

## Психологические основания идентичности с городом современной молодежи российских городов<sup>1</sup>

*С. А. Литвина\**, *О. И. Муравьева\*\**, *С. А. Богомаз\*\*\** (Томск),  
*О. В. Кружкова\*\*\*\** (Екатеринбург)

*\* кандидат психологических наук, доцент кафедры организационной психологии факультета психологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет; e-mail: litvina65@mail.ru*

*\*\* кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии личности факультета психологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет; e-mail: muravey59@mail.ru*

*\*\*\* доктор психологических наук, заведующий кафедрой организационной психологии факультета психологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет; e-mail: bogomazsa@mail.ru*

*\*\*\*\* кандидат психологических наук, доцент, заведующая кафедрой философии и акмеологии, Уральский государственный педагогический университет; e-mail: galiat1@yandex.ru*

В статье поднимается проблема психологических оснований идентичности с городом. В исследовании приняли участие 1762 респондента от 17 до 34 лет из 6 городов России. Обнаружено три вида структуры идентичности с городом, отражающие разные основания для идентификации в различных городах: в Санкт-Петербурге («вторая столица России») идентификация с городом в большей степени основывается на внешней ценности и привлекательности города; в Барнауле и Петропавловске-Камчатском («нестолличные» города) – на эмоционально-утилитарном отношении – чувстве «привычности», родства, безопасности; в Екатеринбурге, Владивостоке и Томске («региональные столицы» и культурно-образовательные центры) – как на внешней привлекательности, так и на эмоционально-утилитарном отношении.

---

1 Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект № 15-06-10803 «Психологические факторы среды самоидентичности».

*Ключевые слова:* идентичность с городом, безопасность, молодежь, целеполагание, ценности.

## **Постановка проблемы**

Проблематика идентичности на сегодняшний день является одной из «болевых точек», как в социальной жизни, так и в пространстве наук о человеке. «Болевой» эту тему делает, прежде всего, радикальность и масштабность политических и экономических трансформаций, а вместе с этим и возрастание социальной вариативности – возникновение новых групповых норм и ценностей, социальных ролей и видов деятельности, увеличение многообразия способов и принципов организации социальных групп и общностей. Поэтому в сегодняшнем «множественном» мире следует говорить не столько о поисках идентичности, сколько о постоянно идущей идентификации, «никогда не заканчивающейся, всегда незавершенной, неоконченной, открытой в будущее деятельностью, в которую все мы по необходимости или осознанно вовлечены» (Белинская, 2015, с. 12). Это дает основание Е. П. Белинской утверждать, что в понятии идентичности сегодня конституируется, прежде всего, проблема изменчивости/устойчивости личности.

Особенно актуальными в последние 15–20 лет становятся исследования идентичности как внутренней самосоздающейся, динамической организации потребностей, убеждений и индивидуальной истории человека в контексте его взаимодействия с окружающей средой: вводятся такие понятия, как «пространственная идентичность» (Кувенева, Манаков, 2003), «территориальная идентичность» (Самошкина, 2008), «идентичность с местом» (place-identity, settlement identity) (Lewicka, 2011; Kashima, Paladino, Margetts, 2014; Ujanga, Zakariya, 2015), «городская идентичность», или идентичность с городом (city identity, urban-related identity) (Lalli, 1992; Montgomery, 1998; Valera, Guardia, 2002; Bernardo, Palma-Oliveira, 2016). Современные процессы урбанизации, с одной стороны, и формирования номадических культур, с другой, обостряют интерес к взаимоотношениям человека и города как социокультурной среды, к проблеме идентификации с городом. «Является ли город как социокультурная общность той социальной группой, которая может послужить основанием для самоидентификации?», «Что такое город для человека сегодня?» – вопросы, которые задаются и в фундаментальных, и в прикладных исследованиях в рамках истории, философии, социальной экологии, культурологии, урбанистики, архитектуры, а также междисциплинарных исследований. Психологическое изучение

проблемы идентификации с городом позволяет получить представление о психологических основаниях укорененности и/или мобильности человека в городской среде, его активности, готовности развивать свой город, реализуя в нем свои жизненные планы, дает возможность объяснить поведение горожан, найти решение социальных, экономических, демографических вопросов, которые возникают в реальной городской практике.

## **Программа эмпирического исследования**

*Целью* нашего исследования было выявление тех психологических оснований, на которых «держится» идентичность с городом современных молодых людей в разных городах России: Барнаула, Владивостока, Екатеринбурга, Петропавловска-Камчатского, Санкт-Петербурга, Томска.

