

DOI: 10.22363/2313-1683-2023-20-4-896-913


EDN: YERTEE

УДК 316.64

Исследовательская статья

## Визуальный образ города в представлениях горожан (на материале исследования жителей Краснодара)

О.Р. Тучина  , И.А. Аполлонов 

Кубанский государственный технологический университет,  
Россия, 350072, Краснодар, ул. Московская, д. 2  
 [tuchena@yandex.ru](mailto:tuchena@yandex.ru)

**Аннотация.** Визуальный образ города является важным фактором субъективного благополучия его жителей. Восприятие визуальной стороны городской среды и его влияние на эмоциональные, когнитивные и поведенческие характеристики горожан нашли отражение в работах как зарубежных, так и российских ученых, однако их внимание в основном фокусировалось на отдельных аспектах городской среды. В этой связи представляет интерес исследование комплексного впечатления респондентов о визуальном образе города. Изучение визуального образа города проводилось на основе теории социальных представлений и было нацелено на рассмотрение социальных представлений (СП) о визуальном образе города в целом и конкретно на визуальном образе Краснодара у постоянно проживающих в нем респондентов. Выборку составили респонденты, постоянно проживающие в Краснодаре ( $n = 354$ ). В качестве методов применялись ассоциативный эксперимент, прототипический анализ П. Вержеса, позволяющий выявить гипотетическую структуру СП, используя частоту встречаемости понятия и ранг появления понятия. Полученные в результате структуры СП респондентов о визуальном образе города позволили выявить, что в ядро СП входят архитектурный ансамбль, создающий стиль города и визуальные характеристики хорошо спланированного и организованного повседневного городского пространства, а туристически привлекательные элементы городской среды находятся на периферии СП горожан. СП о визуальном образе Краснодара включают, прежде всего, центры городского притяжения – исторический центр города и «новый центр» – парк «Краснодар», а также визуальные признаки комфортного и безопасного проживания. Результаты исследования показали, что представление о визуальном образе города во многом определяется спецификой места постоянного проживания индивида, исторически сложившимися особенностями городской среды, ее возможностями и проблемами.

**Ключевые слова:** визуальный образ города, теория социальных представлений, городская среда, Краснодар

**Благодарности и финансирование.** Исследование осуществлено при финансовой поддержке Российского научного фонда и Кубанского научного фонда (проект № 22-28-20292 «Произведения изобразительного искусства в городском пространстве культуры как фактор формирования локальной идентичности»).

© Тучина О.Р., Аполлонов И.А., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

## Введение

Визуальные особенности городской среды являются важным фактором психического здоровья и субъективного благополучия жителей, а также их психологической безопасности (Зотова, 2023; Капцевич, 2021). Соответственно, изучение того, как воспринимает человек городское пространство, в котором он существует, является важной научной и практической задачей, решение которой способствует созданию наиболее психологически комфортного окружения, повышающего качество жизни горожан и создающего субъективно безопасную среду. Особую актуальность и значимость данная проблема обретает в современном мегаполисе, поскольку жизнь горожанина протекает в искусственно созданной среде и все сильнее отдаляется от естественных биоритмов. Вместе с тем высокая динамика социокультурных трансформаций современного города (радикальные изменения его инфраструктуры, усиление миграционных потоков, изменения ритма жизни) ведет к утрате привычности восприятия городского пространства, состоянию городского стресса. Поэтому визуальная сторона городской среды становится значимым фактором, определяющим эмоциональный фон и уровень удовлетворенности местом проживания, что во многом формирует привязанность человека к городу.

