

Урсуленко О.Б. Міська ідентичність як ресурс адаптації молоді в урбаністичному соціокультурному просторі. Психологічні ресурси в умовах життєвої та суспільної кризи: соціальний та особистісний виміри / Колект. моногр. / наук. ред. О.Є. Блинова, відпов. ред. В.Ф. Казібекова.– Херсон : Вид-во ФОП Вишемирський В. С., 2021. – С. 192–210. (364 с., 0,96 д.а.) ISBN 978-617-7941-22-3

Олена Урсуленко

Аспірант кафедри загальної та соціальної психології

Херсонський державний університет

e-mail: khersonskarada@gmail.com

МІСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК РЕСУРС АДАПТАЦІЇ МОЛОДІ В УРБАНІСТИЧНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

Вступ

В контексті сучасних тенденції до урбанізації способу життя, зміни ролі міст, конкуренції між містами, постійної трансформації міського соціокультурного простору, підвищення територіальної мобільності населення з'являється потреба в осмисленні феномену міської ідентичності жителів міста.

Значущість дослідження міської ідентичності обумовлена, по-перше, тим, що розуміння особливостей формування міської спільноти дозволяє визначити стратегію розвитку та просування інтересів та маркетингу міста, підвищити рівень задоволеності містян своєю належністю до певної міської спільноти (Панюкова, 2000; Покатиловская, Шibaева, 2019; Радина, 2012; Слюсаревський, Блинова, 2018). Грамотне «брендування» міста неможливо без знання особливостей міської ідентичності його жителів. Західні дослідники також звертають увагу на те, що міська ідентичність є базисом формування активної міської спільноти, інструментом створення бренду території, чинником підвищення якості життя та покращення соціального самопочуття жителів (Anton & Lawrence, 2017; Valera & Guardia, 2002).

По-друге, інтеграція міської спільноти на основі сформованої позитивної міської ідентичності дозволяє знизити значущість соціальних, релігійних тощо бар'єрів, а також покращити рівень задоволеності життям містян. Це можливо при складанні цілеспрямованих науково-обґрунтованих програм супроводу

корінного населення та мігрантів (Панюкова, 2000; Пунина, Ромашова, 2011; Радина, 2012).

Також маємо відзначити, що дослідження актуалізується через розвиток сучасних підходів до вивчення міста як великої соціальної групи, яка характеризується специфічною організацією спілкування та взаємодії, тому адаптація молоді у міському середовищі через формування міської ідентичності є проблемою, яка потребує наукового осмислення.

1. Наукові підходи до вивчення міської ідентичності в структурі соціальної ідентичності особистості

Дослідження міста, які проведено Л. Віртом, Г. Зіммеlem, дозволили розглядати місто як перетин економічних, культурних, просторово-часових, соціальних, духовних, особистісних координат, як велику соціальну групу, яка характеризується особливостями організації спілкування та взаємодії між людьми, ставлення до іншого, а також специфічними уявленнями про місто (Вирт, 2006; Зиммель, 2002). А. А. Балакіна на основі аналізу досліджень, вказує, що «територіальна ідентичність жителя міста є підструктурою соціальної ідентичності та визначається як усвідомлення територіальної належності індивіда, смислів та цінностей даної локальної спільноти» (Балакіна, 2012 : 72).

Найчастіше науковці міську ідентичність розглядають як важливу складову соціальної ідентичності особистості.

Соціальна ідентичність може бути визначена як результат процесу соціальної ідентифікації, під яким розуміється визначення себе через членство у соціальній групі. Вона формується у взаємодії особистості із соціальною реальністю, в якій ця реальність суб'єктивно осмислюється відповідно до системи життєвих ставлень та потреб. Це дозволило А. В. Мікляєвій, П. В. Румянцевій стверджувати, що соціальна ідентичність має смислову природу, актуалізується при взаємодії з тими чи іншими соціальними об'єктами, транслуючи норми та правила, і виконуючи функцію регулятора поведінки

(Микляева, Румянцева, 2011). Джерелом норм і правил є відносини між великими соціальними групами, які перетворюються в реальних практиках взаємодії людей у процесах соціальної стереотипізації, які і є змістом соціальної ідентичності.

Оскільки особистість одночасно є членом різних соціальних груп, соціальна ідентичність є багатокомпонентним феноменом: дослідники виокремлюють гендерну, етнічну, вікову, соціально-економічну, національну, міську, професійну (Кулик, 2013; Нестик, Шаповалова, Плужник, 2019; Самошкина, 2008; Урсуленко, 2020). Поняття «міська ідентичність» було виділено на основі результатів емпіричного дослідження, яке засвідчило, що основою для самокатегоризації за ознакою належності до певної спільноти є опозиції «місто – село» та «столиця – провінція» (Микляева, Румянцева, 2011: 36).

Спираючись на досягнення когнітивної психології та соціального конструкціонізму (Бергер, Лукман, 1995), соціальна ідентичність може бути визначена як результат процесу соціальної ідентифікації, під яким розуміється процес самовизначення через членство у соціальній групі, що має той чи інший статус у системі суспільних відносин. Це надає підстави розуміти міську ідентичність як результат ідентифікації людини з міською спільнотою як великою соціальною групою, яка займає певне положення у низці інших спільнот, які виокремлюються за ознакою міської належності.