Исследование проводилось в 2015–2016 гг. *Выборку* исследования составили 1762 респондента в возрасте от 17 до 34 лет, проживающих в российских городах: Барнаул (n=61), Владивосток (n=201), Екатеринбург (n=1197), Петропавловск-Камчатский (n=140), Санкт-Петербург (n=53), Томск (n=110). Распределение респондентов по возрасту близко к нормальному.

Для измерения городской идентичности был использован опросник «Шкала идентификации с городом» М. Lalli (Lalli, 1992), которая включает пять семантических блоков – шкал методики: Внешняя ценность, Общая привязанность, Связь с прошлым, Восприятие близости, Целеполагание. Один из них – Внешняя ценность, по мысли автора, содержит вопросы, связанные с отраженными аут-групповыми и ин-групповыми стереотипами, остальные четыре отражают личный опыт бытия в городе, субъективное восприятие человеком среды города и являются доминирующими в структуре идентичности с городом. Максимально возможный балл по каждой шкале равен пяти.

Основными *задачами* нашего исследования было 1) выявление сходства или различий идентичности с городом у респондентов, проживающих в разных городах, 2) выявление вклада тех или иных составляющих в общую идентичность с городом. Для решения этих задач сравнивался, как уровень выраженности интегрального показателя опросника «Идентификации с городом» в шести городах, так и соотношение уровней выраженности значений отдельных шкал опросника в выборках по каждому отдельному городу. Сравнение проводилось и по средним (Mn), и по медианам (Md).

Статистический анализ первичных данных производился при помощи программы Statistica 8.0, использовались дисперсионный анализ Фридмана по критерию  $\chi^2$  (для сравнения зависимых переменных).

## Результаты исследования

Первое, что показал статистический анализ полученных данных, – это то, что достоверных различий в интегральных показателях городской идентичности в разных городах не обнаружилось. Однако выявились статистически значимые различия в структурных особенностях (конфигурации компонентов) городской идентичности в разных городах. Сравнение позиций каждой шкалы методики M. Lalli относительно остальных шкал внутри городской выборки показывает специфику структуры городской идентичности молодежи разных российских городов.

В Санкт-Петербурге наиболее высокие значения, статистически значимо ( $\chi^2=13,4$ ;  $p=0,01$ ) отличающиеся от всех остальных шкал, получены по шкале «Внешняя ценность» ( $Mn=3,4$ ;  $Md=4,0$ ). Между другими шкалами статистически значимых различий не наблюдается: «Общая привязанность» ( $Mn=2,9$ ;  $Md=2,8$ ), «Связь с прошлым» ( $Mn=2,8$ ;  $Md=3,0$ ), «Восприятие близости» ( $Mn=2,8$ ;  $Md=2,8$ ), «Целеполагание» ( $Mn=2,8$ ;  $Md=2,8$ ).

В Екатеринбурге также наиболее высокими оказались значения по шкале «Внешняя ценность» ( $Mn=3,7$ ;  $Md=3,8$ ), далее значимо ниже, чем «Внешняя ценность», но значимо выше остальных шкал выражен показатель шкалы «Общая привязанность» ( $Mn=3,5$ ;  $Md=3,5$ ). Значимо ниже всех шкал значения параметра «Связь с прошлым» ( $Mn=3,0$ ;  $Md=3,0$ ). Различия между шкалами статистически достоверны на уровне  $p=0,00001$ ,  $\chi^2=721,1$ . Шкалы «Восприятие близости» ( $Mn=2,8$ ;  $Md=2,8$ ) и «Целеполагание» ( $Mn=2,8$ ;  $Md=2,8$ ) в выборке Екатеринбурга статистически не различаются.

В выборке Владивостока самыми высокими оказались значения по шкалам «Внешняя ценность» ( $Mn=3,6$ ;  $Md=3,8$ ) и «Общая привязанность» ( $Mn=3,5$ ;  $Md=3,5$ ), самые низкие – по шкале «Связь с прошлым» ( $Mn=2,7$ ;  $Md=2,8$ ). Различия достоверны на уровне  $p=0,00001$ ,  $\chi^2=175,5$ . При этом значения первых двух шкал статистически не различаются между собой. Также не выявлено различий между шкалами «Восприятие близости» ( $Mn=2,9$ ;  $Md=3,0$ ) и «Целеполагание» ( $Mn=2,9$ ;  $Md=3,0$ ).

