою Google-анкети.

2.2. Параметри відбору: Молодь віком від 18 до 30 років.

2.3. Об’єм вибіркової сукупності: 230 опитаних.

2.4. Похибка вибірки: 6 %.

**3. Обґрунтування методу збору соціологічної інформації**

Для проведення даного дослідження було обрано метод заочного індивідуального анкетування за допомогою Google-анкети. Анкетування відносять до групи методів, і має назву «опитування».

**4. Логічна структура інструментарію.**

Ознака 1. Період мешкання у місті Запоріжжя:

1.1. Тут жили мої батьки і я тут народився (народилась)

1.2. Все своє життя

1.3. Живу тут понад 25 років

1.4. Понад 10 років

1.5. Понад 5 років

1.6. Менш 5 років

1.7. Зовсім недавно переїхав (-ла) до міста Запоріжжя

Ознака 2. Умови проживання:

2.1. повністю не задоволений

2.2. не задоволений

2.3. ставлюся нейтрально

2.4. задоволений

2.5. повністю задоволений

Ознака 3. Стан автошляхів та громадський транспорт:

3.1. повністю не задоволений

3.2. не задоволений

3.3. ставлюся нейтрально

3.4. задоволений

3.5. повністю задоволений

Ознака 4. Облаштування дитячих ігрових майданчиків:

4.1. повністю не задоволений

4.2. не задоволений

4.3. ставлюся нейтрально

4.4. задоволений

4.5. повністю задоволений

Ознака 5. Екологічна ситуація:

5.1. повністю не задоволений

5.2. не задоволений

5.3. ставлюся нейтрально

5.4. задоволений

5.5. повністю задоволений

Ознака 6. Чистота вулиць:

6.1. повністю не задоволений

6.2. не задоволений

6.3. ставлюся нейтрально

6.4. задоволений

6.5. повністю задоволений

Ознака 7. Місце відпочинку: Набережна, Парк відпочинку «Дубовий гай», Острів Хортиця, Вознесенський парк, Бульвар Шевченко, Парк енергетиків, ТРЦ Аврора, ТРЦ Україна, ТРЦ Пальміра-Плаза, Концертна зала

ім. Глінки, Музично-драматичний театр ім. В. Г. Магара, Запорізький театр молоді, Театр и театральна студія «Новий театр», Кінотеатр ім. Маяковського, Кінотеатр ім. Довженка:

7. 0. не відвідую

7.1. близько 1 разу на рік

7.2. раз на півроку

7.3. раз на декілька місяців

7.4. раз на місяць

7.5. кожного тижня

Ознака 8. Сучасне місто:

8.1. комфортні умови проживання

8.2. безпечна екологічна ситуація

8.3. безпека на вулицях

8.4. облаштовані дитячі ігрові майданчики

8.5. сучасні автошляхи та якісні дороги

8.6. широкий вибір рекреаційних зон: парки, сквери, тощо

8.7. організовані місця проведення дозвілля: кафе, ресторани

8.8. мережа закладів культури: музеї, кінотеатри, театри, бібліотеки тощо

Ознака 9. Пріоритетне завдання у благоустрою:

9.1. ремонт під'їздів та прибирання дворів

9.2. створення дитячих та спортивних майданчиків

9.3. реконструкція парків та скверів

9.4. зовнішній вигляд міста, додаткове озеленення

9.5. ремонт доріг

9.6. створення нових паркувальних місць

Ознака 10. Планування переїзду:

10.1. так

10.2. ні

10.3. важко відповісти

Ознака 11. Вік:

11.1. до 18 років

11.2. 18-20 роки

11.3. 20-25 роки

11.4. 25-30 роки

11.5 30-50

Ознака 12. Стать:

12.1. чоловіча

12.2. жіноча

Ознака 13. Район проживання?

13.1. Олександрівський (колишній Жовтневий)

13.2. Заводський

13.3. Комунарський

13.4. Дніпровський (колишній Ленінський)

13.5. Вознесенівський (колишній Орджонікідзевський)

13.6. Хортицький

13.7. Шевченківський

**5. Логічні схеми обробки інформації**

Ознака: – Ознака:

