

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>  
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2023, Том 14, № 4 / 2023, Vol. 14, Iss. 4 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2023.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/83SCSK423.pdf>

DOI: 10.15862/83SCSK423 (<https://doi.org/10.15862/83SCSK423>)

5.4.6. Социология культуры (социологические науки)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Петрулевич, И. А. Городская идентичность в ценностной парадигме современного российского общества / И. А. Петрулевич // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2023. — Т. 14. — № 4. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/83SCSK423.pdf> DOI: 10.15862/83SCSK423

**For citation:**

Petrulevich I.A. Urban identity in the value paradigm modern Russian society. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2023; 14(4): 83SCSK423. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/83SCSK423.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.) DOI: 10.15862/83SCSK423

УДК 316.77

**Петрулевич Ирина Анатольевна**

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», Ростов-на-Дону, Россия  
Профессор кафедры «Специальных исторических дисциплин и документоведения»

Доктор социологических наук, доцент

E-mail: [iapetrulevich@sfedu.ru](mailto:iapetrulevich@sfedu.ru)

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=565599](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=565599)

## Городская идентичность в ценностной парадигме современного российского общества

**Аннотация.** В статье рассматривается городская идентичность как социокультурный, психологический и эмоциональный конструкт, обуславливаемые целым рядом факторов. Как значимый компонент социальной идентичности, городская идентичность определяется тем, насколько прочны социальные связи индивида, включен ли он в долговременные стабильные социальные группы, что, в свою очередь формирует и эмоциональную оценку такой идентичности в отношении к «своим» и к «чужим», а также групповые ценности, социальные нормы, стереотипы, поведенческие паттерны. Автором статьи представлена характеристика городской идентичности как результата самоопределения личности, ее социализации и адаптации в конкретном городском пространстве, в процессе усвоения и воспроизводства культурных символов, принятых норм, традиций, стиля жизни жителей города. Актуальность изучения городской идентичности обуславливается особенностями городской среды и городского образа жизни: автор статьи в качестве факторов, способных создать барьеры формирования осознанной городской идентичности, выдвигает тенденцию к увеличению мобильности населения и снижение роли физического пространства в жизни современного человека. В статье доказано, что самосознание и личностная идентичность жителей города во многом обуславливаются различными аспектами культурного пространства города. Невозможность восприятия городского пространства в его целостности не препятствует личностной идентичности и самоопределению, а возможность реализации социальных практик его жителей формирует их эмоциональную привязанность к городу. Формирование городской идентичности обусловлено стабильными, изменчивыми и символическими факторами. Автор статьи также выделяет параметры, позволяющие оценить степень городской идентичности, среди которых в современном российском обществе определяющую роль играют уникальность города, тождественность и позитивность его восприятия, что, в свою очередь, обуславливает

во многом и практический потенциал городской идентичности. Сделан вывод о значимости городской идентичности среди других ценностей россиян, т. к. активное эмоциональное переживание и деятельное воплощение городской идентичности индивидов и социальных групп способствует всемерному экономическому и социально-политическому развитию современного российского общества.

**Ключевые слова:** городская идентичность; городское пространство; территориальная идентичность; социальная группа; городская культура; ценности; ценностная картина мира

## Введение

Город в сознании человека XXI века ассоциируется, прежде всего, с социальной дезинтеграцией, маргинальностью, отчуждением, отсутствием стабильности, однако стоит помнить при этом, что цивилизация современного мира — преимущественно цивилизация городская. И, разумеется, есть те ценностные доминанты, которые составляют основу единства городского сообщества, то, что способно дать ощущение своего, родного пространства. В комплексе таких ценностных доминант особо выделяется городская идентичность, позволяющая человеку осмысливать себя в составе крупной социальной группы — горожан.

Понятие идентичности в социологии традиционно связывают с именем П. Бергера, в популяризаторской работе которого «Приглашение в социологию» [1] не приведена дефиниция этого понятия, но в целом описаны ее свойства, а также механизмы формирования и результаты принятия идентичности, которые проявляются в соответствующей поведенческой роли индивида: «За каждой социальной ролью закреплена определенная идентичность. Как мы уже видели, в некоторых случаях идентичность тривиальна и эпизодична <...> Иными словами, идентичность не есть нечто <данное>, идентичностью награждают в актах социального признания. Какими мы становимся, так к нам обращаются <...> Самоидентификацию мы получаем от общества, и она нуждается в социальной поддержке, причем постоянной. Человек не может быть человеком без других людей, как нельзя обладать идентичностью без общества» [1, с. 94–95].

