

УДК 159.4

DOI <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2019.4-2.6>**К. О. Кудрявцев**здобувач кафедри практичної психології  
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди

## ТИПОЛОГІЯ МІСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ОСОБИСТОСТІ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ

*У статті проаналізовано поняття міської ідентичності особистості, показано її типологічні особливості в юнацькому віці. Подано авторське визначення міської ідентичності через характеристики її когнітивного, мотиваційного й емоційно-ціннісного компонентів. Визначено, що міська ідентичність є процесом і результатом ототожнення особистості себе з міським середовищем, усвідомлення власної психологічної належності до міста і міського життя, вмотивованістю на діяльність і проживання в місті, емоційно-ціннісне ставлення особистості до міста проживання. Показано, що юнацький вік є сенситивним для розвитку міської ідентичності особистості. Застосовано кластерний аналіз показників міської ідентичності за п'ятьма параметрами (зовнішня цінність міста, загальна прив'язаність до міста, зв'язок із минулим міста, сприйняття близькості з містом, цілепокладання в місті) і визначено шість типологічних профілів міста: 1) зовнішня міська ідентичність як захопленість зовнішніми ознаками міста, усвідомлення краси та значущості міського простору й почуття гордості через власну належність до міста на тлі невпевненості у власному подальшому проживанні та активності в місті; 2) дифузна міська ідентичність як байдужість до власного статусу городянина міста; 3) проспективна міська ідентичність як усвідомлення власних перспектив і можливостей самореалізації в конкретному місті; 4) сформована міська ідентичність як загалом позитивне ставлення до міста і власного статусу городянина; 5) відчужена міська ідентичність як негативне ставлення до міста, відхилення власного статусу городянина; 6) позитивна міська ідентичність як захоплення містом і його життям, цілісне позитивне сприйняття міста, гордість і радість стосовно власного статусу городянина міста, переконаність у власному позитивному майбутньому, пов'язаному з містом. Отримані типи міської ідентичності розкривають можливості для створення психолого-педагогічних засад формування позитивного образу міста в індивідуальній картині світу городянина, а також можуть бути використані в психологічному обґрунтуванні позитивного образу міста в галузі діяльності урбаністів (міської ради, комунальних підприємств, архітекторів тощо).*

**Ключові слова:** міська ідентичність, типологія ідентичності, юнацький вік, кластерний аналіз, урбаністична психологія.

**Постановка проблеми.** Високі темпи економічних, технологічних, соціальних, політичних змін виводять на перший план дослідження феномена соціальної ідентичності та її різновидів, серед яких особливе місце посідає територіальна ідентичність або міська ідентичність. У психологічній науці проблема ідентичності є однією з найбільш розроблених, утім проблематика міської ідентичності особистості, зокрема, у юнацькому віці практично не вивчалася. При цьому міська ідентичність видається найменш вивченою з позиції врахування міста як особливого соціально-просторового середовища, що має свої закономірності, якісно відрізняючи місто від усіх інших видів поселень. Унікальна міська специфіка, розширення громадянського руху разом із соціальним напруженням, викликані соціальними зрушеннями, роблять необхідним вивчення причин, що пояснюють виникнення міської ідентичності, виявлення різних форм її проявів, умов зміни її структури й соціально-психологічних механізмів включеності людини в процес міської ідентифікації.

**Мета статті** – проаналізувати типологічні особливості міської ідентичності особистості юнацького віку.

**Виклад основного матеріалу.** Проблема ідентичності загалом є розробленою й усталеною в психології. У Джеймсом визначено, що основними чинниками розвитку ідентичності виступає як суспільство загалом, визначаючи закони життєдіяльності людини, так і вона сама, здійснюючи самостійний вибір переконань, цілей і цінностей, які утворюють її індивідуальну особистісну підструктуру. Ідентифікація виступає як значущий механізм соціалізації людини, що виявляється в прийнятті нею соціальної ролі в процесі входження до певної соціальної групи, в усвідомленні своєї належності до цієї групи, формуванні соціальних атитюдів тощо [9].

