

Научная статья

УДК: 159.9

<https://doi.org/10.21702/rpj.2024.3.6>

Исследование ценностных оснований идентичности с местом проживания: субъектный подход

Оксана Р. Тучина , Иван А. Аполлонов 

Кубанский государственный технологический университет, Краснодар,
Российская Федерация

*Почта ответственного автора: tuchena@yandex.ru

Аннотация

Введение. Исследование феномена идентичности с местом проживания, его структуры и влияния на разные аспекты человеческой жизни является актуальной научной задачей. Цель нашего исследования – выявление ценностных оснований идентичности с городом в рамках субъектного подхода. **Методы.** Выборку исследования составили 447 респондентов, жителей Краснодара. Инструментарий включал шкалу Droseltis & Vignoles в авторском переводе, методику Б. Кайгородского в авторской модификации, «Личностный опросник изучения индивидуальных ценностей». Для обработки данных были использованы описательные статистики, дисперсионный анализ, корреляционный и регрессионный анализы. **Результаты.** Результаты исследования показали, что длительность проживания является значимым фактором идентичности с местом: респонденты, родившиеся и выросшие в условиях исследуемого города, значимо выше оценивают и свою глубинную связь с городом, и возможности реализации в нем. В группе коренных краснодарцев предикторами аспектов идентичности с городом «Аутентичность личности в городской среде» и «Самореализация в городской среде» являются ценности социального фокуса – Сохранения и Самопреодоления, ценностным основанием параметра идентичности «Самореализация в городской среде» является ценность Открытости изменениям. У респондентов, сознательно выбравших Краснодар в качестве места проживания, ценностным основанием параметра «Аутентичность личности в городской среде» является ценность Самопреодоление, в основе самореализации

в городской среде как фактора идентичности с местом у данной группы выявлена ценность Самоутверждения. Для респондентов, рассматривающих проживание в городе как временное, ценностным предиктором идентичности с городом является Открытость изменениям, на аутентичность личности в городской среде влияет выраженность ценность Сохранения. **Обсуждение результатов.** Результаты исследования расширяют применение субъектного подхода, идентичность с местом проживания может рассматриваться как проявление субъектности личности, как частный случай освоения личностью своих бытийных пространств. Результаты исследования могут быть использованы в разработке программ, направленных на интеграцию городского сообщества.

Ключевые слова

идентичность с местом проживания, идентичность с городом, идентичность, ценности, личностный смысл, субъектный подход

Финансирование

исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда и Кубанского научного фонда (проект 24-18-20075 «Культурный код города: визуальный аспект»)

Для цитирования

Тучина, О. Р., Аполлонов, И. А. (2024). Исследование ценностных оснований идентичности с местом проживания: субъектный подход. *Российский психологический журнал*, 21(3), 92-111. <https://doi.org/10.21702/rpj.2024.3.6>

Введение

Идентичность современного человека становится динамичным феноменом: она формируется и трансформируется в быстро меняющихся социокультурных условиях, что таит в себе угрозу размывания ценностно-смысловых оснований личностной самоидентичности. В этой связи актуализируется проблема поиска и обретения человеком ценностных оснований своего бытия, стремление понять самого себя, свои мотивы, цели, жизненные ценности. Идентичность с местом (place identity) является одним из основных источников построения ценностно-смысловой структуры личности, поскольку именно данный локус бытия формирует основу жизненного мира человека (Аполлонов, Тарба, 2023).

Место, пространство, территория проживания в современной науке рассматриваются не только как физические константы, но и сфера формирования личных смыслов, ценностей, жизненных планов человека (Муравьева и др., 2017).

Как показывает ряд исследований, идентичность с местом проживания является предиктором социальной активности человека, экологического поведения, а также особенностей его взаимоотношений с ближайшим окружением (Manzo, & Perkins, 2006; Dono et al., 2010; Bals et al., 2011; Неяскина, Бутова, 2015; Богомаз, Литвина, Муравьева, 2016). Соответственно, актуальной научной и практической задачей становится исследование феномена идентичности с местом проживания, его структуры и влияния данного вида идентичности на разные аспекты человеческой жизни.

Категория «идентичность с местом» в современной науке

В современных исследованиях существует большое разнообразие терминов, с помощью которых описываются процессы взаимосвязи человека и места его проживания. Наиболее часто используемыми являются такие понятия, как «place identity» – «идентичность места» и «местная идентичность» (Bernardo & Palma-Oliveira, 2016; Lemée et al., 2019; Ujang, 2017). Вместе с данным термином используют понятия «sense of place» (чувство места) (Shawket, 2018), «place attachment» (привязанность к месту) (Ujang, Zakariya 2015) и «local identity» (местная идентичность) (Shao, Binyi, 2018). В работах российских ученых также используются множество понятий и трактовок для определения человека в среде проживания: «территориальная идентичность», «локальная идентичность», «городская идентичность», «привязанность к месту», «местное сообщество» и др. В данный момент имеются попытки выстроить эти понятия в иерархическую систему – от наиболее общего к частному. Например, отмечается, что наиболее общим и основополагающим является термин «identity in landscape» (букв. «идентичность в ландшафте»). В русскоязычных исследованиях аналогом может служить понятие «культурный ландшафт», или «идентичность ландшафта» (Dredge, Jenkins, 2003). По мнению ученых, данное понятие отражает не столько физические характеристики масштаба территории, сколько культурный аспект. Этот конструкт в зарубежных исследованиях включает такие феномены, как региональная, городская, локальная (местная) идентичности («local identity»), но не охватывает всего существующего разнообразия понятий (например, «territorial identity»).

Концептуальные границы между данными понятиями остаются предметом дискуссий: привязанность к месту рассматривают как компонент идентичности места (Lalli, 1992), включают идентичность с местом в «sense of place» (Shamai, 1991), идентичность с местом отождествляют с привязанностью, критерием наличия которой является желание жить в данном месте или возвращаться туда (Hidalgo, Hernández, 2001; Giuliani, 2003; Manzo, 2006).

