

МІСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ КОНЦЕПТ У КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЙ МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

URBAN IDENTITY AS A SOCIAL AND PHILOSOPHICAL CONCEPT IN THE CONTEXT OF URBAN ENVIRONMENT TRANSFORMATIONS

У статті представлено соціально-філософський аналіз феномену міської ідентичності як складного процесу індивідуального самовизначення в структурі міського простору. Показано, що в умовах глобалізації та цифрової трансформації місто стає не тільки середовищем проживання, а й символічною системою, в якій конструюються значення, цінності та форми соціальної приналежності. Досліджується еволюція поняття «ідентичності» – від класичних уявлень про ідентичність до постструктуралістських інтерпретацій, що наголошують на дискурсивній формації суб'єкта. Міська ідентичність визначається як багатовимірне явище, що інтегрує індивідуальний і колективний рівні самосвідомості та поєднує історичний досвід, культурну пам'ять і просторову символіку міста. Показано, що міська ідентичність має дуалістичний характер: з одного боку, вона є суб'єктивною (ідентичність мешканців, які відчують приналежність до міста), а з іншого – предикативною (символічний образ міста, представлений у дискурсах влади, культури та брендингу). Теоретичні положення статті ілюструються соціологічним дослідженням «Харків – точка тяжіння», проведеним бюро «Соціологіст» у 2024 році. Особлива увага приділяється аналізу міської ідентичності мешканців Харкова, яка проявляється через місцеві практики, культурні коди та соціальні взаємодії, поєднуючи ретроспективний (заснований на історичній пам'яті) та проспективний (орієнтований на майбутнє) виміри. У дослідженні розглядається роль стабільних, змінних і символічних факторів у формуванні міської ідентичності, виділяючи емоційну прив'язаність до місця, культурні атрибути та громадянську активність як вирішальні чинники. Зроблено висновок, що міську ідентичність слід розуміти не лише як культурний або комунікативний конструкт, а й як чинник соціальної згуртованості, сталою розвитку та філософську основу для розуміння міста як суб'єкта сучасної цивілізації.

Ключові слова: міська ідентичність, соціальна філософія, простір міста, самоідентифікація, урбаністична культура,

символічний простір, Харків, соціальна згуртованість.

The article presents a socio-philosophical analysis of the phenomenon of urban identity as a complex process of individual self-determination within the structure of urban space. It shows that in the context of globalisation and digital transformation, the city becomes not only a living environment, but also a symbolic system in which meanings, values and forms of social belonging are constructed. The evolution of the concept of "identity" is explored – from classical notions of identity to poststructuralist interpretations that emphasise the discursive formation of the subject. Urban identity is defined as a multidimensional phenomenon that integrates individual and collective levels of self-awareness and combines historical experience, cultural memory and spatial symbolism of the city. It is shown that urban identity has a dualistic character: on the one hand, it is subjective (the identity of residents who experience belonging to the city), and on the other, it is predicative (the symbolic image of the city represented in the discourses of power, culture, and branding). The theoretical provisions of the article are illustrated by the sociological study "Kharkiv – a point of gravity", conducted by the Sociologist bureau in 2024. Particular attention is paid to the analysis of the urban identity of Kharkiv residents, which manifests itself through local practices, cultural codes and social interactions, combining retrospective (based on historical memory) and prospective (future-oriented) dimensions. The study examines the role of stable, variable and symbolic factors in the formation of urban identity, highlighting emotional attachment to place, cultural attributes and civic engagement as decisive factors. It concludes that urban identity should be understood not only as a cultural or communicative construct, but also as a factor of social cohesion, sustainable development and a philosophical basis for understanding the city as a subject of modern civilisation.

Key words: urban identity, social philosophy, urban space, self-identification, urban culture, symbolic space, Kharkiv, social cohesion.

УДК 316.334.56
DOI <https://doi.org/10.32782/hbts.79.1.6>
Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

Радіонова Л.О.

к.філ.н., доцент,
доцент кафедри соціально-гуманітарних наук
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова
ORCID ID: 0000-0001-9691-1199

Козирева Н.В.