Під міською спільнотою розуміється велика соціальна група, яка склалася у процесі культурно-історичного розвитку суспільства, поєднує людей, що проживають в одному місті, мають схожі уявлення про норми та правила поведінки у різних ситуаціях соціальної взаємодії. Спираючись на положення про цілісність суб'єкта (у цьому випадку групового – міської спільноти) як підстави для системності його психологічних властивостей (Васютинський, 2005), ми можемо розглядати жителів одного міста, що складають міську спільноту, як носіїв схожих уявлень про своє місто та про інші міста, які відображають:

- уявлення про місто та його роль у житті країни;
- уявлення про міські норми та правила поведінки;
- колективну історичну пам'ять;
- переживання, що пов'язані з конкретними місцями та територіями;
- уявлення про нормативний спосіб життя містян;
- уявлення про нормативні способи взаємодії та моделі поведінки (Borer, 2006).

Як показали М. Hogg и К. Williams, психологічна значущість того чи іншого аспекту соціальної ідентичності опосередкована мірою, в якій специфічна категоризація відповідає схожості чи відмінності між людьми, які сприймаються зараз. У тому випадку, коли соціальна група може бути категоризованою за різними підставами, люди можуть приписувати відмінні і, навіть, протилежні риси в залежності від актуального для них у даний момент порівняльного контексту (Hogg & Williams, 2000).

Є. О. Євсеєнкова у соціологічному дослідженні модальності міської ідентичності розглянула проблеми співвідношення понять «територіальна ідентичність», «регіональна ідентичність», «локальна ідентичність», «міська ідентичність». Запропонувала модель модальності міської ідентичності та виокремила в її структурі такі елементи: «залученість до міського простору, прив'язаність до міста, ціннісні орієнтації, відповідність вимогам, сприйняття міського середовища, відмінних особливостей міста порівняно із іншими населеними пунктами, ототожнення себе із жителями міста, сприйняття жителів міста, наявність фотографій міської місцевості, відповідність способу життя міського населення, наявність почуття патріотизму, діяльність з покращення міського середовища чи бачення необхідності у такій діяльності» (Євсеєнкова, 2014 : 80).

У процесі визначення категорії міської ідентичності Є. О. Євсеєнкова для формування концептуальної моделі дослідження виокремлює основні смислові моменти:

1. Унікальність чого-небудь займає центральне місце у понятті

ідентичності. Міська ідентичність передбачає бачення унікальності рис, які притаманні конкретній території та належать міській спільноті.

2. Ідентичність потребує порівняння предметів або людей. Наприклад, формування міської ідентичності передбачає порівняння місця проживання у конкретному населеному пункті з можливим місцем проживання в іншому населеному пункті.

3. Значення та досвід відіграють важливу роль у сприйнятті ідентичності. Прив'язаність до місця формується на основі надання об'єктам міського середовища певного сенсу в результаті досвіду, який пов'язаний з цим місцем.

4. Ідентичність ніколи не є стабільною конструкцією; навпаки, це явище, яке постійно розвивається та змінюється, тобто є динамічним. Будь-яка ідентичність трансформується у часі внаслідок набуття досвіду та появи нових смислів.

5. Ідентичність припускає взаємодію з іншими людьми. Значення для певного місця надається внаслідок досвіду взаємодії індивіда з іншими людьми чи групами людей (Евсеєнкова, 2014, : 82).

Територіальна ідентичність розглядається І. С. Самошкіною з різних аспектів: як особистісна ідентичність (персональний простір, ставлення до місця) і як соціальна ідентичність (наприклад, міська ідентичність). Особлива увага приділяється територіальній ідентичності у міському середовищі. При цьому автор зауважує, що найбільш значущим аспектом територіальної ідентичності є афективний аспект, який містить у собі почуття міста, почуття приналежності, прив'язаності (Самошкіна, 2008).

Цікавими є підходи до аналізування територіальної ідентичності в соціологічній, історичній, політичній науках, наприклад, соціологічне дослідження М. А. Кулик присвячене вивченню ролі соціальної пам'яті у формуванні територіальної ідентичності міського та сільського населення (Кулик, 2013). В історичному аналізі Т. Бевз теоретико-методологічних підходів та алгоритмів дослідження політичних ідентичностей у міській громаді, констатовано, що місто є соціальним простором, «виникає як спільнота людей,

але з часом починає впливати на своїх членів як зовнішня сила, формуючи їх відповідно до своїх цілей та інтересів. Характеризуючи місто як соціальну систему, маємо усі підстави стверджувати, що вона впливає на особливості міської спільноти» (Бевз, 2017 : 197). Автор розглядає місто як простір соціокультурної взаємодії, який базується, з одного боку, на спілкуванні, на усвідомленні, «на усвідомленні належності всіх до єдиної спільноти – міської громади, а з іншого, – на впорядкованості цього спілкування, на розподілі ролей і функцій» (Бевз, 2017 : 198).

Соціальні зміни, які стали нормою сучасного світу, надають все більшій гнучкості та диференційованості процесам соціальної категоризації. У сучасних дослідженнях соціальна ідентичність представлена у рамках не тільки певних великих соціальних груп, але й соціальних явищ, зокрема, у просторово-часовому континуумі (Самошкіна, 2008).

Отже, розуміючи соціальну ідентичність як усвідомлення своєї належності до соціальної спільноти разом зі ставленням до цієї спільноти, вважаємо, що міська ідентичність означає усвідомлення своєї належності до певного міста, ставлення до цієї належності та, можливо, наявність чи відсутність активних дій, пов'язаних з такою належністю.