В последние годы наметилась тенденция рассматривать идентичность с местом как многомерный конструкт, включающий привязанность (аффективный компонент), идентификацию себя с данным местом (когнитивный компонент) и зависимость от места (поведенческий компонент), а также включают в него социальные связи (Belanche et al., 2017).

Одним из важных факторов локальной идентичности исследователи считают длительность проживания, которая является предиктором эмоционального и когнитивного аспектов идентичности с местом (Altman & Low, 1992; Nientied et al., 2019), однако связь эта нелинейная и обусловлена целым рядом факторов (Rollero & De Piccolo, 2010). Наиболее значимым фактором являются цели и ценности индивида, определяющие, насколько он ориентирован на освоение данного места как бытийного пространства личности (Фоменко, 2018). В социальных науках дифференцируют категории «родные» и «неродные» места проживания (Шютц, 2003). «Родные» места проживания характеризуются связью с прошлым, определенным опытом (и в эмоциональном, и в символическом смысле). «Неродные» – это «места прибежищ», не-места (Оже, 2017), которые преимущественно носят утилитарно-функциональный смысл. «Неродные места – вынужденные места, куда мы отправляемся как на чужбину: на работу, на учебу, в эмиграцию, ссылку» (Бороноев, Тхакахов, 2021, с. 99).

С позиций субъектного подхода, учитывающего активность субъекта в городском пространстве, жизненное пространство личности в рамках определенного населенного пункта, где происходит каждодневная реализация ее потребностей, формирование целей и личностных смыслов, является для нее значимым бытийным пространством. Претворяя свою субъектность в пространстве данного места, реализуя ключевую модальность субъекта – «способность преобразовывать внешнее по законам внутреннего» (Рябикина и др., 2023, с. 62), человек не только осваивает городское пространство, наделяя его новыми смыслами, но и изменяет свое отношение к нему, свои установки, жизненные планы. Соответственно, в исследованиях идентичности с местом проживания необходимо учитывать не только длительность нахождения человека в определенном месте, но его установки, жизненные планы по отношению к данному месту.

Одной из главных проблем исследования идентичности с местом проживания является недостаточность методического инструментария эмпирических исследований. Так, методы исследования городской идентичности в зарубежных исследованиях в основном опираются на опросник M. Lalli и его модификации (Belanche et al, 2017; Nientied et al, 2019). Привязанность к месту проживания также исследуют при помощи многомерных шкал с такими измерениями, как: знакомство с местом, принадлежность, удовлетворенность, социальные связи, зависимость от места, укорененность, идентичность с местом (Scannel & Gifford, 2010; Lewicka, 2011; Shamai & Ilatov, 2005). Сам конструкт «городская идентичность» является неоднозначной категорией и рассматривается, с одной стороны, как принадлежность личности определенному сообществу («community identity»), а с другой – как привязанность к городскому пространству, осмысление его привлекательности, исторических и культурных особенностей («place identity») (Озерина, Тимофеева, 2019). В ряде работ городская идентичность позиционируется как совокупность различных факторов (социальных, визуально-пространственных, коммуникативно-пространственных, историко-культурных, психологических),

ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ, ФИЛОСОФИЯ И ПСИХОЛОГИЯ

исследование которых проводится методом интервью или анкетирования, с применением психосемантических и проективных методов, ассоциативного эксперимента (Тимофеева и др., 2021; Федотова, 2017; Filep et al., 2014).

Идентичность с местом является многомерным конструктом, охватывающим связи между материальными объектами данного места и личностными смыслами жителей, поэтому многие исследователи считают необходимым сочетание методологий и методов исследования данного явления и помещению его в более широкий социальный контекст (Moulay et al., 2018; Araújo de Azevedo et al., 2013; Nientied et al., 2019).

В нашем исследовании мы будем использовать термин «идентичность с городом», понимая под ним внутриличностный конструкт как результат осмысления и переживания человеком принадлежности определенному городу с его культурно-историческими и географическими особенностями.

Идентичность с городом, отражающая восприятие и понимание себя человеком в контексте определенной среды, ключевым моментом которой является личный опыт освоения культурного и социального пространства, является объектом исследований на основе шкалы идентичности с местом проживания Droseltis, O. & Vignoles, V.L. (Droseltis, Vignoles, 2010). Данная шкала обладает как универсальностью, поскольку позволяет исследовать особенности локальной идентичности личности, так и гибкостью, поскольку может применяться для изучения идентичности индивида с конкретным местом.

Поскольку смысловая структура повседневного мира человека опирается на ряд значимых, «якорных» точек ориентации в его социокультурном пространстве, место, к которому индивид испытывает привязанность, формирует его ценности и смыслы (Бороноев, Тхакахов, 2021). В ряде работ результаты исследования гражданской, этнической, религиозной идентичности выявили, что они могут быть детерминированы разными ценностями (Roccas et al., 2010; Лепشوкова, 2021; Галяпина, 2021; Федотова, 2024). Исследование ценностных аспектов идентичности с городом показало, что субъективная оценка реализуемости ценностей в среде города является существенным фактором идентификации с городом (Lalli, 1992; Муравьева и др., 2017; Богомаз и др., 2016).

Исследование ценностных детерминант идентичности опирается на теорию базовых ценностей Ш. Шварца (Шварц и др., 2012), который выделил 19 ценностей с различным мотивационным смыслом, объединив их в четыре метаценности:

- «Открытости изменениям» (Openness to change), которые характеризуют готовность к новым или преобразующим идеям, действиям и переживаниям и включают ценности самостоятельности, стимуляции и гедонизма;
- «Самоутверждения» (Self-Enhancement), которые фокусируются на удовлетворении собственных интересов и состоят из ценностей власти, достижений и репутации;

- «Сохранения» (Conservation), которые ориентированы на избегание изменений, самоограничение и порядок, включают ценности конформизма, безопасности и традиций;
- «Самопреодоления» (Self-Transcendence), ориентированные на преодоление личных интересов ради других и включающие благожелательность, заботу и универсализм.