к.філ.н., доцент,
доцент кафедри соціально-гуманітарних наук
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова
ORCID ID: 0000-0002-1643-1871

Актуальність дослідження. Сучасні городяни не становлять цілісної спільноти, що актуалізує проблему їхньої ідентичності, як особистісної, так і колективної, та питання самої сутності міста як простору життя і соціокультурного суб'єкта. Трансформації економічної й соціальної сфер змінюють звичні форми комунікації та фрейми, у межах яких людина усвідомлює себе і власний життєвий простір. Місто, змінивши своє смислове та функціональне значення, потребує нового способу осмислення, адже його мешканці формують множинні типи спільнот, в яких поєднуються просто-

рові, часові, історичні, культурні та події виміри. Саме ці нові форми повсякденності стають маркерами оновлених ідентичностей, що актуалізує тему дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика ідентичності загалом і міської ідентичності зокрема набула значної уваги в українських соціогуманітарних дослідженнях останніх десятиліть. Її актуальність зумовлена пошук нових форм самоідентифікації в умовах глобалізації, урбанізації та децентралізації, що істотно змінюють соціокультурний ландшафт україн-

ських міст. У вітчизняній філософській і соціологічній традиції поняття ідентичності досліджують Н. Беляєва та К. Журба, Г. Місієздов, Н. Сосніна, О. Шевченко, Гриценко та Н. Костенко. Сучасні українські дослідники трактують міську ідентичність як багатовимірний соціально-філософський феномен, що поєднує індивідуальне й колективне, просторове й символічне, минуле й майбутнє. Проте в центрі уваги дослідників найчастіше залишаються етнічні, гендерні, професійні чи регіональні ідентичності, тоді як міська ідентичність часто опиняється поза фокусом. Усе це створює необхідність ведення дискурсу про ідентичність та ідентифікацію в методологічному полі сучасної філософії міста, що є **метою статті**.

Виклад осново матеріалу. Поняття «ідентичність» у соціально-філософському дискурсі позначає відчуття самототожності та належності до ширшої спільноти. Ерік Еріксон, який зробив цей термін загальноновживаним у середині XX століття, розумів ідентичність як процес організації життєвого досвіду в цілісне індивідуальне «Я» [1]. Етимологічно воно походить від лат. *identicus* («тотожний») і *identificare* («ототожнювати»), що вже містять у собі значення співвідношення та єдності [2].

Філософська традиція трактувала ідентичність у зв'язку з поняттям тотожності. Від Арістотеля до мислителів Нового часу в опозиції «тотожність – відмінність» перевага надавалася першому: буття розумілося як стає й незмінне. У Декарта, у трансценденталізмі та філософії тотожності Ф. Шеллінга ідентичність виступала основою гносеології – пізнання можливе завдяки тому, що суб'єкт пізнання є самототожним і звільненим від емпіричної суб'єктивності. Г. Гегель розвинув цю ідею, трактуючи тотожність як саморозгортання Абсолютної ідеї, що, попри рух і розвиток, зберігає внутрішню єдність [3]. М. Гайдеггер осмислює ідентичність як універсальну властивість буття, кожне суще тотожне собі й водночас пов'язане з усім іншим сущим. Водночас він проблематизує ідентичність, розрізняючи «особисту самість», занурену в турботу, та безлику «самість» (*Das Man*) [4]. Е. Гусерль, своєю чергою, підкреслює розрив між реальністю та потоком свідомості, вбачаючи в ідентифікації процес конструювання реальності через смислові акти. А. Шюц соціологізує феноменологічний підхід, вводячи поняття «життєвого світу» і «природної установки» [5].

Постструктуралісти Ж. Дерріда, Ж. Делез, Ф. Гваттарі, М. Фуко, Ж. Бодріяр, а також герменевти П. Рікер і Г. Гадамер розглядають ідентичність як дискурсивну конструкцію. Вона постає не як дана сутність, а як результат інтерпретації, залежний від мови, контексту та влади дискурсів, що визначають межу між «словами» і «речами». Ідентифікація й самоідентифікація постають як практики означення, іменування й самопрезентації – способи заяви про власне існування та права, тобто як «політики ідентичності» [3]. У соціаль-

но-філософських концепціях Дж. Міда, Е. Гофмана, Ю. Габермаса й Е. Гідденса ідентичність осмислюється як соціальний процес, тісно пов'язаний з історичністю та комунікацією. Е. Гідденс визначав «загальну ідентичність» як неусвідомлене відчуття належності до певної спільноти – колективну впевненість, що проявляється і в практичній, і в дискурсивній свідомості [6].

