

## Образ современного идеального города в разных возрастных группах

### Наталья Ивановна Хохлова

кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии  
Сургутский государственный университет  
Сургут, Россия  
Hohlova-ni@yandex.ru  
 0000-0001-8266-9629

### Людмила Васильевна Шibaева

доктор психологических наук, профессор факультета психологии  
Сургутский педагогический университет  
Сургут, Россия  
shibaeva2003@gmail.com  
 0000-0001-9261-9860

Поступила в редакцию 26.06.2021

Принята 14.07.2021

Опубликована 15.08.2021

 10.25726/m4149-5255-3387-1

### Аннотация

Город является средством для образа жизни. Когда обеспеченные люди на досуге посещают культурные мероприятия, для малообеспеченных слоев населения именно улицы города являются единственной альтернативой телевидению как способу провести свое свободное время. К сожалению, современные города являются более выгодными для передвижения автомобилей, а не жизни людей. Мы должны сделать все, чтобы это было не так. Идеальный город - тот, в котором людям нравится быть на улице. Люди не используют общественное пространство города только для передвижения – они там общаются, отдыхают, целуются. Поэтому приоритетом городских властей должно быть развитие общественного пространства. Рассматривается проблема изучения жизнеспособности населения города как социально-психологического явления. Акцентируется внимание на ценностно-аффективном компоненте. Были определены характеристики благоприятного будущего города, которые связаны в первую очередь с внешним видом, комфортностью и перспективой развития города. Направленность активности горожан констатируется в сфере саморазвития (необходимость увеличения учебных заведений) и трудовой занятости (наличие мест для работы). В ответах преобладают индивидуальные потребности, своеобразная эгоцентричность по отношению к пространству проживания.

### Ключевые слова

идеальный город, жизнеспособность, метод контент-анализа.

Работа подготовлена в рамках Гранта РФФИ № 20-013-00461 "Ценностно-аффективный компонент жизнеспособности разных групп горожан в условиях проживания в "кризисном городе" и "мегаполисе".

### Введение

В настоящее время новым и актуальным вопросом для исследования выступает изучение жизнеспособности населения города как социально-психологического явления. Этот феномен рассматривается как «свойство большой группы, способствующее оптимизации ее коммуникативных, ценностных, социальных, ментальных и др. ресурсов в процессе обеспечения психологического

благополучия, преодоления кризисных ситуаций, реализации потенциальных возможностей развития, а также стимулирующее активность горожан на позитивное преобразование окружающей городской среды" (Дробышева, 2016). Данное направление исследования приобретает все большее значение для характеристики ресурсов развития моногородов (Любовный, 1998).

Исследования, характеризующие самоопределение человека, сознательно выбирающего город как место постоянного проживания, принимающего на себя ответственность за разрешение сложившихся в укладе города проблем, мало представлены в современной урбанистике, культурологии, социологии и психологии, выступая как все более четко оформляющаяся междисциплинарная проблема (Социально-психологические исследования города, 2016). Жизнеспособность можно рассматривать с позиции трех основных компонентов: когнитивного, ценностно-аффективного и мотивационно-волевого. Мы акцентируем внимание на ценностно-аффективном компоненте. Позитивный ценностно-эмоциональный статус горожан является и условием, и следствием позитивного эмоционального климата, поддерживает их оптимизм и уверенность в благоприятном будущем (Chang, 2016). Переживание сопричастности, принадлежности к городскому сообществу порождает активную позицию городских слоев населения в проблемных ситуациях, направляет вектор их активности на разрешение проблем, а не на фиксацию бессилия их разрешения, определяет смысловой аспект жизни в данном месте проживания. Это выступает основой культурной перспективы коллективной жизнеспособности (Покатиловская, 2019).