Согласно субъектному подходу, личность «самоактуализируется, реорганизуя объективные пространства своей жизни в соответствии со структурой личностных смыслов и преобразуя их в пространство своего бытия» (Рябикина и др., 2023, с. 62). Исследование ценностных детерминант идентичности с местом проживания респондентов с разными периодами и установками проживания в городе с позиций субъектного подхода позволяет рассматривать данный феномен как проявление субъектности личности, как частный случай освоения личностью своих бытийных пространств.

Цель и задачи исследования

Цель исследования: выявление ценностных оснований идентичности с городом в контексте субъектного подхода.

Задачи исследования:

1. Сравнительный анализ выраженности идентичности с городом в группах респондентов с разными периодами и установками проживания в городе.
2. Выявление ценностных детерминант идентичности с городом в данных группах респондентов.
3. Исследование качественными методами смысловой наполненности параметров идентичности с городом (лично-смысловых аспектов идентичности).
4. Рассмотрение ценностных оснований идентичности с городом респондентов с разными периодами и установками проживания в городе с позиций субъектного подхода.

Методы

Выборка

Выборку исследования составили 447 респондентов, жителей Краснодара, в возрасте от 16 до 70 лет ($M = 22,6$; $SD = 8,29$);

- пол: женский – 225 человек (50,3%), мужской – 222 человека (49,7%);
- уровень образования: высшее – 25%, неполное высшее – 58,8%, среднее специальное – 16,3%;

ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ, ФИЛОСОФИЯ И ПСИХОЛОГИЯ

- этническое большинство (русские) – 83,7%, этническое меньшинство (армяне, адыги, украинцы, татары, греки) – 14,3%.

Выборка была разделена на три группы в соответствии с периодами и обстоятельствами проживания в городе (табл. 1):

- В первую группу вошли респонденты, родившиеся и всю жизнь (или основную часть жизни) прожившие в Краснодаре, для которых город является «малой родиной»;
- Вторую группу составили те респонденты, кто переехал в город на постоянное место жительства вследствие своего выбора или стечения обстоятельств в осознанном возрасте.
- Третья группа – респонденты, проживающие в городе временно.

Таблица 1

Гендерные и возрастные характеристики выборки

Группы респондентов	Кол-во (N, %)	возрастные характеристики			пол	
		M	Min-Max	SD	муж (N, %)	жен (N, %)
Группа 1	190 (42,5)	23,3	16-70	8,9	90 (47,4)	100 (52,6)
Группа 2	143 (32)	20,7	18-55	6,1	73 (51,1)	70 (48,9)
Группа 3	114 (25,5)	20,3	16-47	4,8	59 (51,7)	55 (48,3)

Примечание. N – общий объем выборки; M – среднее значение; Min – минимальный возраст; Max – максимальный возраст; SD – стандартное отклонение.

Методики

Инструментарий включал шкалу Droseltis, O. & Vignoles, V.L. в авторском переводе. Данная методика была переведена на русский язык, с помощью экспертного опроса адаптирована в соответствии с российскими культурными особенностями и проверена на надежность шкал на выборке из 431 респондента (Тучина, 2024).

В результате адаптации методики были выделены два фактора: «Аутентичность личности в городской среде» и «Самореализация в городской среде». Первый отражает смыслообразующие характеристики идентичности с городом, позволяющие человеку почувствовать свою подлинность, конгруэнтность данному месту. Второй фактор характеризует город как пространство реализации, профессиональной, финансовой и личностной, позволяющей человеку чувствовать себя спокойно и уверенно.

В качестве инструмента исследования личностно-смыслового аспекта городской идентичности была использована методика исследования самопонимания Б. Кайгородова в авторской модификации. Результаты были обработаны методом контент-анализа.

Для исследования ценностей мы использовали сокращенную версию «Личностного опросника изучения индивидуальных ценностей» (PVQ-R) (Шварц и др., 2012).

Обработка данных

Для математико-статистической обработки данных были использованы описательные статистики, дисперсионный анализ (для сравнения выраженности исследуемых параметров эмпирических групп), корреляционный и регрессионный анализы (для исследования взаимосвязи ценностей с выраженностью идентичности с городом) в SPSS 22.0.

Результаты

Анализ аспектов идентичности

На первом этапе было проведено сравнение выраженности выделенных аспектов идентичности с городом в группах респондентов с разными периодами проживания в городе методом однофакторного дисперсионного анализа (ANOVA). Исследование выявило, что значимо больше выражены в группе давно проживающих в городе по сравнению с группами респондентов, переехавших недавно или проживающих в городе временно, показатели «Аутентичность личности в городской среде (АЛ)» ($p \leq 0,001$) и «Самореализация в городской среде (СА)» ($p \leq 0,01$). Различия данных показателей у респондентов второй и третьей группы незначимы (табл. 2).

Таблица 2

Результаты исследования городской идентичности в группах респондентов с разной продолжительностью проживания в городе

Исследуемые параметры идентичности с городом	Группа 1		Группа 2		Группа 3		F
	M	SD	M	SD	M	SD	
Аутентичность личности в городской среде (АЛ)	3,6	0,86	3,1	0,85	2,98	0,91	26,7***
Самореализация в городской среде (СА)	3,75	0,80	3,57	0,73	3,46	0,79	5,1**

Примечание: M – среднее значение; SD – стандартное отклонение; F – критерий Фишера; * – эффекты значимы на уровне $p < 0,05$; ** – эффекты значимы на уровне $p < 0,01$; *** – эффекты значимы на уровне $p < 0,001$.