В українській соціально-філософській традиції питання ідентичності активізувалося на межі XX–XXI століть у зв'язку з потребою самовизначення в множинному світі. Натепер ідентифікаційні орієнтири задаються не тільки етнічною або релігійною приналежністю, але і прийняттям особистістю свого образу, а також стабільним уявленням про себе, незважаючи на мінливі обставини.

Ідентичність сучасної людини формується через символічні засоби самовираження, за допомогою яких суб'єкт визначає власне ставлення до соціальних категорій і цінностей. Водночас індивід дедалі рідше повністю належить до якоїсь єдиної соціокультурної групи, натомість конструює себе з фрагментів різних групових уподобань («стать», «національність», «вік», «клас», «рівень освіти» тощо). Ця мозаїчність особливо помітна у віртуальному просторі, де ідентичність артикулюється через участь у численних онлайн-спільнотах, заснованих на спільних інтересах чи цінностях. Проте «ідентичність» у сучасному вжитку набуває також предикативного виміру, коли її приписують не живим суб'єктам, а об'єктам і системам: «ідентичність бренду», «ідентичність міста», «ідентичність парадигми». У цьому випадку суб'єктність є радше символічною, симулятивною, де маркерами ідентичності стають візуальні коди: логотипи, шрифти, графічні образи, міфи чи слогани, що конструюють цілісний, хоч і штучний образ.

В останнє десятиліття сформувалося коло проблем філософської спрямованості, яке міцно пов'язує роль ідентитарних процесів (пов'язаних із формуванням та розвитком ідентичності) з утворенням просторово-територіальних «полів» у міському середовищі. Феноменологічний та герменевтичний аспекти ідентичності городянина пов'язані з проблемою меж людського «я», з межами міста, лініями розмежування всередині самого міста. Стосовно міста слово «ідентичність» стає концептом, оскільки втрачає строгість поняття, його використання змінюється залежно від мовної ситуації і багато в чому визначається не тим, хто говорить (хто ідентифікує), а тим, до кого звернена сформульована і сформована ідентичність. Концепт міської ідентичності є рухомим, діалогічним, залежить від того, кому призначений. Міська ідентичність може бути ідентичністю міської спільноти (суб'єктна ідентичність) або ідентичністю бренду (предикативна ідентичність, місто як об'єкт інвестиційних інтересів). Але в будь-якому випадку міська ідентичність виростає з місця. При цьому простір міста починає сприйматися людиною, яка взаємодіє з ним як своєрідний і неповторний культурний концепт [7, с. 90–91].

Міська ідентичність визначається екологічною підсистемою міста, вихідними географічними та ландшафтними умовами, які трансформуються у специфічний культурний міський ландшафт [8, с. 32]. Наприклад, Харків займає специфічне місце на карті України. Невипадково міські доміанти на центральній площі – це Держпром і університет, це створює йому особливий статус і особливу ідентичність, що проявляється в специфічному вигляді міста і в характері його громадян. Харків – це одночасно провінція на тлі столиці, й столиця – на тлі всієї східної частини країни. Міська ідентичність – соціокультурний конструкт, який є результатом соціалізації та адаптації індивіда в конкретному міському просторі, засвоєння та відтворення культурних символів, прийнятих норм, традицій, стилю життя мешканців міста. Містянин, сприймаючи культурний контекст, наповнює його сенсами і тим самим конструює власну ідентичність. Тому, наприклад, для М. Кастельса ідентичність – це «процес конструювання сенсу на основі культурного атрибуту або пов'язаного з ним набору культурних атрибутів, яким надається пріоритет над іншими джерелами сенсу» [9]. Тому правомірним є включення в понятійне поле міської ідентичності знань городянами культурних атрибутів свого міста за діяльнісного ставлення до них. А можливість реалізації соціальних практик городян формує їх емоційну прив'язаність до міста.