2. Соціально-психологічний аналіз міської ідентичності

Міська ідентичність як соціально-психологічний феномен почала вивчатися у сучасній психології завдяки роботам А. В. Мікляєвої, П. В. Румянцевої. Вони вважають, що міську ідентичність слід розглядати як компонент соціальної (не особистісної) ідентичності, результат ідентифікації з групою людей, які складають населення того чи іншого міста, і протиставлення населенню інших міст (Микляєва, Румянцева, 2009).

Поняття територіальної ідентичності є відносно новим у соціально-психологічних роботах та набуває різних смислових відтінків, тому іноді варіюється і власне термін. Різними авторами застосовують терміни: середовищна ідентичність, ідентичність з місцем (place-identity), міська

ідентичність (urban-related identity). Говорячи про «міську середовищну ідентичність» (social urban identity), S. Valera S., J. Guardia описують її як відповідь на питання «Звідки ти?» (по аналогії з традиційним для соціальної ідентичності питанням – «Хто ти?». Коли людина перебуває в іншій країні, вона називає країну, коли у чужому місті – називає місто, а коли у своєму місті – називає район проживання (Valera & Guardia, 2002). Серед науковців, які розглядали цю проблему слід відзначити вітчизняних: О. Блинова, І. Губеладзе, М. Слюсаревський, А. Смотрицький, та ін.; зарубіжних: S. Valera, J. Guardia, E. Pol та ін. (Губеладзе, 2015; Слюсаревський, Блинова, 2018; Смотрицкий, 2015; Valera & Guardia, 2002; Pol & Castrechini, 2002).

А. В. Мікляєва, П. В. Румянцева вказують, посилаючись на праці Дж. Келлі, що «певні компоненти займають у структурі соціальної ідентичності центральне місце, та є крос-ситуативними, тобто актуалізуються у широкому діапазоні соціальних ситуацій, а інші – периферійними. Під центральними компонентами соціальної ідентичності розуміються ті з них, які актуалізуються як в рольовій, так і в міжособистісній взаємодії у різноманітних проблемних сферах, є регуляторами поведінки незалежно від поточної проблематики взаємодії. До периферійних можна віднести ті компоненти соціальної ідентичності, які стають регуляторами поведінки лише в окремих ситуаціях і у зв'язку із ситуаційно-обмеженою проблематикою» (Микляєва, Румянцева, 2011 : 37). На основі проведеного емпіричного дослідження автори дійшли висновку, що міська ідентичність належить до периферійних компонентів соціальної ідентичності, актуалізація якої закладена у структуру специфічної ситуації соціальної взаємодії, що вимагає демонстрації певної соціальної ролі.

На думку Г. В. Горнової, яка звернула увагу на проблему структури міської ідентичності, міська ідентичність є локальною формою територіальної ідентичності, фіксує стійке уявлення людини про себе як жителя певного міста, народжує безпосереднє переживання зв'язку з містом та з його жителями (Горнова, 2018).

Основна увага до феномену міської ідентичності приділяється з боку

соціологів, культурологів, етнографів, економістів. У рамках даних наук під міською ідентичністю, як правило, розуміють окремий випадок територіальної або регіональної ідентичності (Д. В. Визгалов, Е. О. Евсеєнкова та ін.) або компонент соціальної ідентичності (Н. С. Дягілева, Л. А. Журавлева та ін.) (Визгалов, 2011; Евсеєнкова, 2014; Дягілева, Журавлева, 2012).

Отже, міська ідентичність опиняється у фокусі аналізу дослідників як важливий психологічний компонент, що характеризує потенціал життєздатності міста (Дробышева, Войтенко, 2017) і є важливим компонентом соціальної ідентичності. В свою чергу, міський простір є не тільки основним компонентом соціального середовища, але й значущим джерелом знань людини про себе, одна із засад формування її ідентичності. Як відмічають дослідники міської ідентичності, «місто – це не тільки географічне, економічне та соціально-демографічне явище, що є цікавим виключно для відповідних наук, але й важливий об'єкт психологічних досліджень, перш за все, як чинник особистісного розвитку та психологічного благополуччя конкретної людини (Микляєва, Румянцева, 2011).

Так чи інакше міська ідентичність у такій інтерпретації тісно пов'язана із географічним місцем та соціумом. Наприклад, Н. С. Дягілева визначає даний феномен як компонент соціальної ідентичності особистості, соціокультурний конструкт, що формується внаслідок ідентифікації людини з конкретною міською спільнотою та визначається засвоєнням та відтворенням символічного капіталу міста, соціальних норм і стилю життя, які поєднують жителів даного міста (Дягілева, 2012).

Такої точки зору на визначення міської ідентичності дотримуються фахівці у галузі маркетингу та побудови бренду міста, наприклад, Д. В. Визгалов. Відповідно до сучасних економічних досліджень, міська ідентичність є сприйняттям міста, так званим «поглядом зсередини». Відповідно, існує і погляд на місто з боку, що визначається як імідж міста. Міська ідентичність та імідж міста активно впливають один на один та спільно зумовлюють

становлення бренду міста (Визгалов, 2011). Тим не менш, у рамках даного напряму досліджень міська ідентичність розглядається не тільки як вираження внутрішніх ментальних образів, скільки з позиції зовнішніх координат: назви вулиць, гасла та контекстна реклама, архітектурні канони, організація суспільних просторів, пам'ятники та музейні експозиції, ставлення містян до своїх дворів, під'ездів тощо (Визгалов, 2011).