Воздействие физических, социальных, культурных и прочих аспектов городской среды на человека всегда происходит комплексно, формируя образ города (Капцевич, 2021). Несмотря на важность визуального аспекта городской среды, его комплексное влияние на человека является недостаточно исследованным феноменом. Его рассматривают главным образом в сравнении с визуальным аспектом природной среды, выявляя их различные психологические эффекты. По данным исследований, восприятие природных ландшафтов, по сравнению с городскими, благоприятно воздействует на эмоциональный фон жителей (Ulrich, 1981), их когнитивные характеристики (Berman et al., 2008; Valtchanov, Ellard, 2015), отношения с другими людьми (Weinstein et al., 2009). Однако ряд ученых показали, что городское пространство также может оказывать положительное воздействие на респондентов, выделив факторы, способствующие улучшению эмоционального состояния жителей: зеленые городские ландшафты и водные компоненты (Franek, 2019; White et al., 2010), историко-культурные (Galindo, Hidalgo, 2005; Жоголева и др., 2020) и видовые (Hidalgo et al., 2006) места города, визуальная сложность и фрактальная геометрия городских сооружений (Van den Berg et al., 2016), дизайн архитектурных построек (Сурков, 2017), композиционная сложность и малая этажность застройки (Lindal, Hartig, 2013), цветовое решение городского пространства (Храпова и др., 2010; Колчин и др., 2016).

## Исследование визуального образа города

Исследование визуального образа города происходит с разных методологических позиций, используя разные методы. Сравнительные исследования влияния на человека природной и антропогенной сред основаны на психоэволюционной теории (Ulrich, 1983), постулирующей, что восприятие среды вызывает непосредственный аффективный отклик, связанный с потенциальной полезностью или опасностью; это обуславливает дальнейшие психоло-

гические эффекты восприятия (изменение эмоционального состояния, снижение стресса, поддержание внимания и др.). В качестве стимулов респондентам предъявляют изображения объектов городской среды, анализируют данные об особенностях среды их проживания (White et al., 2010), «узнаваемости среды» (Lindal, Hartig, 2013), предпочтений в отношении разных типов среды (White et al., 2010; Van den Berg et al., 2016), привязанности к месту проживания (Hidalgo et al., 2006). Эти данные сопоставляют с психофизиологическими изменениями респондентов (Ulrich, 1981), динамикой их когнитивных процессов (внимания, памяти, восприятия) (Tennessen, Cimprich, 1995; Kuo, Sullivan, 2001) и поведения (Kuo, Sullivan, 2001), ценностными изменениями (Weinstein et al., 2009).

В рамках психологии субъективной семантики, рассматривающей так называемые семантические коды объектов городской среды (эмоционально окрашенные следы, отражающие воздействие художественного объекта на психику человека), изучается восприятие архитектурных памятников и городских пространств (Артемьева, 1999; Вырва и др., 2015; Габидулина, 2012; Шмелина и др., 2016; Озерина и др., 2020; Капцевич, 2022). В качестве основных обычно применяются метод свободных ассоциаций с использованием фотографий городских объектов (Вырва, Леонтьев, 2015; Габидулина, 2012; Шмелина и др. 2016; Озерина и др., 2020; Капцевич, 2022), проективные (Воробьева и др., 2012) и психосемантические (Вырва, 2017; Воробьева, Кружкова, 2012) техники.

Ограничения данных подходов состоят в том, что исследователь сам определяет объекты восприятия, «выделяя» их из целостной городской среды. Соответственно, есть необходимость исследовать комплексное впечатление респондентов о визуальном образе города. Создание визуального образа города – сложный процесс, включающий как объективные признаки городской среды («восходящие факторы», Капцевич, 2021), так и субъективные факторы – ценности, смыслы, личный опыт респондентов («нисходящие», Капцевич, 2021), в результате взаимовлияния которых формируется «субъективная репродукция воспринимаемого города и конструируются визуальные образы» (Филько, 2015).

Исследование визуального образа города на основе теории социальных представлений позволяет интегрировать всю совокупность впечатлений респондентов от восприятия городской среды. Согласно теории С. Московиси, социальные представления (СП) – это «сети» понятий, образов и чувств, которые разделяются членами общества (Moscovici, Duveen, 2000), инструмент понимания социальной среды (Moliner, Bovina, 2021).