Актуальность изучения городской идентичности обуславливается все более возрастающей ролью сформировавшего ее городского социального пространства как уникального феномена, позволяющего на каждом конкретном этапе развития культуры обнаружить ее исторически и экономически обуславливаемый комплекс отличительных признаков. Исследования в координатах городской идентичности необходимо структурировать с позиций ее значимого влияния, которое этот вид идентичности оказывает на ценностную картину мира конкретного этно- и социокультурного коллектива.

**Методы** исследования — метод наблюдения, индуктивно-дедуктивный метод, метод сравнения и сопоставления, функциональный подход к изучению идентичности как ценности.

## Результаты

Социальная идентичность обуславливается включенностью индивида в долговременные стабильные социальные группы, что оказывает определяющее влияние на эмоциональную оценку такой идентичности в отношении к «своим» и к «чужим», формируя одновременно групповые ценности, социальные нормы, стереотипы, поведенческие паттерны и т. д. Одним из важнейших компонентов социальной идентичности является идентичность территориальная, в том числе, и городская идентичность.

Городская идентичность — социокультурный конструкт, который является результатом социализации и адаптации индивида в конкретном городском пространстве, усвоения и воспроизводства культурных символов, принятых норм, традиций, стиля жизни жителей города. Сама специфика городской среды и городского образа жизни обуславливает особый интерес к проблематике городской идентичности: важными в этой связи следует считать тенденцию к увеличению мобильности населения и снижение роли физического пространства в жизни современного человека как факторы, которые могут препятствовать формированию отчетливо осознаваемой территориальной идентичности.

Самосознание и личностная идентичность жителей города тесно связаны с культурным пространством города. Городское пространство невозможно воспринимать одновременно во всей его целостности, что не препятствует самоопределению личности в нем. Возможность реализации социальных практик его жителей формирует их эмоциональную привязанность к городу.

Определяющую роль в формировании и функционировании городской идентичности индивида и идентичности города играет процесс взаимодействия культурных кодов, городских паттернов, межличностных и межгрупповых связей и отношений, ресурсов. Городская идентичность занимает значимое место в ценностной картине мира россиян, прежде всего, потому, что современная цивилизация — преимущественно городская, а значит город насыщен значимыми смыслами индивидуального и универсального характера.

### Обсуждение

Идентичность, переживаемая индивидом, может не совпадать с идентичностью, которая приписывается извне, и при таких разнонаправленных векторах проявление идентичности может быть снижено. Напротив, если идентичность личности совпадает с социальной, она обнаруживает признаки усиления. Я-концепция, обуславливаемая в своих характеристиках знанием личности о собственной принадлежности к группе и интернализации групповых ценностей, включает в качестве неотъемлемого компонента и социальную идентичность. Поэтому, например, актуализированная городская идентичность ростовчанина как индивида в контексте территориальной группы усиливается в аспекте самоидентификации отдельного жителя города Ростова-на-Дону, формируя среду с целью усиления идентичности других членов группы, также ощущающих себя как ростовчане.

Рассогласование идентичностей индивида может быть обусловлено разрывом между «фактической социальной идентичностью» (тем, кем человек должен быть) и «реальной социальной идентичностью» (тем, что он собой представляет) [2]. Социальное благополучие индивида в плане согласования ожиданий по отношению к нему и его собственного понимания занимаемой социальной позиции во многом обуславливается совпадением идентичности переживаемой и приписываемой. Диссонанс же между ними, осознаваемый или неосознанный, может повлечь за собой социальную дезориентацию, под которой понимают неясность критериев для принятия решений о совершении социального действия.

С.Г. Климова указывает, что специфически социологический анализ идентичности состоит в изучении взаимосвязей индивида и социальной структуры, самой меры «встроенности человека в социально конструируемые категории» [3]. Также в поле внимания социологов находится и процесс самоидентификации в совокупности факторов, ее обуславливающих, и фиксирования какой-либо формы идентичности. Общественно-политические и экономические условия развития современного мира диктуют обращение не к сложившимся идентичностям, а к самому процессу их становления, поэтому более уместно «исследование *идентификации*, никогда не заканчивающейся, всегда незавершенной, неоконченной,

открытой в будущее деятельности, в которую все мы по необходимости либо сознательно вовлечены» [4, с. 192].