Не менш суттєвим є визнаний дослідниками факт, що для визначення міської ідентичності важливе місто не само по собі, а почуття міста, сплав фізичної реальності та емоцій, які вона викликає. З цієї позиції, психологічний погляд на міську ідентичність є найбільш затребуваним. Як вже зазначалося, у психології дослідження міської ідентичності є незначними за кількістю. Проте, розуміння міської ідентичності у вітчизняній та світовій психології на даний момент часу склалися завдяки дослідженню міської та регіональної ментальності (Іванова, 2003), середовищної ідентичності (Т. Е. Левицкая, Н. А. Тренькаева, Н. В. Козлова, С. А. Богомаз, К. О. Цехмейструк, S. Clayton, S. Opatow та ін.) (Левицкая, Тренькаева, Козлова и др., 2018; Clayton, Opatow & Zavestoski, 2003). Дане поняття розкривається також при дослідженні таких явищ, як «ідентичність міста», «ідентичність з містом», «міська ментальність», «ідентичність місця».

Необхідно осмислення даного феномену і в контексті психології особистості, виявлення індивідуального рівня у побудові образу міста, формування ставлення до нього та визначення характеру взаємодії людини із міським середовищем.

Можливо, перспективне рішення даного питання знаходить втілення у рамках соціального конструкціонізму. Такої точки зору дотримуються К. А. Пуніна, М. В. Ромашова, які визначають міську ідентичність як сукупність символів, ідеологем, міфів, які лежать на перетині різних дискурсивних просторів міста та вкорінених у міській свідомості (Пуніна, Ромашова, 2011). Крім того, науковці вказують на важливість дослідження

процесу конструювання міської ідентичності, відмічаючи динамічний характер даного феномену.

Узагальнюючи запропоновані різними дослідниками трактування феномену міської ідентичності, А. О. Озеріна пропонує такі основні ознаки даного визначення (Озеріна, 2016 : 137):

1. Соціальна приналежність. Незмінною основною складовою міської ідентичності є соціальний аспект, який характеризується територіальною належністю та конкретною групою людей (населенням).

2. Структурованість. Структура міської ідентичності проявляється на когнітивному, емоційному, поведінковому та мотиваційному рівнях. Емоційний компонент міської ідентичності може бути представлений у вигляді ставлення до міста і до себе. як до його жителя, задоволеності міським життям, виявом інтересу до історії та культурного життя міста, демонстрації почуттів до своїх земляків. Когнітивний компонент містить сформований образ міста та міського простору, розуміння його унікальності. Поведінковий компонент зумовлений змістом певних дій, що визначають людину як містянина (наприклад, реалізація спільних ініціатив з жителями міста, благоустрій міста, акції тощо). Мотиваційний компонент відображається у вигляді міграційної динаміки та характері бажання (або небажання) бути жителем певного міста.

3. Спільне конструювання. Міська ідентичність формується у процесі міжособистісної взаємодії через співставлення себе із групою, яка представляє жителів даного міста.

4. Інтегративний характер. Поняття міської ідентичності тісно взаємопов'язане з такими феноменами, як бренд та імідж міста. Вона визначає імідж міста – його сприйняття ззовні, на якому, у свою чергу, будується бренд міста. Міська ідентичність відображає не тільки уявлення містян про своє місто, але й про своє місце у ньому, приналежність до міської спільноти, тобто є внутрішнім ментальним образом. Водночас вона впливає на унікальність змісту зовнішнього міського простору, включаючи як внутрішні, так і зовнішні характеристики.

5. Функціональність. Міська ідентичність прямо та непрямо визначає бренд та імідж міста, уявлення людини про своє психологічне благополуччя та якість життя; рівень конфліктів на соціальному ґрунті, міграційні процеси.

Таким чином, А. О. Озеріна констатує, що міська ідентичність – це соціально-психологічний феномен, що відображає усвідомлення особистістю своєї приналежності до міської спільноти та виражається у відповідній міській поведінці (Озеріна 2016 : 138).

Інші науковців, наприклад, Є. В. Головнева, Г. В. Горнова, Т. В. Дробышева, М. Ю. Войтенко та ін. також підкреслюють, що міська ідентичність є міждисциплінарним та складноструктурованим поняттям. Його структура містить у собі чотири компоненти: когнітивний, афективний (емоційно-почуттєвий), ціннісно-мотиваційний (ціннісно-нормативний), практичний (поведінковий, діяльнісний, інструментальний) (Горнова, 2018; Губеладзе, 2015; Дробышева, Войтенко, 2017).