Сравнительный анализ выраженности метаценностей по Ш. Шварцу («Открытость изменениям», «Самоутверждение», «Сохранение», «Самопреодоление») в исследуемых группах не выявил значимых различий. Во всех группах наиболее выраженной оказалась ценность «Самопреодоление», а наименее – «Сохранение» (табл. 3).

Таблица 3

Результаты исследования метаценностей в группах респондентов с разной продолжительностью проживания в городе

Метаценности по Шварцу	Группа 1		Группа 2		Группа 3		F
	M	SD	M	SD	M	SD	
Сохранения	4,02	0,81	3,96	0,74	3,91	0,89	0,661
Открытости изменениям	4,27	0,82	4,33	0,69	4,32	0,80	0,269
Самоутверждения	4,38	0,91	4,28	0,93	4,18	0,97	1,543
Самопреодоления	4,56	0,82	4,58	0,75	4,69	0,75	1,032

Примечание: M – среднее значение; SD – стандартное отклонение; F – критерий Фишера; * – эффекты значимы на уровне $p < 0,05$; ** – эффекты значимы на уровне $p < 0,01$; *** – эффекты значимы на уровне $p < 0,001$.

Затем мы проанализировали связь индивидуальных ценностей высокого порядка, выявленных у респондентов в исследуемых группах, с факторами идентичности с городом при помощи корреляционного анализа. Для исследования влияния ценностей на компоненты идентичности с городом методом регрессионного анализа в качестве независимых переменных были взяты метаценности со статистически достоверным уровнем значимости корреляции. В итоговых регрессионных моделях представлены ценности, коэффициент влияния которых демонстрировал достоверность обнаруженной взаимосвязи ($p \leq 0,05$), параметры моделей обозначены в нижних строках (табл. 4).

Таблица 4

Результаты исследования ценностных детерминант городской идентичности

Метаценности по Шварцу	Исследуемые параметры идентичности с городом					
	Группа 1		Группа 2		Группа 3	
	АЛ	СА	АЛ	СА	АЛ	СА
Сохранения	0,211*	0,160*			0,336**	
Открытости изменениям		0,175*			0,242*	0,306**
Самоутверждения				0,224*		
Самопреодоления	0,222**	0,251**	0,193*			
R	0,382	0,438	0,193	0,224	0,336	0,418
R ²	0,137	0,179	0,030	0,047	0,104	0,158
Adj. R ²	-0,005	-0,007	-0,016	-0,011	-0,023	-0,007
F	16,38***	15,12***	5,13*	7,01*	12,6**	10,39**

Примечание: F – F-критерий Фишера; * – эффекты значимы на уровне $p < 0,05$; ** – эффекты значимы на уровне $p < 0,01$; *** – эффекты значимы на уровне $p < 0,001$.

Смысловая наполненность идентичности

Согласно концепции нашего исследования, количественное изучение различий респондентов с разным периодом проживания в выраженности разных аспектов городской идентичности необходимо дополнить качественным исследованием смысловой наполненности этих параметров идентичности. В качестве инструмента исследования особенностей нарративов идентичности с городом была использована методика Б. В. Кайгородова в авторской модификации (Тучина и др., 2023). Респондентам задавали вопрос: «Что для вас значит быть краснодарцем?». Ответы респондентов были обработаны с использованием процедуры контент-анализа, которая была описана нами ранее (Тучина и др., 2023). В качестве единицы анализа рассматривались основные категории идентичности с городом, которые были выделены с помощью согласованных оценок трех независимых экспертов (психолога, социолога и лингвиста).

Обработка результатов исследования методом контент-анализа позволила выявить следующие смысловые единицы идентичности с городом.

1. Отрицание значимости городской идентичности.
2. Формальная составляющая идентичности, включающая следующие смысловые единицы: регистрация на территории города, проживание в городе.
3. Эмоциональная составляющая городской идентичности: положительные (чувство гордости, любовь к этому месту, чувство комфорта) и отрицательные (идентичность как проявление городского стресса).
4. Мотивационная составляющая городской идентичности описывает возможности человека в городской среде (природно-климатические условия, экономические и культурно-образовательные возможности; понимание преимуществ перед другими местами проживания).
5. Деятельностная составляющая городской идентичности: активность на благо города (экономическая, экологическая), деятельность по сохранению и передаче традиций, создание и поддержка положительного образа города.
6. Городская идентичность как часть личной истории и фактор личностного развития предполагает осмысление города в контексте автобиографии, осознание влияния городской среды и городской истории на личность и ее жизненный путь.
7. Идентичность с городом как возможность стать частью общности, «городского организма», истории города.
8. Идентичность с городом как фактор формирования определенных личностных и поведенческих особенностей, отличающих жителей города, особого менталитета и образа жизни.

Далее подсчитано было количество ответов респондентов каждой группы в соответствии с выделенными категориями. С помощью непараметрического

U-критерия–Манна-Уитни была проанализирована частота использования описательных характеристик по категориям.

Результаты исследования показали существенное отличие нарративов идентичности с городом в исследуемых группах. Отрицание важности идентичности с городом значимо чаще встречается у коренных краснодарцев и временно проживающих в городе, чем у недавно переехавших ($p \leq 0,01$). Формальная составляющая идентичности чаще зафиксирована в ответах временных жителей, чем переехавших недавно ($p \leq 0,05$). Значимых различий в ответах респондентов, характеризующих эмоциональную и мотивационную составляющую идентичности с городом, не выявлено. Значимо чаще встречаются в ответах коренных жителей и переехавших в сознательном возрасте, чем в ответах временно проживающих, следующие аспекты идентичности с городом: деятельностная составляющая ($p \leq 0,05$), идентичность как часть личной истории ($p \leq 0,05$), идентичность как возможность стать частью «городского организма» ($p \leq 0,05$), идентичность как фактор формирования личностных и поведенческих особенностей ($p \leq 0,05$) (табл. 5).