У межах когнітивної психології Г. Таджфел обґрунтував теорію соціальної ідентичності. Одним із основоположних у цій теорії виступив процес соціальної ідентифікації. Загалом Г. Таджфел та інші прихильники цієї теорії (Г. Брейкуелл, Дж.

Тернер та ін.) трактують ідентичність як когнітивну систему, що сприяє саморегуляції поведінки особистості в різних ситуаціях. До такої системи належить особистісна й соціальна ідентичність. За їхньою позицією, особистісна ідентичність виявляється в самовизначеннях людини, зокрема в позиціонуванні нею різних власних якостей (фізичних, інтелектуальних, моральнісних тощо). Натомість соціальна ідентичність з'являється в результаті інтеграції множини соціальних ідентифікацій, які використовуються людиною задля самовизначення як представника певної групи (зокрема й городян певного міста). Окрім цього, дослідники наголошують, що кожній людині властива потреба в позитивній соціальній ідентичності, яку зумовлено її емоційною прихильністю до інгрупи, порівняно з аутгрупою [10]. У цьому сенсі стає очевидним, що у формуванні образу міста важливу роль відіграватиме міська ідентичність.

У галузі соціальної психології феномен соціальної ідентичності досліджувала К.В. Коростеліна. Зокрема, вчена виокремила в структурі цього феномена такі види ідентичності, як стрижневі, локальні й короточасні. За її розумінням, домінування та стійкість вирізняють стрижневі чи базові ідентичності. Змінність і варіативність – локальні ідентичності. Натомість короточасні (або ситуативні) ідентичності пов'язані з недовготривалими ситуаціями. Проте останні ідентичності можуть трансформуватися в локальні чи навіть у базові, якщо вони глибоко усвідомлюються та приймаються особистістю [2]. Варто зауважити, що протягом онтогенезу подібні трансформації можуть стосуватися й міської ідентичності. Утім у сучасній психології міська ідентичність рідко є самостійним предметом наукових досліджень. При цьому вона є найважливішим компонентом соціальної ідентичності.

Середовище в психології розглядається як поле взаємодій людини зі світом, що включає в себе не тільки матеріальні об'єкти, а й соціальні групи, а також міжособистісні та міжгрупові відносини. Будь-яка людина, що існує в середовищі, як правило, володіє декількома ідентичностями, серед яких розрізняють різні види соціальної, культурної, етнічної ідентичності (згідно з «ідеєю множинної ідентичності» Х. Тешфела) [11]. Поєднання цих ідентичностей складається в неповторну структуру, унікальну для кожної особистості, особливе місце в якій посідає вид соціальної ідентичності, названий територіальною або середовищною ідентичністю. Міська ідентичність є особливим видом територіальної ідентичності, яка має свою унікальну специфіку [6].

Д.М. Семенова визначає міську ідентичність як «сукупність символів, ідеологем і міфів, що лежать на перетині різних дискурсивних просторів міста й укорінених й міській свідомості» [7, с. 56]. Міську

ідентичність Н.Г. Федотова визначає як сукупність міських смислів, що забезпечують ідентифікацію жителів через ототожнення з містом за допомогою значущих для людини символічних засобів (образів, концептів, кодів тощо). Автор наголошує, що міська ідентичність формується за допомогою встановлення символічного зв'язку між особистістю і містом, вона динамічна і змінюється під впливом процесу конструювання міських смислів [8].

Міська ідентичність – це соціально-психологічний феномен, що відображає усвідомлення особистістю своєї належності до міського товариства, що виражене в певному ставленні до міста і його жителів і проявляється у відповідній міській поведінці [5]. Міська ідентичність є таким аспектом ідентичності, який являє собою систему зв'язків між людиною та міським середовищем, унаслідок якої місто перетворюється на такий собі «узагальнений символ індивідуального досвіду» [3]. Зміст міської ідентичності визначає складність міста як поліморфного, багатофункціонального середовища, що робить міську ідентичність багатшаровою. Вона складається з «я – городянин», «я – мешканець міста N», «я – мешканець конкретного району», «я – студент міського університету», «я – активіст міського громадського руху», створюючи складний образ городянина як учасника життя міської громади й, можливо, як активного перетворювача міського буття і простору [6].