Одним из определяющих среди механизмов самоидентификации является дифференциация окружения в соответствии с оппозицией *свой* — *чужой*, которая, к тому же укрепляет групповую солидарность. Территориальная идентичность может обуславливаться, кроме всего прочего, и административными или близкими к ним границами, равно как и взаимодействие с жителями других территорий позволяет проводить такое разграничение в причислении индивидом самого себя к конкретной группе. При этом одно из важнейших мест в осуществлении этого механизма занимает наличие отчетливо сформулированных ожиданий, которыми характеризуются различные стереотипы, сложившийся типаж резидентов или образ самого локуса и т. п. Внешний образ жителей той или иной местности, а также существующие стереотипы в отношении них самих или принадлежащих к чужому пространству способствуют осознанию границ собственного сообщества и рефлексии по поводу принадлежности к той или иной территориальной группе.

Особый интерес к проблематике городской идентичности в парадигме социологии и социальной философии обуславливается спецификой самой городской среды, образа жизни горожан. Важное значение в этой связи приобретает и тенденция к увеличению мобильности населения с одновременным снижением роли физического пространства в жизни современного человека. Эти факторы, по всей видимости, препятствуют формированию отчетливо осознаваемой территориальной идентичности. Однако совершенно очевидно, что само наличие фиксированной городской идентичности у представителей городского сообщества необходимо для социального самоопределения конкретного индивида. Социально-экономическая и политическая активность горожан напрямую влияют на саму дееспособность городского сообщества, которое было бы готово к формулированию и отстаиванию собственных интересов, что, в свою очередь, способствовало бы гармонизации городской среды и развитию города в самых разных сферах его жизнедеятельности.

Формирование городской идентичности во многом детерминировано особенностями городской культуры. Сеть различных организаций, репрезентирующих виды деятельности людей, профессиональных сообществ и социальных групп (музеи, литературные объединения, образовательные учреждения, местные СМИ и т. д.), способствует конструированию локального текста и успешному его транслированию в культурном пространстве. Безусловно, деятельность таких организаций способствует и воспитанию городского патриотизма, что позволяет развивать индустрию локальной идентичности, манифестированной в издании краеведческой литературы, в выпуске сувенирной и полиграфической продукции с местной символикой, в выявлении и «канонизации» знаменитых земляков, в создании художественных текстов о городе, в проведении экскурсий, в инициативной деятельности по уборке и благоустройству городских территорий, в создании краеведческих и художественно-литературных сайтов и пр. [5, с. 12]. Информационная составляющая городской среды своим характером определяет возможности внутригородской коммуникации. Исследователи указывают, что «городская идентичность — это продукт и одновременно сложное «произведение» непрерывного взаимодействия между физической средой и социальной жизнью; это совокупность уникальных физических и социальных отличительных черт, где смысловые значения и «чувство принадлежности» являются центральными элементами воспринимаемой городской идентичности» [6, с. 11].

Поскольку горожане — это группа по преимуществу номинальная, нежели реальная, формирование городской идентичности затруднено дополнительным конструированием позитивного образа социальной группы с тем, чтобы была вообще возможна самоидентификация. Городская идентичность — это результат соотнесения индивидом самого

себя с городской общностью как большой социальной группой, которая отлична от других сообществ, выделяемых по признаку городской принадлежности [7, с. 29]. Городское население весьма разнородно в соответствии с различными критериями (от материального положения и уровня образования до общественного и финансового статуса и культурных предпочтений), что обуславливает и дифференциацию горожан на группы, с которыми индивид готов идентифицировать себя, и группы, от которых он дистанцируется.

Городское пространство разнообразно в своих характеристиках — экономических, политических, культурных, экологических и пр. Здесь горожане не только постоянно обустроивают свою жизнь, но и накапливают опыт, обыденный и духовный, приобретают чувство идентичности, социализируются. При этом сам по себе город лишается возможности восприятия в его целостности, однако физическое городское пространство может способствовать самоопределению в нем. Если городское пространство воспринимается как возможность реализации социальных практик его жителей, это формирует и эмоциональную привязанность к городу.