Компоненты и эволюция понятийно-терминологического аппарата урбанистического дискурса формируются вследствие действия нескольких факторов: отчетливых изменений в структуре романа вследствие вытеснения миметического типа прозы немиметическим; формирование огромного корпуса текстов, где город является одним из главных персонажей; а также подвижностью дефинитивными границ жанров и междужанровых образований как тенденции современного литературного процесса. Так, под «топосом города» понимаем предметно-смысловую данность города, воссозданную в тексте совокупность городских реалий, очерченных и локализованных в определенном времени-пространстве. Тогда как семантическая модель города является обобщенным образом города, опраивляются во всей системе текста:

- 1) в его проблемно-тематическом направлении;
- 2) в характере художественного топосу города, его сюжетных моделях и приемах их предметно-образной конкретизации и тому подобное;
- 3) в композиционных особенностях;
- 4) в поэтике стиля произведения;
- 5) в авторской идейно-эстетической интерпретации, которая обуславливает художественный ракурс реализации определенной семантической модели города.

Если городской текст – это произведение, в котором актуализирована тема города, то их совокупность образует городской (урбанистический) дискурс как художественное воспроизведение урбанистической культуры, ее генезиса, развития и перспектив. Актуальность урбанистической литературы обусловило перемещение мировоззренческих позиций писателей в город, урбанизированный социум, которые выступают в произведениях генератором исторического и цивилизационного развития человека и общества.

С изменением классического типа мышления неклассическим возникла необходимость в новой терминологии и новейшего понимания городского текста, который начинает трактоваться в двух плоскостях – как объект материальной реальности и как семиотический объект. С дальнейшими разработками концепции представителей Тартуско-московской школы в литературоведении формируется такое новое направление, как гуманитарная география, которая изучает способы и системы представлений, интерпретаций и репрезентаций географического пространства в человеческой деятельности. На пересечении научных интересов современных географов, этнографов, философов, социологов, культурологов и филологов геополитика. Франко-шотландский поэт и эссеист К. Уайт, который в 1980-х гг. ввел этот термин, определил его как «и тень идеологии, изнанку геополитики», и поле для осмысления поэтико-географических, пространственных аспектов. В литературе конца XX в.

формируется метагеография города как " конструирование, разработка специфических ментально-географических пространств, в структуре которых главные роли принадлежат знакам и символам определенного города, а также пространственным представлениям о нем».

В условиях доминирования мифомыслия в литературе XX века городское пространство начало восприниматься как сакральное, а следовательно это приводит к его семиотизации. Положение о взаимодействии культуры и пространства через систему кодов и символов (прежде всего в трудах) сформировали семиотическую модель культуры города, где за объект анализа городского текста была выбрана уже не география или городская архитектура, а художественная литература, в которой фигурировал город, в частности базовые для семиотики города категории «текст», «символ», «миф».

Символика и мифология урбанистического пространства и времени предстают главными в семиотическом анализе городской текста. Хотя категории «художественное время», «художественное пространство», «хронотоп» и проблемы их классификации и выявления функций в художественных моделях мира, воплощенные в городских топосах, продолжают оставаться дискуссионными, постмодернистский подход толкованию времени и пространства заключается в воспроизведении известных моделей и оперировании ими на игровых началах. В частности, в труде «урбанистический хронотоп в постмодернистском романе» (Нуйкина, 2015).

Целью исследования, представленного в данной статье, является характеристика специфики социальных представлений об идеальном городе проживания разных по возрасту групп населения северного города в приполярном регионе. Основным методом выступал контент-анализ. Исследование проводилось в два этапа: 1) анализ страницы мэра города в инстаграмме (январь-апрель 2020г); 2) анализ ответов на вопрос в анкете для жителей города, в котором предлагалось: "Написать несколько ассоциаций, которые возникают у вас в связи с образом идеального города Сургута в будущем. Каким бы вы хотели видеть этот город?". Количество респондентов - 246 человек в возрасте 18-79 лет.