В Томске выявили самые высокие значения по шкале «Общая привязанность» ( $Mn=3,4$ ;  $Md=3,8$ ), значимо ниже – по шкале «Внешняя

ценность» (Mn=3,2; Md=3,3). При этом в томской выборке, в отличие от всех остальных городов, никто из респондентов не поставил минимальный балл по этой шкале. Еще менее выражены (статистически достоверно) значения по шкалам «Связь с прошлым» (Mn=2,9; Md=3,0) и «Восприятие близости» (Mn=2,9; Md=3,0), при этом между собой эти шкалы статистически не различаются. Самыми низкими оказались показатели по шкале «Целеполагание» (Mn=2,7; Md=2,8). Здесь различия значимы на уровне  $p=0,001$ ,  $\chi^2=41,6$ .

В Барнауле самые высокие значения обнаружены по шкале «Общая привязанность» (Mn=3,6; Md=3,8), самые низкие – по шкалам «Внешняя ценность» (Mn=2,6; Md=2,5) и «Целеполагание» (Mn=2,7; Md=2,5). Различия между шкалой «Общая привязанность», с одной стороны, и шкалами «Внешняя ценность» и «Целеполагание», с другой, статистически значимы на уровне  $p=0,0001$ ,  $\chi^2=63,3$ . Значения шкал «Связь с прошлым» (Mn=2,8; Md=2,8) и «Восприятие близости» (Mn=2,9; Md=2,8), занимая среднее положение по шкале, не обнаружили статистических различий между собой.

В Петропавловске-Камчатском соотношение шкал опросника M. Lalli в целом похоже на барнаульскую выборку. Самые высокие значения принимает шкала «Общей привязанности» (Mn=3,4; Md=3,5), самые низкие – шкалы «Внешняя ценность» (Mn=2,7; Md=2,5) и «Целеполагание» (Mn=2,7; Md=2,8). Различия между показателями шкалы «Общая привязанность», с одной стороны, и шкал «Внешняя ценность» и «Целеполагание», с другой, статистически достоверны на уровне  $p=0,0001$ ,  $\chi^2=77,5$ . Значения шкал «Связь с прошлым» (Mn=2,8; Md=2,8) и «Восприятие близости» (Mn=2,9; Md=2,8) занимают на шкале среднее положение, не обнаруживая статистически значимых различий между собой.

Проанализируем и обсудим полученные данные. Сначала обратимся к той тенденции, которую показывает шкала «Внешняя ценность». Можно видеть, что наибольший вклад в интегральный показатель идентичности с городом эта шкала вносит в таких городах, как Санкт-Петербург, Екатеринбург и Владивосток, наименьший – в Барнауле и Петропавловске-Камчатском. Томск занимает промежуточное положение. С нашей точки зрения, этот результат можно объяснить особенностями самих городов. Санкт-Петербург называют второй столицей России, Екатеринбург и Владивосток фактически являются региональными столицами, тогда как города Барнаул и Петропавловск-Камчатский скорее можно отнести к провинциальным городам. Особое место в этом ряду занимает город Томск. По своему социально-экономическому положению и количеству жителей его также можно отнести к провинциальным городам, одна-

ко он обладает богатой историей, культурными, научными и образовательными традициями. Достаточно отметить хотя бы тот факт, что при численности населения Томска в полмиллиона человек, город имеет пять крупнейших вузов, причем, два из них – Госуниверситет и Политехнический университет – входят в топ-10 вузов страны. И это, безусловно, является особенно привлекательным именно для молодежи, стремящейся получить достойное образование. Таким образом, можно сделать следующий вывод: чем больше в городе объектов, воспринимаемых жителями в качестве признаков культурного центра, богаче его история, традиции и т. п., тем больше вклад в городскую идентичность вносит параметр «Внешняя ценность».

Обратимся к результатам, полученным по тем шкалам, которые являются, по мысли автора используемой в нашем исследовании методики, доминирующими в структуре идентичности с городом и отражают субъективное восприятие человеком среды города и личный опыт бытия в нем. Речь идет о шкалах: «Общая привязанность», «Связь с прошлым», «Восприятие близости», «Целеполагание». Здесь выявлена следующая тенденция: практически во всех городах, вошедших в нашу выборку, наибольший вклад в интегральный показатель идентичности с городом вносит шкала «Общая привязанность», наименьший – шкала «Целеполагание». Какой же опыт бытия молодых людей в городе демонстрируют полученные результаты? Идентичность с городом молодежи скорее основывается не на свободном и аутентичном переживании близости, эмоциональной связи с городом, приверженности ему, а именно на привязанности к городу.

Таким образом, можно говорить, что жители всех городов, принявшие участие в исследовании, воспринимают свой город или с точки зрения внешней привлекательности, или с позиции эмоционально-утилитарного отношения – чувства «привычности», родства, безопасности. В же то время представление о развитии города и планирование своего будущего как тесно связанного с ним, осуществление жизненных целей в городе проживания не являются важным основанием идентификации с городом. Город воспринимается как «своя среда», пусть даже и субъективно бесперспективная, если с ней многое связывает, она хорошо знакома и позволяет чувствовать себя «по-настоящему дома».