Виходячи з наведених вище визначень міської ідентичності, її доцільно визначити в єдності трьох основних компонентів: когнітивного як міри усвідомлення власної психологічної належності до міста й міського життя, що виявляється в переконаності у власному зв'язку з минулим, теперішнім і майбутнім міста, мотиваційного як міри вмотивованості на діяльність і проживання в місті, емоційно-ціннісного як ставлення особистості до міста.

На нашу думку, юнацький вік, виступаючи загалом як період формування ідентичності особистості, передбачає інтенсивний розвиток міської ідентичності. Саме тому дослідження мало на меті вивчення типологічних особливостей міської ідентичності в юнаків і дівчат.

Вибірку досліджуваних становили 215 студентів, серед яких – 137 студентів факультету психології та соціології, віком від 15 до 21 року, і 48 студентів факультету соціальних комунікацій Харківської державної академії культури, 30 учнів 10–11 класів Харківської гімназії № 169.

В емпіричному дослідженні використано методику, призначену для діагностики міської ідентичності, опис якої наведено нижче.

*Шкала ідентифікації з містом* [4] містить 5 шкал, представлених чотирма пунктами: 1) зовнішня цінність, 2) загальна прив'язаність, 3) зв'язок з минулим, 4) сприйняття близькості, 5) цілепокладання.

Визначення типологічних особливостей міської ідентичності юнаків і дівчат реалізувалося процедурою кластерного аналізу методом К-середніх. У результаті отримано 6 кластерів.

Кластер 1 – високі показники зовнішньої цінності міста й загальної прив'язаності – середні показники зв'язку з минулим і близькості з містом – низькі показники цілепокладання в місті. Кластер може бути названий «*Зовнішня міська ідентичність*», оскільки характеризується домінуванням зовнішніх проявів позитивного емоційного ставлення до міста, захопленням зовнішнім виглядом міста, почуттями гордості за себе як городянина, що проживає в красивому й сучасному місті, високою мірою власної репрезентації як мешканця міста. Утім у зазначеної групи старшокласників і студентів не сформувались ті параметри міської ідентичності, які відповідають за усвідомлення власних перспектив у цьому місті.

Кластер 2 – помірні показники всіх параметрів міської ідентичності. Зазначений кластер може бути названий «*Дифузна міська ідентичність*», оскільки його представники в оцінюванні параметрів міста схильні обирати нейтральні (усереднені) судження щодо свого ставлення до міста. Для них характерною є невизначеність щодо власного емоційно-ціннісного ставлення до міста загалом. Їм не властива прив'язаність до міста, гордість і позитивні почуття й емоції щодо міста, проте в них відсутні й негативні думки і почуття, пов'язані з містом.

Кластер 3 – середні показники зовнішньої цінності міста й загальної прив'язаності – вищі за середні показники зв'язку з минулим – високі показники близькості з містом і цілепокладання в місті. Кластер може бути названий «*Перспективна міська ідентичність*», оскільки його провідною характеристикою є спрямованість у майбутнє як городянина міста, уявлень про власну кар'єру та життя в цьому місті. Зазначеній категорії досліджуваних також властива певна критичність щодо міста, низька оцінка його зовнішньої привабливості, прагматичний підхід до життя в місті.

Кластер 4 – високі показники зовнішньої цінності міста й загальної прив'язаності – вищі за середні показники зв'язку з минулим, близькості з містом і цілепокладання в місті. Зазначений кластер може бути названий «*Сформована міська ідентичність*», тому що він характеризує городян, які позитивно ставляться до міста, мають позитивний досвід проживання в місті та загалом високо оцінюють власні перспективи життя в місті.

Кластер 5 – середні показники зовнішньої цінності міста – низькі показники загальної прив'язаності, зв'язку з минулим, близькості з містом, цілепокладання в місті – «*Відчужена міська ідентичність*». Отриманому кластеру відповідають особи, які або негативно, або відсторонено ставляться до міста, слабо ототожнюють себе з містом, у якому живуть.