Формирование городской идентичности обуславливается факторами трех видов — стабильными, изменчивыми, символическими: к стабильным факторам относят местоположение города, климат, историю города; изменчивые факторы включают размер и население города, внешний облик города, благосостояние жителей, культурные традиции местного сообщества; к символическим факторам принадлежат городская символика, политический климат, культурные коды поведения жителей, знаковые события, знаковые личности, мода на отдельные товары и услуги, характер коммуникаций внутри сообщества и др. Также необходимо обратить внимание на параметры, которые позволяют определить силу городской идентичности. Таковы:

- уникальность города, которая проявляется в способности горожан к видению и развитию уникальных черт городского культурного пространства, в наличии уникальных культурных моделей поведения в городском сообществе;
- тождественность восприятия города, манифестируемая пониманием членами городского сообщества принадлежности их города к внешним контекстам страны, региона, ряда городов одного типа (крупнейшие, крупный, средние, малые и т. п.);
- позитивность восприятия города, состоящая в проявляющейся у горожан привязанности к своему городу, в интересе горожан к истории и культурной жизни города, в уровне городского патриотизма;
- сплоченность городского сообщества, заключающейся в общности интересов горожан, в степени осознания общих проблем развития города, в готовности к реализации совместных инициатив, в уровне симпатии к землякам);
- практический потенциал идентичности, т. е. в способности в городского сообщества к самоорганизации, в достаточном уровне социальной активности, в действенном стремлении сообщества к усилению городской идентичности, в поддерживаемой городским сообществом сути, идеи, стратегии развития города.

Мы согласны с О.В. Санниковой, которая дифференцирует ретроспективную и проспективную городскую идентичность: ретроспективная городская идентичность «характеризуется такой оценкой исторического прошлого города, которая отмечает принадлежность к городскому сообществу, выделяемому не только по территориальной принадлежности места жительства, но и по связанной с этим местом уникальной роли в исторических событиях государства, страны» [8, с. 369]; В рамках проспективной городской



идентичности выделяется негативная идентичность, которая связана «с негативной оценкой индивидом своего будущего, сопряженного с депрессивным будущим города, ограничивающим индивиду спектр возможных социальных выборов. Поиск лучшей доли в городах с большими возможностями для самореализации ведет к усилению интенсивности миграционных процессов» и позитивная идентичность, которая «подразумевает позитивную оценку как будущего самого города, так и связанного с ним будущего индивида, вовлеченного в созидательные инновационные процессы изменений городского пространства» [8, с. 369].

Смысловое содержание идентичности во многом обусловлено ценностными ориентациями человека [9, с. 66]. В отношении городской идентичности индивида и идентичности города правомерно говорить об определяющей роли социального процесса взаимодействия культурных кодов, городских паттернов, межличностных и межгрупповых связей и отношений, ресурсов, а характер городской идентичности может быть непротиворечиво описан в координатах ценностей представителей городского сообщества, при этом «внешние границы городской идентичности определяются имиджевым критерием — («родовой» признак узнаваемости города и горожанина); в то время как внутренние границы идентичности соотносятся с биоэтической парадигмой, степенью культурной и нравственной зрелости горожан в их стремлении не допустить необратимых процессов культурных трансформаций и размывания «самости» города» [6, с. 12].

Ценностная парадигма российского общества и гражданина тесно связаны с культурой и ее доминантными смыслами. Обращение к описанию культурного контекста города обладает обширным эвристическим потенциалом, т.к. этот контекст оказывает воздействие на человека и социальные группы, представляя собой символическую и материально-вещественную компоненту идентичности самого города. Как следствие, горожанин, воспринимая культурный контекст, наполняет его смыслами и, тем самым, конструирует собственную идентичность. Поэтому, например, для М. Кастельса идентичность — это «процесс конструирования смысла на основе культурного атрибута или связанного с ним набора культурных атрибутов, которым придается приоритет над другими источниками смысла» [10, с. 6]. Правомерно поэтому включение в понятийное поле городской идентичности знаний горожанами культурных атрибутов своего города при деятельностном к ним отношении.

Современная цивилизация характеризуется производством и воспроизводством культуры в городском пространстве, что обуславливает необходимость изучения разноуровневых культурных феноменов, к которым принадлежат знания, верования, ценности, мифы, в конкретной городской среде, а применение аксиологического подхода способствует выявлению специфики связей ценностей и городских смыслов, универсальных и локальных, в физическом и метафизическом пространстве конкретного города. Права И.Н. Воробьева: «население с высоким уровнем территориальной идентичности активно использует практики социального участия с целью заявить своё «право» на место проживания, подстроить его под свои потребности, жизненные стратегии, стиль жизни. Для этого наиболее активные слои населения, деятельностные ресурсы развития территории активно участвуют в общественных организациях, связанных с разработкой решений по инфраструктуре пространства территории, сами принимают участие в благоустройстве, соучаствующем управлении. Принимая решения в преобразовании городского пространства, создавая «правила» организации совместных повседневных практик на данной территории, по сути, организуя социальное пространство территории, население привязывается к ней и не только заявляет на неё свое «право», но и начинает считать «своей» [11, с. 74].