Таблица 5

Результаты исследования личностно-смысловых аспектов городской идентичности

Личностно-смысловые аспекты идентичности с городом	Ответы респондентов (в % ответов)		
	Группа 1	Группа 2	Группа 3
отрицание значимости идентичности с городом	10	1,3	14
формальная составляющая идентичности	6,8	4,2	8,7
эмоциональная составляющая идентичности: положительные/отрицательные реакции	28,4/5,8	21/1,4	20/9,6
мотивационная составляющая идентичности	16,3	19,7	21,9
деятельностная составляющая идентичности	14,6	14,9	2,6
идентичность как часть личной истории	9,4	6,8	1,7
идентичность как возможность стать частью «городского организма»	14,7	14,9	5,2
идентичность с городом как фактор формирования личностных и поведенческих особенностей	17,3	12,4	7

Обсуждение результатов

Результаты исследования выраженности выявленных аспектов идентичности с городом показали, что длительность проживания является значимым фактором идентичности с местом. Респонденты, родившиеся и выросшие в условиях исследуемого города, значимо выше оценивают и свою глубинную связь с городом, и возможности реализации в нем, что в основном соответствует данным исследований (Altman & Low, 1992; Nientied et al, 2019), отмечающих, что идентификация с городом происходит через привязанность к нему на основе «привычности», родства, безопасности (Муравьева и др., 2017). Однако, согласно полученным результатам, выраженность исследуемых аспектов идентичности с городом у тех, кто приехал в город в сознательном возрасте, сделав выбор в пользу данного места, и тех, кто рассматривает город как временное место проживания, значимо не различается. Это можно объяснить недостаточным освоением данной группой респондентов города как бытийного пространства. Кроме того, это подтверждает выявленный исследователями феномен, что в период 6–10 лет проживания в городе происходит «кризис идентификации с городом», переоценка отношения к нему и своего места в городской среде (Муравьева и др., 2017).

Как показали результаты исследования, мотиваторами поведения во всех группах респондентов выступают ценности социального фокуса – блока Самопреодоления, что соответствует данным межпоколенных исследований ценностей респондентов Кубани (Галяпина, 2021). При этом результаты количественного и качественного исследования ценностной детерминации идентичности с городом выявили, что в изучаемых группах разные ценностные основания данного вида идентичности.

В группе коренных краснодарцев ценностными предикторами обоих аспектов идентичности с городом являются ценности социального фокуса – Сохранения и Самопреодоления, то есть в основе идентичности с городом этих респондентов лежат стремление к сохранению традиций и тенденция жертвовать своими интересами ради других. Кроме того, ценностным основанием параметра идентичности «Самореализация в городской среде» является ценность Открытости изменениям, соответственно, готовность принимать новое, изменять свою жизнь и окружающую среду способствует повышению личностью оценки возможностей реализации в рамках города.

У респондентов, сознательно выбравших Краснодар в качестве места проживания, ценностным основанием параметра «Аутентичность личности в городской среде» является ценность Самопреодоления, соответственно, чем больше готовность человека поступиться своими желаниями ради общности, тем больше он чувствует свое соответствие данному месту, ощущает его «своим». А в основе самореализации в городской среде как фактора идентичности с местом у данной группы выявлена ценность Самоутверждения. Можно сказать, что чем больше респонденты ценят самостоятельность собственных мыслей и

действий, социальное равенство и толерантность, чем более они ориентированы на доминирование и получение ресурсов, тем выше оценивают свои шансы на успешную реализацию.

Для группы респондентов, рассматривающих проживание в городе как временное, ценностным предиктором идентичности с городом является Открытость изменениям, то есть, готовность принимать и осваивать новое способствует активному формированию идентичности с местом проживания. На аутентичность личности в городской среде в данной группе также влияет выраженность метаценности Сохранения: чем выше у респондентов стремление к сохранению традиций и соблюдению правил, тем больше у них ощущения города как своего, как принявшего их. Как показывают исследования, активное освоение человеком городского пространства усиливает его адаптивность к городским условиям, способствует повышению его рефлексивного отношения к себе и окружающей среде, укреплению эмоциональных и личностных связей с городской средой, в итоге, способствует повышению субъектности (Nientied et al., 2019; Тучина, 2023). При этом для лучшей адаптации в городской среде необходимо принимать его традиции, соблюдать нормы и правила; ценности, связанные с сохранением традиций, определяют как самоуважение, так и удовлетворенность жизнью (Галяпина, 2021).

Сравнительный анализ результатов личностно-смысловых особенностей идентичности с городом также выявил существенную разницу в исследуемых группах. Так, отрицание значимости городской идентичности характерно и для группы коренных краснодарцев, и для временно проживающих. Но в первом случае это является следствием отсутствия рефлексивной позиции: «Я никогда не задумывался об этом, всегда здесь жил было нормально» (муж., 22 года), а во втором – проявлением несформированности городской идентичности: «Ничего не значит, я здесь всего год, еще не успел стать краснодарцем» (муж., 19 лет).

Эмоциональная составляющая городской идентичности является наиболее выраженной в каждой группе, однако в первой и второй группе она в основном имеет положительную окраску: чувство гордости, любовь к этому месту, чувство комфорта: «Я горжусь тем городом, в котором родилась, росла и жила, он лучший» (жен., 23 года), а в третьей чаще рассматривается как проявление городского стресса, связанного с большими расстояниями, городской логистикой, экологической и экономической ситуацией: «Быть краснодарцем – значит часами стоять в пробках и постоянно думать, где найти жилье подешевле, но чтоб в пробках не стоять» (муж., 32 г.).