Соціологи відмічають, що у кожної людини існує суб'єктивне почуття місця (М. Вебер, Г. Зіммель, Р. Парк та ін.). А. В. Мікляєва та П. В. Румянцева, аналізуючи досвід переживань, пов'язаних з житловим простором, вказують, що характер емоційних стосунків, який існує між людьми, що проживають спільно, більшою мірою впливає на прив'язаність до міста, ніж власне міський ландшафт. Факт народження людини у місті її проживання також має велике значення для формування позитивної міської ідентичності. Автори вважають, що благополуччя жителів у місті пов'язано із наявністю широкої та глибокої, а не просто декларативної, мережі контактів, досвіду переживання міжпоколінної та сусідської солідарності (Микляєва, Румянцева, 2009). Домашнє середовище також розглядається дослідниками як ресурс підтримання психологічного благополуччя людей та подолання ними складних життєвих ситуацій (Дробышева, Войтенко, 2017; Нартова-Бочавер, 2005). Зокрема, у роботах С. К. Нартової-Бочавер цей ресурс визначається як «дружність житла», тобто, з одного боку, ідентичність з місцем проживання залежить від сприйняття домашнього середовища (соціального, просторового) як «свого», «дружнього»,

«комфортного», з іншого боку, міська ідентичність сприяє задоволеності умовами проживання, психологічному благополуччю у цілому (Дробишева, Войтенко, 2017 : 172; Нартова-Бочавер, 2005).

Ю. Ю. Неяскіна, О. Є. Булова в емпіричному дослідженні суб'єктивної оцінки реалізації базисних цінностей в умовах міста при різних рівнях міської ідентичності студентів констатували, що міське середовище, в залежності від його сприйняття, може бути або потенціалом, що сприяє реалізації суб'єктивного значущих цілей та цінностей, або перешкодою для самореалізації та стресовим чинником. Крім того, автори показали, що сильна ідентичність з містом сприяє формуванню уявлень про реалізацію цінностей «професійного» та «смыслового» плану, а також підвищенню задоволеності життям та самототожності молодих людей (Неяскина, Булова, 2015 : 189).

В. О. Баранова, О. О. Савіна вивчали ідентичність корінних та нових містян на прикладі студентів-першокурсників. Автори зауважують, що міська ідентичність є утворенням, яке конструюється індивідом у процесі соціалізації, ресоціалізації і адаптації у певному соціокультурному середовищі (місті). Ефективним результатом конструювання є прийняття та відтворення норм, цінностей, стильових особливостей життя, звичаїв, правил поведінки жителів саме цього міста, а також почуття належності до даної територіальної спільноти (Баранова, Савіна, 2017). При формуванні міської ідентичності відбувається ідентифікація із соціальною групою за ознакою міської приналежності. Слід відзначити вплив на ідентичність, що формується, «почуття міста» – глибокого зв'язку людини з певним простором (Gooch, 2002). Це почуття містить також і прив'язаність до людей, які є носіями певної ідентичності, і з якими людина проводить певний час у даному середовищі. При такому спілкуванні та взаємодії люди посилюють почуття ідентичності (Zavestoski, 2003).

Дослідники відмічають, що міську ідентичність можна описати, з одного боку, як властивість міста, яка ґрунтується на колективних атрибуціях його жителів, з іншого боку, як самоідентифікацію людини з містом, переживання спільноті з ним (Belanche, Casalo, Flavian, 2017). В залежності від соціальних

зв'язків, які укорінені та розвиваються у локальному життєвому просторі, кожний містянин відчуває певний рівень ідентифікації та належності до жителів, яка проявляє себе у спільних переконаннях, символах, колективній пам'яті, цінностях, життєво-стильових практиках (Lewicka, 2008; Twigger-Ross & Uzzell, 1996).

Озеріна А. О. вказує, що дослідження міської ідентичності молоді сприяє підвищенню механізмів регулювання міграційних процесів, формування позитивного іміджу міста, впливу на задоволеність життям жителів міста, створенню грамотного бренду міста (Озеріна, 2016). Автор вказує, що формування негативної або нульової (несформованої, розмитої) ідентичності часто провокує стратегію індивідуальної мобільності, що полягає у спробі змінити групу, коли мова йде про міську ідентичність – переїхати до іншого міста, а також супроводжується відчуттям неповноцінності та незадоволеності життям.

Д. В. Візгалов пропонує декілька параметрів, якими тією чи іншою мірою вимірюється сила міської ідентичності:

- унікальність міста (здатність містян до бачення та розвитку унікальних рис та особливостей міста, наявність унікальних культурних моделей поведінки у міській спільноті);

- тотожність сприйняття міста (розуміння містянами належності їх міста до певних зовнішніх контекстів (країні, регіону, типам міст);

- позитивність сприйняття міста, внутрішня лояльність (міра любові та прив'язаності містян до свого міста, інтерес містян до історії та культурного життя міста, рівень міського патріотизму);

- згуртованість міської спільноти (спільність інтересів містян, міра усвідомлення загальних проблем розвитку міста, готовність та здатність до реалізації спільних ініціатив, рівень симпатії до земляків);

- практичний потенціал ідентичності (здатність міської спільноти до самоорганізації, рівень соціальної активності, дієве прагнення спільноти до самоорганізації до посилення міської ідентичності, підтримка ідеї та стратегії

розвитку міста (Визгалов, 2011 : 39).

У науковому підході О. М. Покатиловської, Л. В. Шibaєвої стверджується, що високий рівень міської ідентичності передбачає соціальну активність містян, яка спрямована на позитивні зміни у місті. Важливо, наскільки містяни розглядають себе суб'єктами цих змін, оскільки виразність такої позиції, особливо у молодіжному середовищі, є ресурсом життєздатності міста (Покатиловская, Шibaева, 2019). Міська ідентичність є результатом усвідомленого самовизначення щодо суттєвих характеристик міста. Образ міста, який уявляє людина як місце продуктивної соціальної, професійної та особистісної самореалізації, може відображатися в когнітивних та емоційних особливостях оцінних суджень про нього і в семантиці його опису (Вирт, 2006).