Кластер 6 – високі показники всіх параметрів міської ідентичності – «*Позитивна міська ідентичність*». Кластер характеризується позитивним

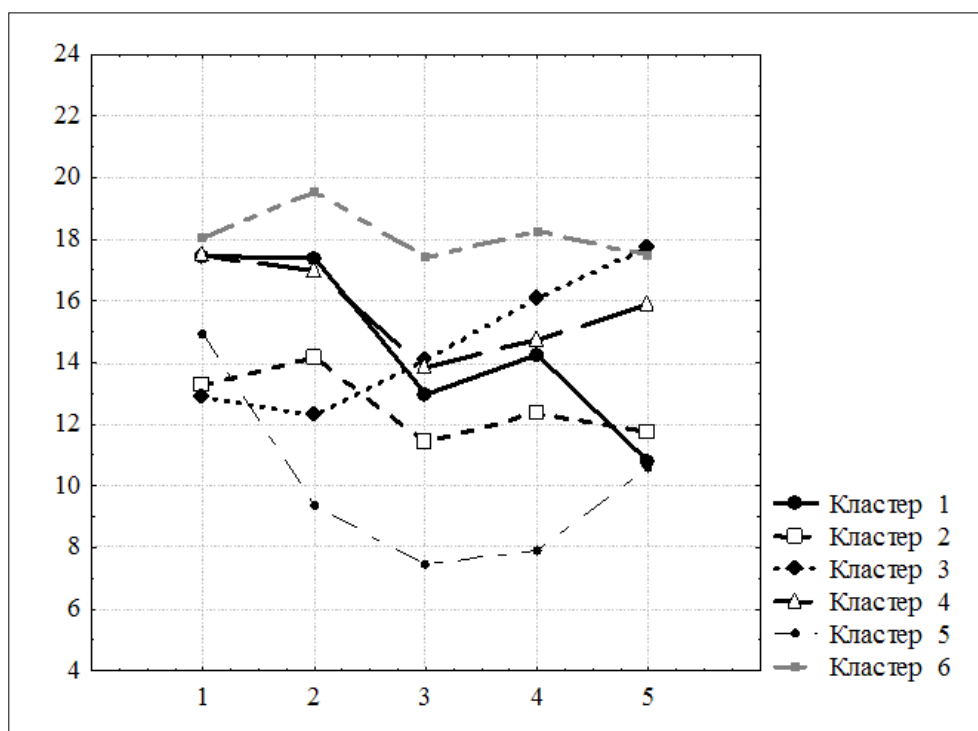


Рис. 1. Кластери міської ідентичності

емоційно-ціннісним ставленням до міста, прийняттям і розумінням міста, мотиваційною спрямованістю на реалізацію життєдіяльності в місті.

**Висновки.** Міська ідентичність є складним соціально-психологічним феноменом і виступає як різновид соціальної й територіальної ідентичності. Міська ідентичність розуміється нами як процес і результат отожднення особистості з міським середовищем, міра усвідомлення власної психологічної належності до міста й міського життя, що виявляється в переконаності у власному зв'язку з минулим, теперішнім і майбутнім міста (когнітивний компонент міської ідентичності), вмотивованості на діяльність і проживання в місті (мотиваційний компонент міської ідентичності), емоційно-ціннісному ставленні особистості до міста проживання (емоційно-ціннісний компонент міської ідентичності).

Юнацький вік є сенситивним до формування міської ідентичності особистості, оскільки воно відбувається на тлі розвитку і становлення соціальної ідентичності, зумовлених залученням старшокласника і студента до соціальних інститутів, зростанням його соціальної, політичної, навчально-професійної та громадської активності.

Для юнаків і дівчат характерними є шість типів міської ідентичності: 1) зовнішня, що характеризується захопленістю зовнішніми ознаками міста, усвідомленням краси та значущості міського простору й почуттям гордості через власну належність до міста на тлі невпевненості у власному подальшому проживанні та активності в місті; 2) дифузна міська ідентичність як байдужість до власного статусу городянина; 3) проспективна міська ідентичність як усвідомлення власних перспектив і можливостей самореалізації в конкретному місті; 4) сформована міська ідентичність як загалом позитивне ставлення до міста та власного статусу городянина; 5) відчужена міська ідентичність як негативне ставлення до міста, відхилення власного статусу городянина; 6) позитивна міська ідентичність як захоплення містом і його життям, цілісне позитивне сприйняття міста, гордість і радість стосовно власного статусу городянина міста, переконаність у власному позитивному майбутньому, пов'язаному з містом.