Визначальну роль у формуванні та функціонуванні міської ідентичності індивіда та ідентичності міста відіграє процес взаємодії культурних кодів, міських патернів, міжособистісних і міжгрупових зв'язків та відносин, ресурсів. Міська ідентичність займає значне місце в ціннісній картині світу харків'ян, передусім тому, що сучасна цивілізація – переважно міська, а отже, місто насичене значущими смислами індивідуального та універсального характеру.

Ідентичність, яку переживає індивід, може не збігатися з ідентичністю, яка приписується ззовні, і за таких різноспрямованих векторів прояв ідентичності може бути знижений. Навпаки, якщо ідентичність особистості збігається із соціальною, вона виявляє ознаки посилення. Я-концепція, що зумовлюється у своїх характеристиках знанням особистості про власну приналежність до групи та інтерналізацією групових цінностей, включає як невід'ємний компонент і соціальну ідентичність. Тому, наприклад, актуалізована міська ідентичність харків'янина як індивіда в контексті територіальної групи посилюється в аспекті самоідентифікації окремого мешканця міста Харкова, формуючи середовище з метою посилення ідентичності інших членів групи, які також відчувають себе як харків'яни. У цьому контексті дуже цікаві соціологічні дослідження 2024 року, проведені в Харкові дослідницьким бюро «Соціологіст»: «важливим для багатьох харків'ян є відчуття приналежності до свого району міста: Салтівка, Олексіївка, Павлове Поле, Нові Доми, ХТЗ, Рогань тощо 68 %. Також

помітна роль ідентичності себе із жителями Сходу України, Слобожанщини, своєї національності або етнічної групи – 62 %» [10, с. 23].

Розбіжність ідентичностей індивіда може бути зумовлена розривом між «фактичною соціальною ідентичністю» (тим, ким людина повинна бути) і «реальною соціальною ідентичністю» (тим, що вона собою являє). «Треба зауважити, що факт перебування в Харкові під час війни або повернення до міста після нетривалої евакуації не є вирішальним для ідентифікації харків'янина. Хоча думка про те, що справжні харків'яни були зі своїм містом у найжахливіші дні війни, знаходить певну підтримку серед опитаних харків'ян – 49 %» [10, с. 23].

Соціальне благополуччя індивіда в плані узгодження очікувань щодо нього і його власного розуміння займаної соціальної позиції багато в чому зумовлюється збігом ідентичності переживаної і приписуваної. Дисонанс між ними, усвідомлений або неусвідомлений, може спричинити соціальну дезорієнтацію, під якою розуміють неясність критеріїв для прийняття рішень про вчинення соціальної дії.

Соціально-філософській аналіз ідентичності також полягає у вивченні взаємозв'язків індивіда і соціальної структури, самої міри «вбудованості» людини в соціально конструйовані категорії» [3]. Також у полі уваги перебуває і процес самоідентифікації в сукупності факторів, що її зумовлюють, і фіксування будь-якої форми ідентичності. Суспільно-політичні та економічні умови розвитку сучасного світу диктують звернення не до сформованих ідентичностей, а до самого процесу їх становлення, тому ми використовуємо термін «концепт».

Одним із визначальних серед механізмів самоідентифікації є диференціація оточення відповідно до опозиції свій – чужий, яка, до того ж зміцнює групову солідарність. Територіальна ідентичність може зумовлюватися, крім усього іншого, і адміністративними або близькими до них кордонами, так само як і взаємодія з жителями інших територій дозволяє проводити таке розмежування в зарахуванні індивідом самого себе до конкретної групи. При цьому одне з найважливіших місць у здійсненні цього механізму займає наявність чітко сформованих очікувань, якими характеризуються різні стереотипи, сформований типаж резидентів або образ самого міста тощо. Зовнішній образ мешканців тієї чи іншої місцевості, а також наявні стереотипи щодо них самих або тих, хто належить до чужого простору, сприяють усвідомленню меж власної спільноти та рефлексії з приводу належності до тієї чи іншої територіальної групи.