## **Заключение**

В заключение можно сделать следующие обобщения и выводы: 1) параметры внешней привлекательности и общей привязанности являются основными в структуре идентичности с городом российской

молодежи; 2) выделились три вида структуры идентичности с городом, отражающие разные основания для идентификации в различных городах: в Санкт-Петербурге («вторая столица России») идентификация с городом в большей степени основывается на внешней ценности и привлекательности города; в Барнауле и Петропавловске-Камчатском («нестоличные» города) – на общей привязанности, т. е. на эмоционально-утилитарном отношении – чувстве «привычности», родства, безопасности; в Екатеринбурге, Владивостоке и Томске («региональные столицы» и культурно-образовательные центры) – как на внешней привлекательности, так и на эмоционально-утилитарном отношении; 3) параметр целеполагания вносит незначительный вклад в интегральный показатель идентичности во всех городах. Последний вывод, с нашей точки зрения, имеет не только психологическое, но и существенное социально-практическое значение, поскольку выраженность этого параметра свидетельствует о стремлении молодого человека связать свое будущее с городом.

## Литература

- Белинская Е. П.* Изменчивость Я: кризис идентичности или кризис знания о ней? // Психологические исследования. 2015. Т. 8. № 40. С. 12. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 08.05.2017).
- Кувенева Т. Н., Манаков А. Г.* Формирование пространственных идентичностей в порубежном регионе // Социологические исследования. 2003. № 7. С. 77–84.
- Самошкина И. С.* Территориальная идентичность как социально-психологический феномен: Автореф. дис. .... канд. психол. наук. М., 2008.
- Bernardo F., Palma-Oliveira J-M.* Urban neighbourhoods and intergroup relations: The importance of place identity // *Journal of Environmental Psychology*. 2016. V. 45. P. 239–251. doi: <http://10.1016/j.jenvp.2016.01.010>.
- Kashima Y., Paladino A., Margetts E. A.* Environmentalist identity and environmental striving // *Journal of Environmental Psychology*. 2014. V. 38. P. 64–75. doi: <http://10.1016/j.jenvp.2013.12.014>.
- Lalli M.* Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings // *Journal of Environmental Psychology*. 1992. V. 12 (4). P. 285–303. doi: [http://10.1016/S0272-4944\(05\)80078-](http://10.1016/S0272-4944(05)80078-).
- Lewicka M.* Place attachment: How far have we come in the last 40 years? // *Journal of Environmental Psychology*. 2011. V. 31. P. 207–230. doi: <http://10.1016/j.jenvp.2010.10.001>.

Montgomery J. Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design // Journal of Urban Design. 1998. V. 3 (1). P. 93–116. doi: <http://10.1080/13574809808724418>.

Ujanga N., Zakariya K. The notion of place, place meaning and identity in urban regeneration // Procedia – social and behavioral sciences. 2015. V. 170. P. 709–717. doi: <http://10.1016/j.sbspro.2015.01.073>.

### **Psychological bases of urban-related identity in youth of the Russian cities**

*S. A. Litvina\**, *O. I. Muraviova\*\**, *S. A. Bogomaz\*\*\** (Tomsk),  
*O. V. Kruzhkova\*\*\*\** (Ekaterinburg)

\* Candidate of psychological Sciences, associate Professor  
at the Department of organizational psychology, Tomsk state University

\*\* Candidate of psychological Sciences, associate Professor  
at the Department of psychology of personality, Tomsk state University

\*\*\* Doctor of psychological Sciences, Chair of the Department  
of Organizational psychology, Tomsk state University

\*\*\*\* Candidate of psychological Sciences, Docent, Chair at the Department  
of philosophy and acmeology, Ural state pedagogical University

The article focuses on the problem psychological bases of urban-related identity. The study was conducted with 1762 participants who were young people aged from 17 to 34 and living in 6 Russian cities. Three types of the structure of urban-related identity have been found, each of them reflects different bases for identification, depending on the city. Three types of the structure of urban-related identity have been found, each of them reflects different bases for identification, depending on the city. In Saint Petersburg (“The second capital of Russia”) identification is based largely on external evaluation and attractiveness of the city; in Barnaul and Petropavlovsk-Kamchatsky “provincial cities” identification is based on emotional grounds: through familiarity, feel of safety and general attachment to the city; in Vladivostok, Ekaterinburg and Tomsk (“regional capitals”, cultural and educational centers) identification is based on external evaluation and on emotional grounds.

*Keywords:* urban-related identity, safety, youth, commitment, values.