#### **Материалы и методы исследования**

Основным методом анализа выступал контент-анализ высказываний жителей города. Как известно, контент-анализ – это метод качественного и количественного изучения документов основан на принципе частотности (повторяемости) смысловых и формальных элементов. Сущность метода в систематической, обоснованной и надежной фиксации заданных единиц изучаемого содержания: эмпирических индикаторов, которые могут свидетельствовать об определенных характеристиках авторской позиции создателя. (Smeeke, 2013)

Подготовка и реализация контент-анализа в исследовательских целях проводится в несколько этапов. В содержание этапов входят планирование программы исследования с применением метода контент-анализа, отбор массива эмпирического материала, составление кодировочной инструкции, апробация методики на выборочном материале с последующей корректировкой; кодировка исследуемого материала, статистическая обработка полученных количественных данных, интерпретация и обсуждение полученных результатов (Хохлова, Шibaева; 2020).

С целью обобщения системы высказываний (ассоциаций), нами были выделены эмпирические индикаторы, соотносимые с особенностями позиции авторов, позволяющие соотнести их с теоретически намеченной шкалой позиции горожанина.

##### **1 этап**

Цель первого этапа исследования: изучить отношение жителей города Сургута к проблемам городского пространства. Материалом исследования стали комментарии на странице главы города Сургута в Instagram. Контент-аналитическое исследование проходило по следующей кодировочной инструкции: категории (вид обозначенной проблемы); индикаторы (конкретизация проблемы; вид высказывания; способ решения; глубина анализа, оценка). Вид обозначенной проблемы включает следующие параметры:

- 1) внешний вид: дизайн домов; реклама; парки; освещение; иллюминация;
- 2) экология: уборка снега; вывоз мусора; ливнёвки;

3) коммуникация: конфликты в сфере образования; взаимодействие жителей и администрации; взаимодействие жителей и управляющих компаний;

4) инфраструктура: дороги; регулировка светофоров; транспорт; дворы.

Виды высказываний: заявление проблемы; объяснение проблемы; критика; инициатива.

Наиболее часто встречающимся видом проблемы в городе являются вопросы экологии и инфраструктуры. Проблема экологии – 23%, проблема инфраструктуры – 34%. При рассмотрении конкретизации проблем, то самыми популярными вопросами стали: уборка снега – 23%; состояние и качество дорог – 18%; взаимодействие жителей и администрации города – 14%. Способ решения в 50% случаев отсутствует: лишь 26% жителей предлагают конструктивный способ решения, а оставшиеся 24% выступают с требованиями. Эмоциональная оценка проблем города в 51% случаев нейтральная, 14% - положительная и 35% - отрицательная.

Следует отметить, что для жителей приоритетно решение текущих вопросов, связанные с ситуативными проблемами "здесь и сейчас".

2 этап исследования

Целью второго исследования было определение ценностно-аффективного компонента в оценке будущего города. Важно было определить характеристики благоприятного будущего, направленность активности горожан.

Жителям города был предложен вопрос в составе анкеты: "Написать несколько ассоциаций, которые возникают у вас в связи с образом идеального города Сургута в будущем. Каким бы вы хотели видеть этот город?". Количество респондентов - 137 человек в возрасте 18-79 лет.

### Результаты и обсуждение

На основе контент-анализа ответов респондентов трех групп были определены категории (таблица 1). Расчет процентной составляющей категории, проводился исходя из соотношения общего количества ответов респондентов определенной группы и количества фраз, относящихся к той или иной категории.

Таблица 1. Значимые аспекты в оценке идеального города разными возрастными группами

| Категории                                    | 18-35 лет<br>(1 группа) | 36-60 лет<br>(2 группа) | 60 -79 лет<br>(3 группа) |
|--|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Внешний вид                                  | 35,1%                   | 33,3%                   | 16,7%                    |
| Комфортность                                 | 30,5%                   | 41,7%                   | 3,3%                     |
| Перспектива развития                         | 17,6%                   | 5 %                     | 40%                      |
| Культурное пространство города               | 6,1%                    | 15%                     | -                        |
| Девизы (обеспеченный и благополучный город)  | 3,9%                    | 5%                      | 10%                      |
| Экология                                     | 3%                      | -                       | -                        |
| Коммуникация качества жителей, администрация | 2,3%                    | 5%                      | 30%                      |
| Статусность города                           | 1,5%                    | -                       | -                        |