Особливий інтерес до проблематики міської ідентичності в парадигмі соціальної філософії зумовлюється специфікою самого міського середовища, способу життя городян. Важливе значення в цьому зв'язку набуває і тенденція до збільшення мобільності населення з одночасним

зниженням ролі фізичного простору в житті сучасної людини. Сьогодні це вимушене переселення харків'ян. З майже півтора мільйонного міста на початку війни в березні 2022-го залишалося лише 300–400 тисяч людей. протягом 2022 та 2023 років ситуація змінювалась, люди повертались, потім їхали та ще повертались, місто поступово знову наповнювалось життям і вже з початку 2024 року і дотепер кількість населення оцінювалась близько 1,3 мільйона осіб (Скільки людей зараз живе в Харкові: дані мера) [10, с. 4]. У різних месенджерах ми бачимо, що ці фактори не тільки не перешкоджають формуванню чітко усвідомлюваної територіальної ідентичності, але й актуалізують її.

Однак цілком очевидно, що сама наявність фіксованої міської ідентичності в представників міської спільноти необхідна для соціального самовизначення конкретного індивіда. Соціально-економічна та політична активність городян безпосередньо впливає на саму дієздатність міської спільноти, яка була б готова до формулювання і відстоювання власних інтересів, що своєю чергою сприяло б гармонізації міського середовища і розвитку міста в найрізноманітніших сферах його життєдіяльності.

Формування міської ідентичності багато в чому визначається особливостями міської культури. Мережа різних організацій, що репрезентують види діяльності людей, професійних спільнот і соціальних груп (музеї, літературні об'єднання, освітні установи, місцеві ЗМІ тощо), сприяє конструюванню локального тексту й успішної його трансляції в культурному просторі. Безумовно, діяльність таких організацій сприяє і вихованню міського патріотизму, що дозволяє розвивати індустрію локальної ідентичності, маніфестованої у випуску сувенірної та поліграфічної продукції з місцевою символікою, у виявленні та «канонізації» знаменитих земляків, у створенні художніх текстів про місто, у проведенні екскурсій, в ініціативній діяльності з прибирання та благоустрою міських територій, у створенні краєзнавчих та художньо-літературних сайтів тощо. Інформаційна складова частина міського середовища своїм характером визначає можливості внутрішньоміської комунікації. Таким чином, міська ідентичність – це сукупність унікальних фізичних (архітектура, ландшафт) та соціальних (культура, цінності, історія) рис міста, що формує в його мешканців смислові значення та почуття приналежності до цього місця. Ці унікальні відмінності від інших міст створюють спільне усвідомлення, що визначає сприйняття міста як особливої спільноти та місця проживання.

Міська ідентичність – це результат співвіднесення індивідом самого себе з міською спільнотою як великою соціальною групою, яка відрізняється від інших спільнот, що виділяються за ознакою міської приналежності [10, с. 23–24]. Міське населення є досить різноманітним відповідно до різних критеріїв (від матеріального становища і рівня

освіти до суспільного і фінансового статусу та культурних уподобань), що зумовлює і диференціацію городян на групи, з якими індивід готовий ідентифікувати себе, і групи, від яких він дистанціюється.

Міський простір різноманітний у своїх характеристиках – економічних, політичних, культурних, екологічних тощо. Тут містяни не тільки постійно облаштовують своє життя, а й накопичують досвід, повсякденний і духовний, набувають почуття ідентичності, соціалізуються. При цьому саме місто позбавляється можливості сприйняття в його цілісності, проте фізичний міський простір може сприяти самовизначенню в ньому. Якщо міський простір сприймається як можливість реалізації соціальних практик його мешканців, це формує і емоційну прихильність до міста. Так, на питання «Що створює особливу атмосферу Харкова?» відповіді розподілилися таким чином: парки, сади, сквери – 82 %; харків'яни, жителі міста – 72 %; освітні заклади, університети / багато студентської молоді – 65 %; харківський «діалект», жаргон, «харківська мова» – 64 % [10, с. 49].