Мотивационная составляющая городской идентичности, включающая представление о возможностях человека в городской среде, также часто встречается в ответах всех исследуемых групп, при этом выявлены определенные смысловые нюансы. Переехавшие в город подчеркивают природно-климатические условия, экономические и культурно-образовательные возможности: «Жить в

ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ, ФИЛОСОФИЯ И ПСИХОЛОГИЯ

теплом климате, в хорошем городе, куда все стремятся переехать» (жен., 44 г.). Понимание идентичности с городом коренных краснодарцев связано с описанием преимуществ перед другими местами проживания «Здесь лучший климат, всегда есть работа» (жен., 28 лет), а также город рассматривается как стартовая площадка для дальнейшего развития, карьеры, самореализации: «Это значит получить здесь образование, навыки, и уехать в Москву или за границу» (муж., 20 лет); «Это возможность вырасти в хорошем климате, с хорошим здоровьем, что будет потом конкурентным преимуществом» (жен., 20 лет). Временно проживающие в городе респонденты акцентируют внимание на тех особенностях городской сферы, что удовлетворяют или не удовлетворяют актуальные потребности: «Здесь всегда есть работа, даже для студента» (муж., 20 лет); «Много колледжей и вузов, реально поступить на бюджет» (муж., 17 лет), «Слишком большие расстояния, житель Краснодара все время куда-то едет» (жен., 25 лет).

Деятельностная составляющая городской идентичности, включающая разные виды активности на благо города, заметно больше выражена у коренных жителей и сознательно переехавших в город, которые готовы способствовать улучшению городского пространства и жизни горожан. Это же наблюдается и в проявлении идентичности с городом как возможности стать частью общности, «городского организма», истории города, а также идентичности с городом как фактора формирования определенных личностных и поведенческих особенностей: «Быть активным, амбициозным и готовым к конкуренции» (жен., 25 лет); «краснодарцев считают очень эмоциональными, энергичными и улыбчивыми, но также мы много суетимся и часто куда-то торопимся» (муж., 42 г.). Таким образом, по мере освоения и «присвоения» городского пространства личностью происходит изменение ее позиции по отношению к городу: от рассмотрения города как способа удовлетворения потребностей к пониманию его как части своей жизни и стремлению сделать его лучше.

Понимание городской идентичности как личной истории и фактора личностного развития активно проявляется у коренных горожан: «Место, благодаря которому я такой, как есть, где мои друзья, учителя» (муж., 30 лет), «Это место взросления, понимания мира, первой любви» (жен., 50 лет). Респонденты отмечают сакральный смысл локальной идентичности: «Это место силы» (муж., 27 лет), «это место, где я подпитываюсь энергией, прихожу в себя» (жен., 22 года), «место, где возвращаюсь к себе, стряхиваю всю шелуху, понимаю, как жить дальше» (муж., 44 года). Идентичность рассматривают как «чувство дома»: «место, где мне комфортно, где родились сестры, лучшая часть большого мира» (муж., 40 лет), как связь с родом, с корнями: «Это земля моих предков» (муж., 18 лет), «Это место, где берет начало мой род, мои корни» (муж., 21 год), как место, связывающее с семьей, родственниками: «Это там, где мои родные» (жен., 26 лет), как «все, что связано со мной и моими близкими людьми» (жен., 19 лет). Респонденты, переехавшие в город достаточно давно, отмечают в своих ответах, как формируется привязанность к

городу: «Сначала я все время сравнивал Краснодар с Воронежем, думал, где лучше, а теперь уже такое сравнение в голову не приходит» (муж., 27 лет); «Я чувствую, что стал краснодарцем, когда надолго уезжаю, скучаю по городу» (муж., 32 года).

Соответственно, рассматривая идентичность с городом с позиций субъектного подхода, учитывающего активность субъекта в городском пространстве, можно утверждать, что место проживания является, главным образом, субъективно-персонализированным пространством личности, поскольку человек ощущает эмоциональную связь с этим местом, городским сообществом, его историей и культурными особенностями. Когда у человека формируется желание влиять на городское пространство, делать его более комфортным, эстетичным, экологичным (объективно-персонализированным пространством), это становится следующим шагом в освоении города как бытийного пространства личности.

Заключение

Таким образом, длительность проживания является значимым фактором идентичности с местом: респонденты, родившиеся и выросшие в условиях исследуемого города, значимо выше оценивают и свою глубинную связь с городом, и возможности реализации в нем.

Исследование ценностных оснований идентичности с городом выявило наличие разных ценностных детерминант городской идентичности группах респондентов с разным опытом проживания в Краснодаре. В группе коренных краснодарцев в основе идентичности с городом лежат стремление к сохранению традиций и готовность помогать другим. У респондентов, сознательно выбравших Краснодар в качестве места проживания, ценностным основанием ощущения своего соответствия месту проживания является готовность отказаться от реализации своих интересов в пользу интересов общности, а ориентация на самостоятельность и доминирование способствуют высокой оценке своих шансов на успешную реализацию в городской среде. Для респондентов, рассматривающих проживание в городе как временное, ценностным предиктором идентичности с городом парадоксальным образом является одновременно метаценности Традиция и Открытость изменениям: готовность принимать и осваивать новое способствует активному формированию идентичности с местом проживания, а стремление к сохранению традиций и соблюдению правил – формированию у этих респондентов ощущения города как своего, как принявшего их.

Соответственно, результаты исследования расширяют применение субъектного подхода: идентичность с местом проживания, исследуемая при помощи адаптированной методики, позволяет рассматривать данный феномен как проявление субъектности личности, как частный случай освоения личностью своих бытийных пространств, пространство города при этом становится онтологически значимой частью личностного «Я» горожанина.

Результаты исследования могут быть использованы в разработке программ, направленных на интеграцию городского сообщества, через призму ценностного единства, общих социальных идентичностей и позитивных культурных установок.