Автори зробили висновок, що соціальна пасивність супроводжується низькою поінформованістю молоді у суттєвих соціально-економічних та соціокультурних характеристиках міста. З погляду О. М. Покатиловської, Л. В. Шibaєвої, низький рівень орієнтації на суттєві характеристики міста та міських проблем, дистанційованість від співучасті в їх вирішенні, є підставою для складнощів у вирішенні проблеми самовизначення для молоді у виборі міста постійного проживання, у позиції активного містянина (Покатиловская, Шibaева, 2019 : 204).

У соціологічному дослідженні Н. Л. Антонової, яке присвячено маркерам міської ідентичності, визначено, що позитивна міська ідентичність є чинником осілості молоді. Укоріненість у міському просторі пов'язана не з наявністю фінансових можливостей та накопичених матеріальних ресурсів. Маркером міської ідентичності слугують «напрацьовані» соціальні зв'язки, системи взаємодії з родичами та друзями. «Суспільні місця дозволяють відтворювати соціальні контакти та генерувати нові можливості самореалізації та самоствердження молодого покоління. У формуванні міської ідентичності значну роль відіграють емоційно насичені події, учасниками яких є молодь. Таким чином, відбувається конструювання почуття співпричетності та гордості, а також залучення до міської спільноти» (Антонова, 2019 : 16).

На думку О. В. Голубь, Т. С. Тимофєєвої, А. О. Озеринї, візуальний образ міста є когнітивно-афективним компонентом міської ідентичності. При цьому до когнітивної складової автори віднесли суб'єктивні смисли та значення (історичне минуле, умови життя, згадування про територію тощо), які представлені в архітектурі та візуальному середовищі: будівлі, мости, парки, знакові місця, вулиці, ландшафт, водоймища та ін. Афективна складова відображає емоційний стан містянина щодо міського простору, умов життя, історичної пам'яті, культури, до себе як до жителя цього міста, до міста у цілому (Голубь, Тимофєєва, Озерина, 2019 : 100).

У дослідженні Т. О. Нестика, О. С. Шаповалової, С. А. Плужника, яке вивчає соціальну ідентичність та часову перспективу особистості як передумови ставлення до колективного минулого, теперішнього та майбутнього, встановлено, що «позитивна територіальна ідентичність містян є предиктором позитивної оцінки теперішнього та майбутнього свого міста, впевненості та здатності впливати на його майбутнє. Міська ідентичність підтримує життєві плани та сценарії найближчого майбутнього, пов'язує їх з місцем та з людьми як умовами реалізації особистісного потенціалу» (Нестик, Шаповалова, Плужник, 2019 : 114).

У роботі О. В. Рудомино-Дусятської вивчено спосіб життя родини як чинник ставлення до міського середовища та доведено, що «екологічно орієнтований спосіб життя родини сприяє усвідомленню підлітками цінності, значущості умов міського довкілля для свого існування та розвитку і переживанню його на цій основі як продовження свого «Я», ідентифікації з ним і, як наслідок, готовності дбати про нього» (Рудомино-Дусятська, 2015 : 90).

Предметом дослідження І. Г. Губеладзе є психологічні механізми трансформації соціальної ідентичності сільської молоді в міській спільноті, автором встановлено, що територіальна ідентичність безпосередньо пов'язана з міграцією сільської молоді до міста, переживанням дифузії територіальної ідентичності, цей компонент соціальної ідентичності молоді набуває нового значення та актуальності (Губеладзе, 2015). У дослідженні І. Г. Губеладзе

встановлено, що є відмінності у сприйнятті типового містянина та типового селянина. Авторкою був отриманий узагальнений «портрет» – образ жителів міського та сільського соціумів. Група «жителі міста» – освічені люди (ерудовані, цікавляться культурою, мистецтвом, застосовують сучасні технології), які постійно поспішають (мобільні, динамічні, їдять на ходу і т. ін.), зайняті та метушливі. Жителі міста є замкненими, нетовариськими, недовірливими, байдужими, індивідуалістичними; перебувають у постійному стресі, нервові, неврівноважені, втомлені. Вони характеризуються самостійністю та цілеспрямованістю. Ззовні – модні, доглянуті, добре вдягнуті. Група «жителі села» характеризується простотою, низьким рівнем освіти. Виразна риса – працелюбність. Для цієї групи властивою є неквапливість, розміреність, спокій. Селяни є відкритими, товариськими, добрими, привітними, довірливими (Губеладзе, 2015).

У наших дослідженнях з'ясовано наявність відмінностей за параметрами соціально-психологічної адаптації у соціальній сфері між групою студентів, які народилися, вирости та проживають зараз у місті та групою студентів, які приїхали у місто для навчання у закладі вищої освіти із невеликих містечок та сіл області; за допомогою кореляційного аналізу доведено взаємозалежність між рівнем сформованості міської ідентичності студентської молоді (когнітивного, емоційного, поведінково-регулятивного компонентів) та успішністю соціально-психологічної адаптації у місті (Blynova, & Ursulenko, 2020).