Таким чином, формування міської ідентичності зумовлюється факторами трьох видів – стабільними, мінливими, символічними: до стабільних факторів відносять місце розташування міста, клімат, історію міста; змінні фактори включають розмір і населення міста, зовнішній вигляд міста, добробут жителів, культурні традиції місцевої громади; до символічних факторів належать міська символіка, політичний клімат, культурні коди поведінки жителів, знакові події, знакові особистості, мода на окремі товари та послуги, характер комунікацій всередині громади тощо.

Також необхідно звернути увагу на параметри, які дозволяють визначити силу міської ідентичності: унікальність міста, яка проявляється в здатності городян до бачення і розвитку унікальних рис міського культурного простору, в наявності унікальних культурних моделей поведінки в міській спільноті; тотожність сприйняття міста, що проявляється в розумінні членами міської спільноти приналежності їхнього міста до зовнішніх контекстів країни, регіону, ряду міст одного типу (найбільші, великі, середні, малі тощо); позитивність сприйняття міста, що полягає в прихильності містян до свого міста, в інтересі містян до історії та культурного життя міста, в рівні міського патріотизму; згуртованість міської спільноти, що полягає в спільності інтересів городян, у ступені усвідомлення спільних проблем розвитку міста, у готовності до реалізації спільних ініціатив, у рівні симпатії до земляків); практичний потенціал ідентичності, тобто в здатності міської спільноти до самоорганізації, в достатньому рівні соціальної активності, в дієвому прагненні спільноти до посилення міської ідентичності, в підтримуваній міською спільнотою суті, ідеї, стратегії розвитку міста.

Розрізняють ретроспективну та проспективну міську ідентичність: ретроспективна міська ідентичність характеризується такою оцінкою історич-

ного минулого міста, яка відзначає приналежність до міської спільноти, що виділяється не тільки за територіальною приналежністю місця проживання, але й за пов'язаною з цим місцем унікальною роллю в історичних подіях держави, країни, наприклад, Харків – це Перша столиця України (1918–1934). Інтерес до історичної пам'яті й пояснення з її допомогою сучасних механізмів ідентифікації існує і в дослідному плані, і в громадському просторі. Включаючи історичну пам'ять до офіційного дискурсу, міська спільнота формує актуальну політику пам'яті. Культурні ресурси минулого, поміщені в координати сучасної міської культури, розкриваються також у міській архітектурі, в історичному минулому міста, будівлі О.М. Бекетова. Минуле міста фіксується і в традиціях та звичаях міського життя, і в поведінкових моделях городян.

Перспективна міська ідентичність – це формування почуття приналежності до міста, що включає погляд на майбутнє, в якому людина бачить себе і своє місто як єдине ціле, усвідомлення майбутнього, засноване на цінностях, нормах і стилі життя, а також емоційний зв'язок з містом і його перспективами розвитку. Це не просто відчуття зв'язку з містом у сьогоденні, а активне формування образу майбутнього, в якому людина бачить своє місце і роль у місті. Вона формується в процесі взаємодії з містом, а не є вродженою якістю. Міська ідентичність будується на основі засвоєння і відтворення символічного капіталу, соціальних норм і стилю життя, характерних для даного міста, тому це – сильна емоційна прив'язаність до місця, що включає не тільки будинок і район, а й міські території загалом. Для всіх харків'ян Харків вирізняється з-поміж інших міст динамічністю, молодіжністю, гарною інфраструктурою, благоустроєм (зокрема тим, що «у місті багато парків, лавочок та смітників»), комфортом, затишком, чистотою, поєднанням культурно-освітньої та індустріальної складової частини [10, с. 52]. Тому перспективна ідентичність спонукає мешканців до участі в житті міста та його розвитку, почуття спільності та причетності з іншими мешканцями, що виражається у спільній діяльності (партисипації).

У межах перспективної міської ідентичності виділяється негативна ідентичність, яка пов'язана «з негативною оцінкою індивідуом свого майбутнього, пов'язаного з депресивним майбутнім міста, що обмежує індивіду спектр можливих соціальних виборів. Пошук кращої долі в містах із великими можливостями для самореалізації призводить до посилення інтенсивності міграційних процесів» і позитивної ідентичності – «мається на увазі позитивна оцінка як майбутнього самого міста, так і пов'язаного з ним майбутнього індивіда, залученого у творчі інноваційні процеси змін міського простору».