8 ↔ 3,4,5,6,7

2 ↔ 3,4,5,6,7

9 ↔ 2

1 ↔ 11,10,12,13,14

Додаток Б

*Таблиця 1*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Total |  | Total | 10.0% | 45 | 19.6% | 55 | 23.9% | 73 | 31.7% | 26 | 11.3% | 8 | 3.5% | 230 | 100.0% |
|  |  | Шевченківський | 1 | 7.1% | 3 | 21.4% | 3 | 21.4% | 3 | 21.4% | 2 | 14.3% | 2 | 14.3% | 14 | 100.0% |
|  |  | Хортицький | 2 | 12.5% | 2 | 12.5% | 3 | 18.8% | 7 | 43.8% | 2 | 12.5% | 0 | 0.0% | 16 | 100.0% |
| **Пріоритетне\_завдання \* Район Crosstabulation** |  | Вознесенівський | 4 | 13.8% | 6 | 20.7% | 9 | 31.0% | 4 | 13.8% | 2 | 6.9% | 4 | 13.8% | 29 | 100.0% |
| Район | Дніпровський | 9 | 10.8% | 13 | 15.7% | 16 | 19.3% | 35 | 42.2% | 9 | 10.8% | 1 | 1.2% | 83 | 100.0% |
|  | Комунарський | 3 | 8.8% | 8 | 23.5% | 10 | 29.4% | 5 | 14.7% | 7 | 20.6% | 1 | 2.9% | 34 | 100.0% |
|  | Заводський | 3 | 10.0% | 4 | 13.3% | 11 | 36.7% | 9 | 30.0% | 3 | 10.0% | 0 | 0.0% | 30 | 100.0% |
|  | Олександрівський | 1 | 4.2% | 9 | 37.5% | 3 | 12.5% | 10 | 41.7% | 1 | 4.2% | 0 | 0.0% | 24 | 100.0% |
|  |  |  | Count | % within Район | Count | % within Район | Count | % within Район | Count | % within Район | Count | % within Район | Count | % within Район | Count | % within Район |
|  |  |  | Ремонт під'їздів та прибираннядворів | | Створеннядитячих та спортивнихмайданчиків | | Реконструкціяпарків та скверів | | Зовнішнійвиглядміста, додатковеозеленення | | Ремонт доріг | | Створенняновихпаркувальнихмісць | | Total | |
|  |  |  | Пріоритетне\_завдання | | | | | | | | | | | |

*Таблиця 2*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Пріоритетне\_завдання \* Стать Crosstabulation** | | | | | |
|  | | | Стать | | Total |
| Чоловіки | Жінки |
| Пріоритетне\_завдання | Ремонт під'їздів та прибираннядворів | Count | 10 | 13 | 23 |
| % withinСтать | 12.7% | 8.6% | 10.0% |
| Створеннядитячих та спортивнихмайданчиків | Count | 16 | 29 | 45 |
| % withinСтать | 20.3% | 19.2% | 19.6% |
| Реконструкціяпарківтаскверів | Count | 22 | 33 | 55 |
| % withinСтать | 27.8% | 21.9% | 23.9% |
| Зовнішнійвиглядміста, додатковеозеленення | Count | 18 | 55 | 73 |
| % withinСтать | 22.8% | 36.4% | 31.7% |
| Ремонтдоріг | Count | 10 | 16 | 26 |
| % withinСтать | 12.7% | 10.6% | 11.3% |
| Створенняновихпаркувальнихмісць | Count | 3 | 5 | 8 |
| % withinСтать | 3.8% | 3.3% | 3.5% |
| Total | | Count | 79 | 151 | 230 |
| % withinСтать | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

*Таблиця 3*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | не відвідую | близько 1 разу на рік | раз на півроку | раз на декілька місяців | раз на місяць | кожного тижня | Всього  (Кіл-ть опитаних) |
| Місця відпочинку: |  |  |  |  |  |  |  |
| Набережна |  | 59 | 52 | 55 | 41 | 23 | 230 |
| Парк відпочинку «Дубовий гай» |  | 43 | 55 | 73 | 41 | 18 | 230 |
| Острів Хортиця | 1 | 52 | 55 | 68 | 40 | 14 | 230 |
| Вознесенський парк | 3 | 57 | 62 | 60 | 33 | 15 | 230 |
| Бульвар Шевченко | 1 | 45 | 52 | 76 | 37 | 19 | 230 |
| Парк енергетиків | 5 | 48 | 63 | 65 | 31 | 18 | 230 |
| ТРЦ Аврора | 2 | 47 | 61 | 77 | 27 | 16 | 230 |
| ТРЦ Україна | 5 | 53 | 68 | 66 | 26 | 12 | 230 |
| ТРЦ Пальміра-Плаза | 22 | 61 | 61 | 47 | 25 | 14 | 230 |
| Концертна зала ім. Глінки | 15 | 52 | 78 | 42 | 22 | 21 | 230 |
| Музично-драматичний театр ім. В. Г. Магара | 28 | 48 | 68 | 49 | 21 | 16 | 230 |
| Запорізький театр молоді | 40 | 56 | 58 | 44 | 15 | 17 | 230 |
| Театр и театральна студія «Новий театр» | 40 | 76 | 42 | 35 | 19 | 18 | 230 |
| Кінотеатр ім. Маяковського | 12 | 58 | 48 | 64 | 28 | 20 | 230 |
| Кінотеатр ім. Довженка | 3 | 57 | 43 | 76 | 26 | 25 | 230 |