На підставі результатів емпіричного дослідження доведено, що цілісність, інтегрованість та позитивна модальність міської ідентичності є важливим чинником соціально-психологічного благополуччя особистості. Отримані дані засвідчили наявність певної різниці у проявах міської ідентичності між міськими студентами та сільськими студентами, зокрема, стосовно таких компонентів як, загальна прив'язаність до міста та зв'язок з минулим. Встановлено позитивні статистично значущі кореляційні взаємозв'язки між міською ідентичністю студентської молоді та показниками психологічного благополуччя, що свідчить про вплив позитивного емоційного ставлення до

міста на продуктивність стосунків з іншими людьми, здатність керувати своїм оточенням, самоприйняття, бачення саме у цьому місті свого подальшого життєвого шляху, тобто студенти сприймають міське середовище як потенціал, що забезпечує можливість професійно-особистісного розвитку (Blynova, & Ursulenko, 2020).

Висновки

На основі проведеного теоретичного аналізу феномену міської ідентичності, зроблено такі висновки:

Констатовано, що переважним напрямом теоретичного дослідження міської ідентичності у психології є визначення природи, властивостей та структури даного феномену. В емпіричному плані цікавим є вивчення процесу формування міської ідентичності у межах соціальної взаємодії, що відбувається на конкретній території, а також способів вираження міської ідентичності через ставлення до міста та певну міську поведінку.

Визначено, що міська ідентичність є складовою соціальної ідентичності людини та виявляється через ототожнення людини з певним місцем та ставленням до цієї належності.

В структурі міської ідентичності виокремлюють когнітивний, емоційний та поведінковий компоненти. Когнітивний компонент виявляється у сформованості образу міста, розуміння його відмінності від інших міст, його унікальності. Емоційний компонент представлений як ставлення до міста та до себе як жителя цього міста. У поведінковому компоненті фіксуємо наявність певних дій, які характеризують людину як містянина та спрямовані на покращення міста.

З'ясовано, що стиль життя міської спільноти можна розглядати як комплексний показник «ресурсності» адаптації до невизначеності середовища, у тому числі, яка викликається кризою у суспільстві.

Список використаних джерел

1. Антонова Н. Л. Маркеры городской идентичности. *Общество: социология, психология, педагогика*. 2019. № 9 (65). С. 14–17.
2. Балакина А. А. Социально-психологические особенности отношения к другим людям и отношения к городу жителей мегаполиса, большого и малого городов. *Российский психологический журнал*. 2012. Т. 9. № 4. С. 70–75.
3. Баранова В. А., Савина О. О. Идентичность коренных и новых горожан на примере студентов-первокурсников. *Комплексные исследования человека: психология. Материалы VII Сибирского психологического форума*. 2017. С. 13–16.
4. Бевз Т. Теоретико-методологічні підходи та алгоритм дослідження політичних ідентичностей у міській громаді [Електронний ресурс]. *Університетська кафедра*. 2017. № 6. С. 191–208. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukaf_2017_6_18
5. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич; Моск. филос. фонд. М.: Academia-Центр; Медиум, 1995. 323 с.
6. Визгалов Д. В. Брендинг города. М.: Фонд «Институт экономики города». 2011. 160 с.
7. Вирт Л. Городское сообщество и цивилизация. *Личность. Культура. Общество*. 2006. Том VIII, выпуск 2. С. 21–32.
8. Васютинський В. О. Категорія «колективний суб'єкт» у феноменологічному дискурсі інтерсуб'єктної взаємодії. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2005. Вип. 15. Том 1. С. 23–37.
9. Голубь О. В., Тимофеева Т. С., Озерина А. А. Визуальный образ города как когнитивно-аффективный компонент городской идентичности. *Форум. Серия: Гуманитарные и экономические науки*. 2019. № 1(18). С. 99–103.
10. Горнова Г. В. Структура городской идентичности. *Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования*. 2018. № 3 (20). С. 14–16.

11. Губеладзе І. Г. Сільська молодь у місті: пошук ідентичності : монографія. К. : Міленіум, 2015. 236 с.
12. Дробышева Т. В., Войтенко М. Ю. Факторы социально-психологического благополучия личности в мегаполисе: представления детей о городе проживания. *Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология*. 2017. Т. 2. № 1 (5). С. 169–189.
13. Дягилева Н. С., Журавлева Л. А. Городская идентичность: понятие, структура, основы формирования. *Социология города*. 2012. №1. С. 46–61.
14. Евсеенкова Е. О. Модальность городской идентичности. *Вестник Пермского научного центра УрО РАН*. 2014. № 5. С. 80–86.
15. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь. *Логос*. 2002. №3–4 (34). С. 23–34.
16. Иванова Т. В. Городская ментальность как предмет психологического исследования. Самара : изд-во СамЦ РАН, 2003. 198 с.
17. Кулик М. А. Соціальна пам'ять у формуванні територіальної ідентичності міського та сільського населення Запорізької області [Електронний ресурс]. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2013. Вип. 57. С. 117–125. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stapttp_2013_57_17
18. Левицкая Т. Е., Тренькаева Н. А., Козлова Н. В., Богомаз С. А., Цехмейструк Е. А. Безопасность в структуре ценностей молодежи, проживающей в городской среде. *Психология и право*. 2018. Т. 8. № 4. С. 20–33. doi: 10.17759/psylaw.2018080403.
19. Микляева А. В., Румянцева П. В. Соотношение центральных и периферических компонентов в структуре социальной идентичности личности. *Психологический журнал*, 2011, том 32, № 5, с. 36–45.
20. Нартова-Бочавер С. К. Психологическое пространство личности: Монография. М. : Прометей, 2005. 312 с.
21. Нестик Т. А., Шаповалова О. С., Плужник С. А. Социальная идентичность и временная перспектива личности как предпосылки отношения к коллективному прошлому, настоящему и будущему. *Институт*

психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 4 (16). С. 102–126.