Висновки. У сучасних соціогуманітарних дослідженнях ідентичність постає не як усталена характеристика суб'єкта, а як процес конструювання сенсу, в якому поєднуються індивідуальні, колек-

тивні та просторово-культурні чинники. Міська ідентичність є соціально-філософським концептом, що поєднує символічний, соціокультурний і просторовий виміри буття міста та його мешканців. Вона формується на перетині індивідуальної самоідентифікації та колективної належності до спільного міського простору. Простір міста виконує функцію медіатора між особистісним і соціальним, стаючи середовищем, де відбувається інтеграція особистості в спільноту через систему культурних кодів, цінностей, міфів і практик повсякденності.

Міська ідентичність має дуалістичний характер: з одного боку, вона є суб'єктною (ідентичність мешканців, що переживають належність до міста), з іншого – предикативною (символічний образ міста, репрезентований у дискурсах влади, культури, брендингу).

Соціальні дослідження, проведені в Харкові, демонструють, що міська ідентичність зміцнюється не лише через історичну пам'ять, а й через емоційну прив'язаність, партисипативні практики, спільну діяльність і відчуття унікальності міського простору. Ретроспективна ідентичність відтворює історичну пам'ять і традиції міста, тоді як перспективна орієнтує на майбутнє, створюючи основу для соціальної активності, солідарності й розвитку міської спільноти.

Таким чином, формування міської ідентичності є не лише культурним чи символічним процесом, а і чинником соціальної стабільності, комунікативної згуртованості та сталого розвитку міського середовища.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Стадії психосоціального розвитку за Еріком Еріксоном. URL: <https://www.shpychka.com/stadiyi-psihososialnogo-rozvitku-za-erikom-eriksonom/>
2. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Article=8080&action=show>
3. Історія філософії. Енциклопедія. URL: <https://studfile.net/preview/16529269/>
4. Heidegger M. Identität und Differenzierung. URL: <https://archive.org/details/identitatunddiff0000unse>
5. Husserl Edmund. Cartesian Meditations: Introduction to Phenomenology. Translated by Dorion Kearns. URL: https://cful.letras.ulisboa.pt/hphil/wp-content/uploads/sites/2/2021/02/Edmund-Husserl-Dorion-Cairns-Cartesian-Meditations_-An-Introduction-to-Phenomenology.pdf
6. Giddens E. Modernity and self-identity. URL: <https://download.e-bookshelf.de/download/0003/8871/07/L-G-0003887107-0002286451.pdf>
7. Радіонова Л.О., Лелюк Д.А. Концепт «місто»: методологічний аспект. *Місто. Культура. Цивілізація: міжнародні студії* : матеріали міжнар. наук.-теорет. інтернет-конф., Харків, квітень 2020 р.; редкол.: М.К. Сухонос (відпов. ред.) та ін. ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова, 2020. 279 с. С. 90–93. URL: https://science.kname.edu.ua/images/dok/konferentsii/2020konf/23_.PDF
8. Радіонова Л.О. Місто як соціальна система: курс лекцій. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва

ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2025. 65 с.

9. Castells Manuel. The Power of Identity. Second edition. URL: [https://cdn.oujdaibrary.com/books/1001/1001-the-power-of-identity-the-information-age-economy-society-and-culture-volume-ii-second-edition-information-age-series-\(www.tawcer.com\).pdf](https://cdn.oujdaibrary.com/books/1001/1001-the-power-of-identity-the-information-age-economy-society-and-culture-volume-ii-second-edition-information-age-series-(www.tawcer.com).pdf)

10. Аналітичний звіт за результатами дослідження «Харків – точка тяжіння». URL: <https://sociologist.com.ua/analitichniy-zvit-kharkiv>

Стаття надійшла у редакцію: 03.11.2025

Стаття прийнята: 20.11.2025

Опубліковано: 22.12.2025