Для респондентов Группы 1, Группы 2 приоритетными оказались "Внешний вид" и "Комфортность" проживания в городе. Для Группы 1, Группы 3 важным является "Перспектива развития", а для Группы 2 - "Культурное пространство города". Большое количество высказываний в Группе 3 относится к категории "Перспектива развития". В этом аспекте возрастные горожане ориентированы на заботу о своих подрастающих внуках.

Далее рассмотрим содержание категорий в оценке идеального города разными возрастными группами.

Таблица 2. Содержание категории "Внешний вид" в оценке идеального города разными возрастными группами

| Значимые аспекты | 18-35 лет<br>(1 группа)  | 36-60 лет<br>(2 группа)   | 60 -79 лет<br>(3 группа)   |
|------------------|--|---|--|
| Внешний вид      | "чистым" (дворы, улицы, подъезды, дома, отсутствие мусора);<br>"эстетичным", "красивым"; "свежим",<br>"цветущим", "с большим количеством<br>зелёных зон"; "большим количеством<br>парков"; "озеленённый" | "чистым"; "наличие<br>парков"; "зелёных<br>насаждений"; "уютный";<br>"красивый";<br>"яркий" | "чистым";<br>"широкие улицы"<br>(тротуары);<br>"малозэтажных<br>зданий больше,<br>чем высоток" |

Во всех группах наиболее часто упоминается "чистый" и необходимости наличия зеленых насаждений. Причем в Группе 1 представлено большая вариативность данной категории.

Таблица 3. Содержание категории " Комфортность" в оценке идеального города разными возрастными группами

| Значимые аспекты | 18-35 лет<br>(1 группа)  | 36-60 лет<br>(2 группа)   | 60 -79 лет<br>(3 группа) |
|------------------|--|---|--------------------------|
| Комфортность     | "развитая<br>инфраструктура";<br>"удобный";<br>"комфортный";<br>"хорошие дороги" | "хорошие транспортные развязки";<br>"хорошие дороги", "комфортный";<br>"современные детские игровые площадки<br>уличные и крытые"; "летние зоны отдыха<br>на берегу реки Оби";<br>"разнообразные магазины" (выбор<br>товаров) | "удобно"                 |

Констатируется вариативность высказываний относительно данной категории в Группе 2.

Таблица 4. Содержание категории " Перспектива развития" в оценке идеального города разными возрастными группами

| Значимые аспекты     | 18-35 лет<br>(1 группа)   | 36-60 лет<br>(2 группа)                          | 60 -79 лет<br>(3 группа)   |
|----------------------|---|--|--|
| Перспектива развития | "развивающийся мегаполис, в<br>котором процветает экономика,<br>медицина и нефтяная отрасль";<br>"развивающийся";<br>"увеличение градообразующих<br>организаций";<br>"больше средних и высших<br>учебных заведений" | "экономическое<br>развитие"; "наличие<br>работы" | "Город для заработка" <sup>4</sup><br>"платформа для<br>развития"<br>(развивающийся);<br>"город с будущим";<br>"много образовательных<br>учреждений";<br>"светлое будущее для<br>внуков" |

Для Группы 2 перспективность развития города связано с наличием рабочих мест, при том, что Группа 1 констатирует доступность вариативности как в собственном развитии, так и возможности трудоустройства.