22. Неяскина Ю. Ю., Бурова О. Е. Субъективная оценка реализуемости базисных ценностей в условиях города при разных уровнях городской идентичности вузовской молодежи. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Психология*. 2015. №3(63). Том 3. С. 189–196.
23. Озерина А.А. Городская идентичность как социально-психологический феномен. *Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7, Филос.* 2016. № 4(34). С.135–139. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu7.2016.4.15>
24. Панюкова Ю. Г. Место как категория анализа взаимодействия человека и среды. *Прикладная психология*. 2000. № 5. С. 53–61.
25. Покатиловская Е. Н., Шibaева Л. В. Образ города проживания в представлениях жителей с разной городской идентичностью. *Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология*. 2019. Том 4. № 2 (14). С.192–209.
26. Пунина К. А., Ромашова М. В. Городская среда как «поле битвы» за новую идентичность. *Идентичность как предмет политического анализа*. 2011. 299 с.
27. Радина Н. К. Социальная психология городского образа жизни: город страха. *Социальная психология и общество*. 2012. №1. С. 126–141.
28. Рудомино-Дусятська О. В. Спосіб життя родини як чинник ставлення підлітка до міського середовища [Електронний ресурс]. *Психологічний часопис*. 2015. № 1. С. 86–91. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psch_2015_1_14
29. Самошкина И. С. Территориальная идентичность как социально-психологический феномен. *Вопросы психологии*, №4, 2008. С. 99–107.
30. Слюсаревський М. М., Блинова О. Є. Психологія міграції : навчальний посібник / Національна академія педагогічних наук України; Інститут соціальної та політичної психології. Видання друге, перероблене і доповнене. Київ : Талком, 2018. 360 с.

31. Смотрицкий А. В. Трансформация социальной идентичности добровольных мигрантов в условиях мегаполиса. *Проблеми політичної психології: зб. наук. праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України ; [редакційна колегія: Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна, І. Г. Батраченко та ін.]*. К. : Міленіум, 2015. Вип. 2 (16). С. 189-198.
32. Урсулєнко О. Б. Міська ідентичність як чинник психологічного благополуччя студентської молоді. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*. 2020. Вип. 1. С. 160–167. <https://doi.org/10.32999/ksu2312-3206/2020-1-22>
33. Anton C. E., Lawrence C. The Relationship between Place Attachment, the Theory of Planned Behaviour and Residents Response to Place Change. *Journal of Environmental Psychology*. 2016. Vol. 47. P. 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.05.010>
34. Belanche D., Casalo L.V., Flavian C. Understanding the cognitive, affective and evaluative components of social urban identity: Determinants, measurement, and practical consequences. *Journal of Environmental Psychology*. 2017. Vol. 50. Pp. 138–153.
35. Blynova, O., Popovych, I., Semenova, N., Kashyryna, Ye., Ursulenko, O. & Kononenko, O. Personality Factors of Choosing Adaptation Strategies in a Different Cultural Environment by Labor Migrants from Ukraine. *Revista Amazonia Investiga*, 2020. Vol: 9(32), 45-54. DOI: 10.34069/AI/2020.32.08.5.
36. Blynova, O.Ye., Ursulenko, O.B. The features of the influence of urban identity on the social and psychological adaptation of students. *Insight: the psychological dimensions of society: scientific journal*. 2020. Issue 3. Pp. 70–83. DOI:10.32999/2663-970X/2020-3-5.
37. Borer M. The Location of Culture: The Urban Culturalist Perspective. *City & Community*. 2006. Vol. 5(2), Jun. Pp. 173-197.

38. Gooch M. A sense of place: Ecological identity as a driver for catchment volunteering. *Australian Journal on Volunteering*. UNITEC, Auckland. Nov 2002. URL: http://www.ozcoasts.gov.au/nrm_rpt/pdf/RRR03_Sense_of_place.pdf.
39. Hogg M., Williams K. From I to We: Social Identity and the Collective Self. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*. 2000. V. 4. № 1. P. 81–97.
40. Lewicka M. Place attachment, city identity, and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of Environmental Psychology*, 2008. Vol. 28. Pp. 209–231.
41. Pol E. The Theoretical Background of the City-Identity-Sustainability Network. *Environment and Behavior*. 2002. Vol. 34, no. 1. P. 8–25. <https://doi.org/10.1177/0013916502034001002>.
42. Valera S., Guardia J. Urban social identity and Sustainability Barcelona's Olympic Village. *Environment and Behavior*. 2002. V. 34. № 1.
43. Twigger-Ross C. L., Uzzell D. Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology*. 1996. Vol. 16. Pp. 205–220.
44. Zavestoski S. Constructing and maintaining ecological identities: The strategies of deep ecologists. *Identity and the Natural Environment: The Psychological Significance of Nature* / eds. by S. Clayton and S. Opatow. Cambridge: MIT Press, 2003. Pp. 297–316.