Культурные ресурсы прошлого, помещенные в координаты современной городской культуры, раскрываются, прежде всего, в городской архитектуре, в историческом прошлом города, которое отражается в различных вида искусства, в том, как организована городская

образовательная среда. Однако историческое наследие представлено не только в старинных архитектурных памятниках и не только самой стратегией градостроительства, которая обнаруживает конкретные традиции. Прошлое города фиксируется и в традициях и обычаях городской жизни, и в поведенческих моделях горожан.

Существование человека в городском пространстве — это не просто функционирование в качестве единицы общества: индивид обычно испытывает к городу какие-либо чувства, спектр которых оказывается весьма широким — от любви до неприязни, гордость, жалость, восхищение, ностальгия и целый ряд других эмоциональных оттенков. В ценностной парадигме общества и личности город всегда обладает значимым статусом, поэтому и городскую идентичность возможно квалифицировать как ценностный в своих характеристиках феномен с тем, чтобы определить ценность города, а также город и городскую культуру как ценность.

Культурно-историческая обусловленность ценностей обнаруживает особую связь, в том числе, с городской культурой и городским пространством. В процессе исторического развития города формируют идеалы и нормы городской культуры, которые, в свою очередь, оказывают влияние и на ценностную парадигму конкретного государства. Поскольку города фиксируют целый ряд поведенческих моделей и образцов, горожанин, усваивая их, получал возможность выстроить систему отношений с другими людьми, общественным и государственными структурами в требуемом в это культурном пространстве направлении.

Городская идентичность приобретает ценностные характеристики не только в координатах ее экономического или общественно-политического потенциала. Едва ли не основное значение здесь имеет психологический аспект аксиосферы городской культуры. Именно в этом поле формируется и находит свое выражение индивидуальное отношение человека к городу. В целом совершенно определенно можно говорить о влиянии на отношение к городской идентичности как к ценности переживаемых и осознаваемых личностью смыслов, которые запечатлены как в физическом, так и в ментальном городском ландшафте и сохраняются городской культурой. Ценностное отношение индивида к городу обусловлено во многом тем, каково качество связи города и городской культуры с жизнью личности: например, живет ли человек в конкретном городе по каким-либо не зависящим от него самого обстоятельствам либо выбор человеком именно этого города в качестве места его жизни является вполне осознанным, или индивид вовсе не размышляет по этому поводу, принимая свою жизнь как данность.

Городское пространство ценностно неравномерно: жизнь в центре города по определению более престижна и статусна, нежели во многом маргинальная жизнь на окраине. На рассмотрение городской идентичности в координатах ценностной системы оказывает влияние и насыщенность культурной жизни города, его включенность в культурно-исторический процесс страны и мира. Ясно, что великие города мира или города, обладающие насыщенной историей, которая часто характеризуется определенным «приращением смыслов» в рамках городской мифологии, порождают глубокую привязанность и любовь у многих людей, причем эти чувства могут быть не связаны с тем, что человек живет именно в этом городе: иными словами, человек может не иметь городской идентичности по месту жительства, но ассоциировать себя и свою жизнь именно с этим городом, чувствуя себя в нем счастливым. Чувство привязанности к городу и конкретному городскому локусу может быть обусловлено как культурно-историческим, так и личностным содержанием, что позволяет включить такого рода городскую идентичность и эмоциональный фон, связанный с ней, в аксиосферу конкретной личности или социальной группы.

Городская идентичность может быть изучена и в аспекте событийности биографии человека, который также имеет ценностный характер. Например, город, в котором прошло детство человека, всегда характеризуется ценностными смыслами, что обуславливает и соответствующие, часто ностальгические переживания. Даже если человек не покидал город своего детства, городское пространство постепенно насыщается определенными воспоминаниями о счастливых периодах жизни, о детстве и юности, о самом предощущении будущей жизни, открывающей широкие возможности. Понятно, что город воспоминаний не может совпадать с существующим в объективной действительности городом, а возвращение в город детства может стать не только вдохновляющим, но и травмирующим, если воспоминания и реальность будут драматически контрастировать.