Таблица 5. Содержание категории " Культурное пространство города" в оценке идеального города разными возрастными группами

| Значимые аспекты               | 18-35 лет<br>(1 группа)   | 36-60 лет<br>(2 группа)   | 60 -79 лет<br>(3 группа) |
|--------------------------------|---|---|--------------------------|
| Культурное пространство города | "культурный досуг";<br>"город со своими традициями и ценностями";<br>"больше мест для посещения, например музеи, выставки и т.д. ";<br>"развитая инфраструктура в сфере культуры";<br>"мероприятия, с огромным количеством мест для досуга" | "поселения малочисленных народов севера";<br>"разносторонние клубы для молодежи (клуб настольных игр, интеллектуальный клуб и пр.) ";<br>"обзорные экскурсии по городу и культурно-историческим заповедникам"; "детский театр с регулярными спектаклями";<br>"молодежный со славянской культурой";<br>"высокотехнологичный" | -                        |

В Группе 2, в отличие от других, разнообразным тезаурусом представлена категория "Культурное пространство города", что свидетельствует о дифференциации и конкретности желаний жителей.

Таблица 6. Содержание категории "Коммуникация, качества жителей, администрация" в оценке идеального города разными возрастными группами

| Значимые аспекты                              | 18-35 лет<br>(1 группа)   | 36-60 лет<br>(2 группа)                           | 60 -79 лет<br>(3 группа)  |
|---|---|---|---|
| Коммуникация, качества жителей, администрация | "дружелюбный"; "город, в котором рады туристам, особенно в зимнее время года" | "жители образованные";<br>"душевные";<br>"добрые" | "порядочное руководство города",<br>"ответственность чиновников за область своей деятельности";<br>"добропорядочные жители";<br>"город для жителей, а не временное пристанище"; "жители добрые" (искренние) |

"Коммуникация, качества жителей, администрация" актуальная категория для старших жителей города.

Таким образом, приоритетным аспектом ценностно-аффективного компонента в оценке будущего города для наиболее активной части горожан - внешний вид города, комфортность проживания. Причем респонденты Группы 2, описали "Культурное пространство города" более дифференцировано, по сравнению с другими категориями, несмотря на то, что общего количества высказываний было не много (15%).

Поскольку респонденты разных возрастов высказывали свои представления относительно будущего идеального города Сургута, то важно определить эмоциональную оценку к будущему данного города. Респондентам предлагалось ответить на вопрос анкеты: "Оцените свои чувства по отношению к будущему Вашего города. Каким Вам представляется будущее Сургута?".

В целом, для трех групп констатируется позитивное отношение к будущему Сургута. У старшего поколения (Группа 3) ярко выраженное позитивное отношение к будущему, при констатации его непредсказуемости. Следует обратить внимание на ряд особенностей исследуемой оценки. Больше

негативных характеристик демонстрируют респонденты Группы 1: будущее "безнадежное" и "темное". Помимо данного, "непредсказуемость" неоднозначная характеристика для Группы 1 и Группы 2, результаты практически равномерно распределились между тремя характеристиками (крайние полюса и нечто среднее).

Таблица 7. Характеристики будущего в разных возрастных группах

| Характеристики будущего           | 18-35 лет<br>(1 группа) | 36-60 лет<br>(2 группа) | 60 -79 лет<br>(3 группа) |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Непредсказуемое                   | 36,6%*                  | 39%*                    | 62%                      |
| Светлое                           | -                       | 58,6%                   | 57,2%                    |
| Темное                            | 57,7%                   | -                       | -                        |
| Исполненное надежд<br>Безнадежное | -<br>46,2%              | 48,7%<br>-              | 64,2%                    |
| Прекрасное                        | 59,5%                   | 68,4%                   | 83,3%                    |
| Успешное                          | 40,4%*                  | 46,4%                   | 52,4%                    |
| Осмысленное                       | 72,2%                   | 61%                     | 78,5%                    |
| Зависит от нас                    | 63,5%                   | 34,2%                   | 73,7%                    |
| Насыщенное событиями              | 69,1%                   | 56,2%                   | 88%                      |

\* показатели, незначимо отличающиеся от другого полюса характеристики (по критерию Манна-Уитни, при  $p \leq 0,01$ )