Литература

- Аполлонов, И.А., Тарба И.Д. (2023). Пространство культуры в зеркале городского ландшафта. *Вопросы философии*, 8, 174–188. <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2023-8-174-188>
- Богомаз, С.А., Литвина, С.А., Муравьева, О.И. (2016). Базисные ценности и характеристики личностного потенциала как факторы идентичности с городом. *Успехи современной науки*, 7(1), 154–157.
- Бороноев, А. О., Тхакахов, В. Х. (2021). Концепция пространства мест в социальных науках. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология*, 37(1), 91–105. <https://doi.org/10.21638/spbu17.2021.108>
- Галяпина, В. Н. (2021). Взаимосвязь ценностей, идентичности и установки на поддержание мультикультурной идеологии у русских в Краснодарском крае: межпоколенный анализ. *Психологические исследования*, 14(78), 1–21. <https://doi.org/10.54359/ps.v14i78.128>
- Лепشوкова, З.Х. (2021) Инклюзивные и эксклюзивные идентичности и контакты: роль ценностей и статуса этнической группы. *Национальный психологический журнал*, 2 (42), 61–75. <https://doi.org/10.11621/npj.2021.0206>
- Литвина, С.А., Муравьева, О.И. (2018). Опросник идентичности с городом: разработка, валидизация, проверка надежности. *Вестник Новосибирского государственного педагогического университета*, 8(1), 73–91. <https://doi.org/10.15293/2226-3365.1801.05>
- Муравьева, О.И., Литвина, С.А., Кружкова, О.В., Богомаз, С.А. (2017). Особенности структуры идентичности с городом молодежи российских городов. *Вестник Новосибирского государственного педагогического университета*, 1, 63–80. <https://doi.org/10.15293/2226-3365.1701.05>
- Неяскина, Ю.Ю., Бутова, О.Е. (2015). Субъективная оценка реализуемости базисных ценностей в условиях города при разных уровнях городской идентичности у вузовской молодежи. *Вестник Кемеровского государственного университета*, 3-3(63), 189–196.
- Оже, М. (2017). *Не-места. Введение в антропологию гипермодерна*. Новое литературное обозрение.
- Озерина, А.А., Тимофеева, Т.С. (2019). Обзор современных зарубежных исследований феномена «Городская идентичность». *Logos et Praxis*, 4, 142–152. <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2019.4.17>
- Прохоренко, Л.И. (2017) Территориальная идентичность. *Идентичность: личность, общество, политика*. Изд-во «Весь Мир».
- Психология личности: субъектно-бытийный подход* (2023): монография З.И. Рябикина, Л.Н. Ожигова, А.Ш. Гусейнова (ред.). Кубанский гос. ун-т.
- Тимофеева, Т.С., Озерина, А.А., Голубь, О.В. (2021). Разработка инструментария для исследования основных факторов формирования городской идентичности. *Человеческий капитал*, 4(148), 142–150. <https://doi.org/10.25629/HC.2021.04.13>
- Тучина, О.Р. (2024). Адаптация опросника идентичности с городом (на материале исследования жителей Краснодара). *Ярославский педагогический вестник*, 4(139), 139–147. <https://doi.org/10.20323/1813-145X-2024-4-139-139>

- Тучина, О.Р., Аполлонов, И.А., Посметюха, Л.А. (2023). Восприятие городского культурного пространства и особенности городской идентичности: межпоколенный анализ (на материале исследования респондентов Краснодара). *Южно-российский журнал социальных наук*, 24(3), 119–134. <https://doi.org/10.31429/26190567-24-3-119-134>
- Федотова, В. А. (2024). Гражданская и этническая идентичность россиян: роль ценностей в их формировании. *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология*, 47(1), 131–149. <https://doi.org/10.11621/LPJ-24-06>
- Федотова, Н.Г. (2017). Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 20(3), 32–49.
- Шварц, Ш., Бутенко, Т.П., Седова, Д.С., Липатова, А.С. (2012). Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 9(2), 43–70.
- Шютц, А. (2003). *Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии*. Институт Фонда «Общественное мнение».
- Altman, I., & Low, S. M. (1992). *Place Attachment*. Plenum Press. <https://doi.org/10.1007/978-1-4684-8753-4>
- Araújo de Azevedo, A. J., Ferreira Custodio, M. J., & Perna, F. P. A. (2013). "Are You Happy Here?": The Relationship between Quality of Life and Place Attachment. *Journal of Place Management and Development*, 2, 102–119. <https://doi.org/10.1108/JPMD-06-2012-0017>
- Bals, M., Turi, A.L., Skre, I., & Kvernmo, S. (2011). The relationship between internalizing and externalizing symptoms and cultural resilience factors in Indigenous Sami youth from Arctic Norway. *International Journal of Circumpolar Health*, 70, 37–45. <https://doi.org/10.3402/ijch.v70i1.17790>
- Belanche, D., Casalós, L. V., & Flavián, C. (2017). Understanding the cognitive, affective and evaluative components of social urban identity: Determinants, measurement, and practical consequences. *Journal of Environmental Psychology*, 50, 138–153. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.02.004>
- Bernardo, F., & Palma-Oliveira, J-M. (2016): Identification with the neighborhood: Discrimination and neighborhood size. *Self and Identity*, 15(5), 579–598. <https://doi.org/10.1080/15298868.2016.1178665>
- Colquhoun, S., & Dockery, A. M. (2012). The Link between Indigenous Culture and Wellbeing: Qualitative Evidence for Australian Aboriginal Peoples. *The Centre for Labour Market Research*, 1, 1–29.
- Dallago, L., Perkins, D. D., Santinello, M., Boyce, W., Molcho, M., & Morgan, A. (2009). Adolescent Place Attachment, Social Capital, and Perceived Safety: A Comparison of 13 Countries. *American Journal of Community Psychology*, 44, 148–160. <https://doi.org/10.1007/s10464-009-9250-z>
- Dias, P., & Ramadier, T. (2015). Social trajectory and socio-spatial representation of urban space: The relation between social and cognitive structures. *Journal of Environmental Psychology*, 41, 135–144. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.12.002>
- Dono, J., Webb, J., & Richardson, B. (2010). The relationship between environmental activism, pro-environmental behaviour and social identity. *Journal of environmental psychology*, 30(2), 178–186. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.11.006>
- Dredge, D., & Jenkins, J. (2003). Destination place identity and regional tourism policy. *Tourism Geographies*, 5(4), 383–407. <https://doi.org/10.1080/1461668032000129137>
- Droseltis O., Vignoles V. (2010). Towards an integrative model of place identification: Dimensionality and predictors of intrapersonal-level place preferences. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 23–34. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.05.006>