#### Література:

1. Джемс У. Психология / под ред. Л.А. Петровской. Москва : Педагогика, 1991. 68 с.
2. Коростеліна К.В. Проблема вивчення структури ідентичностей як чинника у прогнозуванні соціального розвитку суспільства. *Проблеми загальної та педагогічної психології*. 2001. Т. III. Ч. 1. С. 60–65.
3. Манаков А.Г. Культурные границы и идентичность (на примере Северо-запада Европейской России). *Идентичность и география в постсоветском пространстве* : сб. науч. ст. / под ред. М. Бассина, К.Э. Аксенова. Санкт-Петербург : Геликон Плюс, 2003. С. 114–136.
4. Микляева А.В., Румянцева П.В. Городская идентичность жителя современного мегаполиса: ресурс личностного благополучия или зона повышенного риска? Санкт-Петербург : Речь. 2011. 160 с.
5. Озерина А.А. Городская идентичность как социально-психологический феномен. *Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7 «Философия»*. 2016. № 4 (34). С. 136–139.
6. Правоторова А.А., Кондратьева У.Г. Теоретические основания исследования городской идентичности. *Творчество и современность*. 2018. № 2 (6). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovaniya-issledovaniya-gorodskoy-identichnosti>.
7. Семенова Д.М. Формирование городской идентичности в малых городах России. *СИСП*. 2015. № 6 (50). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-gorodskoy-identichnosti-v-malyh-gorodah-rossii>.
8. Федотова Н.Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2017. № 20 (3). С. 32–49.
9. Mead G.H. *Mind, self and Society*. Chicago : The Univ. of Chicago Press, 1946. 401 p.
10. Tajfel H. *Social identity and intergroup relations*. Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1982. 321 p.
11. Tajfel H., Turner J.C. The social identity theory of intergroup behavior. *Worchel S., Austin W.G. (eds). Psychology of intergroup relations*. 2nd ed. Chicago: Nelson-Hall, 1985. P. 7–24.

#### Kudriavtsev K. O. Typology of city identity of youth age

*The article analyzes the concept of urban identity of a person, shows its typological features in adolescence. The author's definition of urban identity is given through the characteristics of its cognitive, motivational and emotional-value components. It is determined that urban identity is the process and result of identifying oneself with the urban environment, awareness of one's own psychological belonging to the city and city life, motivation for activity and residence in the city, emotional and value attitude of the person to the city of residence. It has been shown that adolescence is sensitive to the development of urban identity. A cluster analysis of urban identity indicators was applied on five parameters (external value of the city, general attachment to the city, connection with the city's past, perception of proximity to the city, targeting in the city) and identified six typological profiles of the city: 1) external city identity as an admiration for the exterior of the city, an awareness of the beauty and significance of the urban space and a sense of pride due to their own belonging to the city against the background of uncertainty about their own future residence and activity in the city; 2) diffuse urban*

---

*identity as indifference to one's own urban citizen status; 3) prospective urban identity as an awareness of one's own perspectives and opportunities for self-realization in a particular city; 4) formed urban identity as a generally positive attitude to the city and its own status as a citizen; 5) alienated urban identity as a negative attitude to the city, rejection of its own status as a citizen; 6) positive urban identity as an admiration for the city and its life, holistic positive perception of the city, pride and joy about its own status as city citizens, conviction in its own positive future connected with the city. The obtained types of urban identity open the possibilities for creation of psychological and pedagogical foundations of formation of a positive image of the city in the individual picture of the citizen's worldview, and can also be used in psychological substantiation of a positive image of the city in the field of activity of urbanists (city council, communal enterprises, architects, etc.).*

**Key words:** *urban identity, identity typology, adolescence, cluster analysis, urban psychology.*