Привлекает внимание, что большое количество (48,8%) представителей зрелого поколения (Группы 2) считают- "будущее не зависит от нас". Это своеобразная реакция на социально-экономическую и политическую ситуацию. Например, в городе, на момент проведения исследования, активно обсуждался вопрос вырубки парка в центре города (называемое "реконструкция парка за Саймой") и размещение на этом месте несколько кафе, многоэтажки, футбольного поля. В данном парке, располагающемся на берегу реки, разнообразная флора и фауна. Место активно посещает большая часть жителей в разное время года (прогулки пешие, на велосипедах, на лыжах). Перед проведением реконструкции, было проведено массовое онлайн голосование горожан (в организациях было обязательным условием выбрать объект для реконструкции). К сожалению, в описании проекта, перечень изменений был представлен не явно и очень мелким шрифтом. Горожане (несколько тысяч) проголосовали за реконструкцию, не вникая в сущность проекта. Активная деятельность ряда горожан (в основном, представителей зрелого возраста) способствовала приостановке данной деятельности. Но недоверие ряду членов администрации города, строительным организациям (активно вырубаящим кедровый лес для застройки многоэтажек) остается актуальным.

Таким образом, у наиболее профессионально-активной части населения констатируется неоднозначная оценка будущего города, но в целом оно позитивное: "прекрасное", "осмысленное", "насыщенное событиями".

### Заключение

В целом стоит отметить синкретическое представление о будущем города у большинства респондентов. Определены значимые моменты городского пространства, но отсутствует конкретизация представлений. Большинство участников демонстрируют созерцательную позицию стороннего наблюдателя.

Наиболее актуальными вопросами, требующие быстрого решения являются вопросы экологии и инфраструктуры.

В определении ценностно-аффективного компонента в оценке будущего города. Были представлены характеристики благоприятного будущего города, которые связаны в первую очередь с внешним видом, комфортностью и перспективой развития города. Необходимость организации культурно-массовых мероприятий упоминается, но только представители Группы 2 отметили

своеобразие города (малочисленные народы и пр.). Направленность активности горожан констатируется в сфере саморазвития (необходимость увеличения учебных заведений) и трудовой занятости (наличие мест для работы). В ответах преобладают индивидуальные потребности, своеобразная эгоцентричность по отношению к пространству проживания. Помимо данного, около 50% респондентов в возрасте 36-60 лет убеждены в отсутствии действенности собственного участия, влияющее на процесс жизнедеятельности города. Именно данный факт снижает активность горожан в участии преобразования, а зачастую защиты городской среды. Усугубляет данную ситуацию - отсутствие информированность жителей об изменениях в городе (реконструкции, строительство новых объектов) при этом важно учитывать, что планируемые объекты зачастую не соответствуют реально возведенным. Таким образом, выстраивание коммуникаций, информирование, привлечение жителей к изменению городского пространства становится основой их сопричастности городскому пространству и переориентации с потребительского отношения к созидательному.