- Filep, C.V., Thompson-Fawcett, M., & Rae, M. (2014). Built Narratives. *Journal of Urban Design*, 19, 298–316. <https://doi.org/10.1080/13574809.2014.890043>
- Giuliani, M. V. (2003). Theory of attachment and place attachment. In M. Bonnes, T. Lee, & M. Bonaiuto (Eds.). *Psychological theories for environmental issues*, 137–170.
- Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273–281. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0221>
- Lalli, M. (1992). Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 12(4), 285–303. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(05\)80078-7](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80078-7)
- Lemée, C., Fleury-Bahi, G., Navarro, O. (2019). Impact of place identity, self-efficacy and anxiety state on the relationship between coastal flooding risk perception and the willingness to cope. *Frontiers in psychology*, 10, 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00499>
- Lewicka, M. (2011). Place Attachment: How Far Have We Come in the Last 40 Years? *Journal of Environmental Psychology*, 31, 207–230. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.10.001>
- Manzo, L. C., & Perkins, D. D. (2006). Neighborhoods as Common Ground: The Importance of Place Attachment to Community Participation and Development. *Journal of Planning Literature*, 20, 335–350. <https://doi.org/10.1177/0885412205286160>
- Moulay, A., Ujang, N., Maulan, S., & Ismail, S. (2018). Understanding the Process of Parks' Attachment: Interrelation between Place Attachment, Behavioral Tendencies, and the Use of Public Place. *City, Culture and Society*, 14, 28–36. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2017.12.002>
- Nientied, P., Dharmo, S., Papa, D. and Toska, M. (2019) Place Attachment in Seven Areas of Tirana, Albania. *Current Urban Studies*, 7, 206–227. <https://doi.org/10.4236/cus.2019.72010>
- Pol, E. (2002). The Theoretical Background of the City-Identity-Sustainability Network. *Environment and Behavior*, 34, 8–25. <https://doi.org/10.1177/0013916502034001002>
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., Kaminoff, R. (1983). Place-identity: physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57–83. <https://doi.org/10.5632/jila.68.849>
- Roccas S., Schwartz S.H., Amit A. (2010). Personal Value Priorities and National Identification. *Political Psychology*, 31(3), 393–419. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2010.00763.x>
- Rollero, C., & De Piccolo, N. (2010). Place Attachment, Identification and Environment Perception: An Empirical Study. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 198–205. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.12.003>
- Scannel, L., & Gifford, R. (2017). The Experienced Psychological Benefits of Place Attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 51, 256–269. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.04.001>
- Shamai, S., & Ilatov, Z. (2005). Measuring Sense of Place: Methodological Aspects. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96, 467–476. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.2005.00479.x>
- Shao Yu., Binyi L. (2018). Local identity regeneration of unused urban spaces. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 6(4), 21–34. https://doi.org/10.14246/irspsd.6.4_21
- Shawket, I.M. (2018). Identity in urban spaces of residential compounds: Contributing to a better environment. *HBRC journal*, 14(2), 235–241. <https://doi.org/10.1016/j.hbrj.2016.08.003>
- Twigger-Ross, C. L., Uzzell, D. (1996). Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology*, 16, 205–220. <https://doi.org/10.1006/jevp.1996.0017>
- Ujang, N. (2017). Place attachment and continuity of urban place identity. *Asian Journal of Environment-Behaviour Studies*, 2(2), 117–132. <https://doi.org/10.21834/ajeb.v2i2.182>

- Ujang, N., & Zakariya, K. (2015). The notion of place, place meaning and Identity in urban regeneration. *Procedia-social and behavioral sciences*, 170, 709–717. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.073>
- Uzzell, D., Pol, E., & Badenas, D. (2015). Place Identification, Social Cohesion, and Environmental Sustainability. *Environment and Behavior*, 34, 1, 26–53. <https://doi.org/10.1177/0013916502034001003>
- Valera, S., & Guardia, J. (2002). Urban Social Identity and Sustainability. Barcelona's Olympic Village. *Environment and Behavior*, 34, 81–96. <https://doi.org/10.1177/0013916502034001004>
- Williams, D. R. (2014). Making Sense of "Place": Reflections on Pluralism and Positionality in Place Research. *Landscape and Urban Planning*, 131, 74–82. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2014.08.002>

Поступила в редакцию: 01.05.2024

Поступила после рецензирования: 21.07.2024

Принята к публикации: 12.08.2024

Заявленный вклад авторов

Оксана Роальдовна Тучина – дизайн исследования, проведение исследования, обработка результатов, интерпретация результатов.

Иван Александрович Аполлонов – анализ источников, интерпретация результатов исследования.

Информация об авторах

Оксана Роальдовна Тучина – доктор психологических наук, профессор кафедры истории, философии и психологии, Кубанский Государственный Технологический университет (ФГБОУ ВО КубГТУ), г. Краснодар, Российская Федерация; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5525-7645>, e-mail: tuchena@yandex.ru

Иван Александрович Аполлонов – доктор философских наук, профессор кафедры истории, философии и психологии, Кубанский Государственный Технологический университет (ФГБОУ ВО КубГТУ), г. Краснодар, Российская Федерация; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1926-8213>, e-mail: obligo@yandex.ru

Информация о конфликте интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.