

Урсуленко О. Б. Актуальність та основні напрями психологічного вивчення міської ідентичності // Одинадцяті Сіверянські соціально-психологічні читання : Матеріали Міжнародної наукової онлайн конференції (27 листопада 2020 року, м. Чернігів) / За наук. ред. О. Ю. Дроздова, І. І. Шлімакової. Чернігів : НУЧК імені Т. Г. Шевченка, 2021. С.248-251. DOI: 10.5281/zenodo.4399664

Урсуленко О.Б.

## **АКТУАЛЬНОСТЬ ТА ОСНОВНИ НАПРЯМИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВИВЧЕННЯ МІСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ**

У сучасній психології міська ідентичність рідко є самостійним предметом дослідження. При цьому вона є важливим компонентом соціальної ідентичності, а міський простір, у свою чергу, є не тільки основним компонентом соціального середовища, але й значущим джерелом знань людини про себе, одна із засад формування його ідентичності (Андреева Г.М., 2010; Блинова Е.Е., 2018; Губеладзе І.Г., 2015; Дягилева Н.С., 2013; Иванова Т.В., 2003; Микляева А.В., Румянцева П.В., 2011, та ін.). Як відмічають А.В. Микляєва, П.В. Румянцева, 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 (Микляева А.В., Румянцева П.В., 2011).

З погляду практичної психології, значущість дослідження міської ідентичності зумовлена тим, що, що, по-перше, розуміння особливостей формування міської спільноти дозволяє визначити стратегію розвитку та просування інтересів та маркетингу міста (Понукалина О.В., Логинова Л.В., 2016). Грамотне брендування міста неможливо без знання особливостей міської ідентичності його жителів.

По-друге, інтеграція міської спільноти на основі сформованої позитивної міської ідентичності дозволяє знизити значущість етнічних, релігійних та соціальних бар'єрів, а також підвищити відчуття задоволеності життям містян.

Це можливо при складанні цілеспрямованих, науково-обґрунтованих програм супроводження корінного населення та мігрантів.

По-третє, актуальність вивчення міської ідентичності підвищується, коли у регіоні спостерігається негативна динаміка міграційних процесів. Формування негативної або нульової (несформованої, розмитої) ідентичності часто провокує стратегію індивідуальної мобільності, яка полягає у спробі змінити групу (Янгирова С.М., 2011). Це проявляється у випадку з міською ідентичністю у формі переїзду до іншого населеного пункту, а також супроводжується відчуттям незадоволеності життям.

Незважаючи на те, що проблема вивчення міської ідентичності стоїть достатньо гостро, роботи з даної проблеми у вітчизняній та зарубіжній психології мають епізодичний характер.

Основна увага до даного феномену приділяється з боку соціологів, культурологів, етнографів, економістів. У рамках даних наук під міською ідентичністю, як правило, розуміють окремий випадок територіальної або регіональної ідентичності або компонент соціальної ідентичності (Дягілева Н.С., 2013; Семенова Д.М., 2011 та ін.). 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 Н.С., 2013).

У сучасних економічних дослідженнях, міська ідентичність є сприйняттям міста, так званім «поглядом зсередини». Відповідно, існує і погляд на місто з боку, що визначається як імідж міста. Міська ідентичність та імідж міста активно впливають один на одній та спільно зумовлюють становлення бренду міста (Визгалов Д.В., 2011). У рамках даного напрямку 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 Д.В., 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 (Головнева Е.В., 2013). 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. Дане поняття розкривається також при дослідженні таких явищ, як «ідентичність міста», «ідентичність з містом», «міська ментальність», «ідентичність місця» (Озерина А.А., 2016).

Міська ідентичність, як соціально-психологічний феномен, почала вивчатися у вітчизняній 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 (Микляева А.В., Румянцева П.В., 2011).

Незважаючи на те, що міська ідентичність частіше трактується у рамках соціальної ідентичності, питання про її належність є теоретично важливим та частково відкритим. Оскільки ідентичність є продуктом не стільки колективного досвіду, скільки особистого, і смислове наповнення даного поняття, емоційне ставлення та сприйняття міста, конкретні дії та вчинки переважно відображають індивідуальний рівень та належать до конкретного носія, то вивчення її тільки у межах методології соціальної психології, на нашу думку, є не зовсім коректним.

Отже, необхідним є осмислення даного феномену також і в контексті психології особистості, виявлення індивідуального рівня у побудові образу

міста, формування ставлення до нього та визначення характеру взаємодії людини із міським середовищем.