Городская идентичность в координатах системы ценностей личности и российского общества характеризуется рядом особенностей, среди которых следует выделить саму эмоциональную составляющую ценностной парадигмы. Для городского пространства характерна определенная динамика событий: в нем всегда что-то происходит или будет происходить, жизнь в городе всегда представляется более стремительной, нежели в сельском поселении, даже если город является малым по своим характеристикам. Объективная реальность города (социальная и предметная среда, историческая среда, городской образ жизни с теми возможностями, которые реально ему свойственны или приписываются) всегда ценностно маркирована, что обуславливает во многом и ценностный характер городской идентичности. Для современного состояния российского общества и культуры очевидно также, что город никогда не нейтрален в пределах ценностной картины мира и эмоциональной сферы людей, которые живут в нем.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бергер П.Л. Приглашение в социологию: гуманистическая перспектива. М.: Аспект-Пресс, 1996. 168 с.
2. Гофман И. Стигма: Заметки об управлении испорченной идентичностью. Часть 1. Стигма и социальная идентичность. Перевод М.С. Добряковой. 2001, URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Стигма%3А-Заметки-об-управлении-испорченной-Часть-1.-Goffman/5cc0464b5c2ff9bf2a4b7678cf33ed90b34e5f38>.
3. Климова С.Г. Стереотипы в определении "своих" и "чужих" // Социологические исследования, 2000, № 12. С. 13–22.
4. Бауман З. Индивидуализированное общество // Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005. 390 с.
5. Алексеевский М., Ахметова М., Лурье М. Антропологический форум «Исследования города». 2010, № 12 URL: [http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/012/12\\_forum.pdf](http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/012/12_forum.pdf).
6. Анисимов Н.О., Туркина В.Г., Калинина Г.Н. Аксиология и границы идентичности городской среды: культурно-антропологическая перспектива // Наука. Искусство. Культура. 2022. № 3(35). С. 5–13.
7. Микляева А.В., Румянцева П.В. Городская идентичность жителя современного мегаполиса: ресурс личностного благополучия или зона повышенного риска. СПб.: Речь, 2011. 160 с.



8. Санникова О.В. Кризис городской идентичности: амбивалентность ценностных оснований и социальных перспектив // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2021. № 4(31). С. 365–371.
9. Гончаров С.А., Королева Н.Н., Проект Ю.Л. Ценностные ориентации и городская идентичность жителей современного российского мегаполиса (на примере Санкт-Петербурга) // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Психолого-педагогические науки». 2018. № 7. С. 65–74.
10. Castells M. The Power of Identity. 2nd edition with a new preface. Wiley-Blackwell Publ. 2010. 592 p.
11. Воробьева И.Н. Территориальная идентичность населения как фактор и следствие социального участия // Социологическая наука и социальная практика. 2023. № 1(11). С. 70–85.

**Petrulevich Irina Anatol'evna**

Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia  
E-mail: [iapetrulevich@sfnu.ru](mailto:iapetrulevich@sfnu.ru)  
RSCI: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=565599](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=565599)

## **Urban identity in the value paradigm modern Russian society**

**Abstract.** The article is devoted to urban identity as a socio-cultural, psychological and emotional construct determined by a number of factors. As a significant component of social identity, urban identity is determined by how strong an individual's social ties are, whether he is included in long-term stable social groups, which, in turn, forms an emotional assessment of such identity in relation to «his» and «strangers», as well as group values, social norms, stereotypes, behavioral patterns. The author of the article presents the characteristics of urban identity as a result of self-determination of personality, its socialization and adaptation in a particular urban space, in the process of assimilation and reproduction of cultural symbols, accepted norms, traditions, lifestyle of city residents. The relevance of the study of urban identity is determined by the peculiarities of the urban environment and urban lifestyle: the author of the article puts forward a tendency to increase the mobility of the population and a decrease in the role of physical space in the life of a modern person as factors that can create barriers to the formation of a conscious urban identity. The article proves that the self-consciousness and personal identity of city residents are largely determined by various aspects of the cultural space of the city. The impossibility of perceiving urban space in its integrity does not hinder personal identity and self-determination, and the possibility of implementing the social practices of its residents forms their emotional attachment to the city. The formation of urban identity is conditioned by stable, changeable and symbolic factors. The author of the article also identifies parameters that allow assessing the degree of urban identity, among which the uniqueness of the city, identity and positivity of its perception play a decisive role in modern Russian society, which, in turn, determines in many ways the practical potential of urban identity. The conclusion is made about the importance of urban identity among other values of Russians, because active emotional experience and active embodiment of the urban identity of individuals and social groups contributes to the comprehensive economic, social and political development of modern Russian society.

**Keywords:** urban identity; urban space; territorial identity; social group; urban culture; values; value picture of world