### Список литературы

1. Дробышева Т. В., Емельянова Т. П. Жизнеспособность горожан: содержание понятия, теоретические и эмпирические возможности его применения // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2020. Т. 9, вып. 3 (35). С. 232–240. DOI: <https://doi.org/10.18500/2304-9790-2020-9-3-232-240>
2. Любовный В. Я., Пчелинцев О.С., Герцберг Л.Я. Кризисные города России: пути и механизмы социально-экономической реабилитации и развития. Москва: Московский общественный фонд, 1998. 95с.
3. Нуйкина Е. Социальная жизнеспособность северного города в современных условиях: лидерство и низовая активность населения // Известия Коми научного центра УрО РАН. Сыктывкар, 2015. Выпуск 3(23). С. 156-160.
4. Покатиловская Е.Н., Хохлова Н.И., Шibaева Л.В. Динамика семантики образа города как условие и результат самоопределения студентов в позиции субъекта городского сообщества // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2019. № 1. С. 271-286. DOI: 10.25588/CSPU.2019.54.82.017
5. Покатиловская Е.Н., Шibaева Л.В. Образ города проживания в представлениях жителей с разной городской идентичностью // Социальная и экономическая психология. 2019. Том 4, №2 (14). С. 192-208.
6. Социально-психологические исследования города. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. 267 с.
7. Хохлова Н.И., Шibaева Л.В. Авторская позиция создателей социальной видеорекламы как проявление жизнестойкости молодежного сообщества города // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2020. Т9, №1А. С. 205-216. DOI: 10.34670/AR.2020.45.1.023
8. Belinda M. Craig, Ottmar V. The influence of multiple social categories on emotion perception // Journal of Experimental Social Psychology. 2018. Vol 79. P. 413- 423.
9. Chang L., Gershman S., Cikara M. Comparing value coding models of context-dependence in social choice // Journal of Experimental Social Psychology. 2019. Vol 86. P. 417-440.
10. Liberman N., Sagristano M., Trope Y. The effect of temporal distance on level of mental construal // Journal of Experimental Social Psychology. 2002. Vol 44. P. 327-341.
11. Purdom, C. B. The Garden City: A Study in the Development of a Modern Town. London: Dent & Sons, 1913.
12. Sadoux, Stéphane, F. Cantaroglou and A. Gloor. 'The Governance of New Communities in Britain, France and North America, 1815–2004: The Quest for the Public Interest?'. A City of One's Own. Blurring the Boundaries Between Private and Public. Ed. Sophie Body-Gendrot, Jacques Carré and Romain Garbaye. Aldershot: Ashgate, 2008. 71–93.
13. Shadwell, Arthur. Industrial Efficiency. A Comparative Study of Industrial Life in England, Germany and America. London: Longmans, Green & Co, 1905.

14. Smeekes A., Verkuyten M. Collective self-continuity, group identification and in-group defense // Journal of Experimental Social Psychology. 2013. Vol 49. P. 726- 232.
15. Tizot, Jean-Yves. 'Radical legacy or intellectual indelicacy? Ebenezer Howard's use of "the most admirable project of Thomas Spence" in the Garden City concept', Miranda 13/2016, Online since 17 November 2016. URL : <http://miranda.revues.org/9173> ; DOI : 10.4000/miranda.9173

### The image of a modern ideal city in different age groups

#### **Natalia I. Khokhlova**

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of Psychology  
Surgut State University  
Surgut, Russia  
Hohlova-ni@yandex.ru  
 0000-0001-8266-9629

#### **Lyudmila V. Shibaeva**

Doctor of Psychological Sciences, Professor of the Faculty of Psychology  
Surgut Pedagogical University  
Surgut, Russia  
shibaeva2003@gmail.com  
 0000-0001-9261-9860

Received 26.06.2021

Accepted 14.07.2021

Published 15.08.2021

 10.25726/m4149-5255-3387-I

#### **Abstract**

The city is a means for a way of life. When well-off people attend cultural events at their leisure, for low-income segments of the population, it is the streets of the city that are the only alternative to television as a way to spend their free time. Unfortunately, modern cities are more profitable for the movement of cars, rather than people's lives. We must do everything to make sure that this is not the case. The ideal city is one in which people like to be on the street. People do not use the public space of the city only for movement – they communicate there, relax, kiss. Therefore, the priority of the city authorities should be the development of public space. The problem of studying the viability of the city's population as a socio-psychological phenomenon is considered. Attention is focused on the value-affective component. The characteristics of a favorable future of the city were determined, which are primarily related to the appearance, comfort and prospects for the development of the city. The orientation of the activity of citizens is stated in the field of self-development (the need to increase educational institutions) and employment (the availability of places to work). The answers are dominated by individual needs, a kind of egocentricity in relation to the living space

#### **Keywords**

an ideal city, viability, a method of content analysis.

The work was prepared within the framework of the RFBR Grant No. 20-013-00461 "Value-affective component of the viability of different groups of citizens in the conditions of living in a "crisis city" and "megapolis"

## References

1. Drobysheva T. V., Emel'janova T. P. Zhiznesposobnost' gorozhan: sodержanie ponjatija, teoreticheskie i jempiricheskie vozmozhnosti ego primenenija // Izv. Sarat. un-ta. Nov. ser. Ser. Akmeologija obrazovanija. Psihologija razvitija. 2020. T. 9, vyp. 3 (35). S. 232–240. DOI: <https://doi.org/10.18500/2304-9790-2020-9-3-232-240>
2. Ljubovnyj V. Ja., Pchelincev O.S., Gercberg L.Ja. Krizisnye goroda Rossii: puti i mehanizmy social'no-jekonomicheskoj reabilitacii i razvitija. Moskva: Moskovskij obshhestvennyj fond, 1998. 95s.
3. Nujkina E. Social'naja zhiznesposobnost' severnogo goroda v sovremennyh uslovijah: liderstvo i nizovaja aktivnost' naselenija // Izvestija Komi nauchnogo centra UrO RAN. Syktyvkar, 2015. Vypusk 3(23). S. 156-160.
4. Pokatilovskaja E.N., Hohlova N.I., Shibaeva L.V. Dinamika semantiki obraza goroda kak uslovie i rezul'tat samoopredelenija studentov v pozicii sub#ekta gorodskogo soobshhestva // Vestnik Juzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta. 2019. № 1. S. 271-286. DOI: [10.25588/CSPU.2019.54.82.017](https://doi.org/10.25588/CSPU.2019.54.82.017)
5. Pokatilovskaja E.N., Shibaeva L.V. Obraz goroda prozhivanija v predstavlenijah zhitelej s raznoj gorodskoj identichnost'ju // Social'naja i jekonomicheskaja psihologija. 2019. Tom 4, №2 (14). S. 192-208.
6. Social'no-psihologicheskie issledovanija goroda. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2016. 267 s.
7. Hohlova N.I., Shibaeva L.V. Avtorskaja pozicija sozdatelej social'noj videoreklamy kak projavlenie zhiznestojkosti molodezhnogo soobshhestva goroda // Psihologija. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovanija. 2020. T9, №1A. S. 205-216. DOI: [10.34670/AR.2020.45.1.023](https://doi.org/10.34670/AR.2020.45.1.023)
8. Belinda M. Craig, Ottmar V. The influence of multiple social categories on emotion perception // Journal of Experimental Social Psychology. 2018. Vol 79. P. 413- 423.
9. Chang L., Gershman S., Cikara M. Comparing value coding models of context-dependence in social choice // Journal of Experimental Social Psychology. 2019. Vol 86. P. 417-440.
10. Liberman N., Sagristano M., Trope Y. The effect of temporal distance on level of mental construal // Journal of Experimental Social Psychology. 2002. Vol 44. P. 327-341.
11. Purdom, C. B. The Garden City: A Study in the Development of a Modern Town. London: Dent & Sons, 1913.
12. Sadoux, Stéphane, F. Cantaroglou and A. Gloor. 'The Governance of New Communities in Britain, France and North America, 1815–2004: The Quest for the Public Interest?'. A City of One's Own. Blurring the Boundaries Between Private and Public. Ed. Sophie Body-Gendrot, Jacques Carré and Romain Garbaye. Aldershot: Ashgate, 2008. 71–93.
13. Shadwell, Arthur. Industrial Efficiency. A Comparative Study of Industrial Life in England, Germany and America. London: Longmans, Green & Co, 1905.
14. Smeekes A., Verkuyten M. Collective self-continuity, group identification and in-group defense // Journal of Experimental Social Psychology. 2013. Vol 49. P. 726- 232.
15. Tizot, Jean-Yves. 'Radical legacy or intellectual indelicacy? Ebenezer Howard's use of "the most admirable project of Thomas Spence" in the Garden City concept', Miranda 13/2016, Online since 17 November 2016. <http://miranda.revues.org/9173> ; DOI : [10.4000/miranda.9173](https://doi.org/10.4000/miranda.9173)