Одним из важных вопросов изучения социальных представлений является их связь с образами. Социальные представления мультимодальны, поэтому использование мультимодальной стратегии исследования может существенно обогатить знания о человеке и его представлений о мире. Как утверждают И. Галли и Р. Фазанелли, «все языки являются культурными средами, которые позволяют чувствам, привязанностям и убеждениям взаимодействовать», соответственно, неправомерным будет культурное и эпистемологическое разделения образов и языка, поскольку с точки зрения построения знания, ре-

презентации, мышления и межсубъективных отношений эти различные области взаимосвязаны (Galli, Fasanelli, 2021). Одна из этих связей касается способности изображений выражать представления. Исследование содержания представлений о реальности через понимание смысла в иконографических документах, роли образов как инструментов социальной репрезентации открывает новые возможности для изучения психологической феноменологии (Schember et al., 2015; Galli, Fasanelli, 2021; Galli et al., 2018; Володарская, 2021).

Другая сторона связи образа и социального представления заключается в исследовании визуальных образов вербальными методами (Rose, 2007; Избасарова и др., 2022). К визуальным данным относятся «зафиксированные в доступной зрительной модальности форме продукты и репрезентации человеческого опыта», которые принимают участие в построении картины мира человека (Мельникова и др., 2018, с. 43). Рассматривая социальное представление как «набор когнитивных элементов (мнения, информация, убеждения), относящихся к объекту социальной среды» (Moliner, Bovina, 2021), мы можем выявить такого рода представление горожан о визуальном пространстве города.

Город в социально-психологических исследованиях – это всегда конкретный город (Вырва, Леонтьев, 2015; Капцевич, 2022; Озерина, Тимофеев, 2020; Пискунова, 2022 и т. д.). Соответственно, с одной стороны, социальные представления о визуальном образе города всегда опираются на определенный опыт проживания респондентов в городской среде; с другой – образ конкретного города формируется на основании сравнений с другими городами (Шмелина, Цыганкова, 2016). Визуальный образ города по-разному воспринимается и переживается разными людьми, коренными жителями и туристами, жителями центра и окраин (Социально-психологические исследования... 2016; Логунова, 2023). В нашем исследовании мы рассмотрим особенности социальных представлений жителей Краснодара, постоянно и длительное время проживающих в городе.

Краснодар является краевым центром Краснодарского края, это большой и динамично развивающийся город на Юге России. Для Краснодара характерен «взрывной» рост численности населения: еще в 2010 г. город насчитывал 832 532 жителя, а на 1 января 2022 г. население составило 1 226 226 человек. Еще одной особенностью Краснодара является полиэтничность: этническое большинство (русские) составляет 87,88 % населения, другие этнические группы (армяне, украинцы, адыгейцы, грузины, греки, татары, белорусы, азербайджанцы) не столь многочисленны, но консолидированы и отличаются активной демонстрацией визуальных этнокультурных особенностей (оформление витрин, этнические кафе и рестораны)<sup>1</sup>. В последние годы городской облик стремительно меняется, что обусловлено как активными миграционными процессами, так и мощными инфраструктурными трансформациями

<sup>1</sup> Оценка численности населения на 1 января 2023 г. по муниципальным образованиям Краснодарского края / Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://23.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/01.01.2023.htm?ysclid=ll4vd4nhbs3611993919-10061> (дата обращения: 10.08.2023).

городской среды. Соответственно, Краснодар является важным объектом изучения как город, находящийся в процессе стремительной трансформации.

**Цель работы** – исследование социальных представлений о визуальном образе города и визуальном образе Краснодара постоянно проживающих в нем респондентов.

### Процедура и методы исследования

**Выборку** исследования составили респонденты, постоянно проживающие в Краснодаре, всего – 354 человека. Со средним образованием – 10 % респондентов, со средним специальным и неоконченным высшим – 42 %, с высшим – 48 %.

В табл. 1 представлены возрастные и гендерные характеристики выборки.

Таблица 1 / Table 1

Гендерные и возрастные характеристики выборки /  
Gender and age characteristics of the sample

Количество / Number, <i>n</i>	Возрастные характеристики / Age			Пол / Gender	
	<i>M</i>	Min – Max	<i>SD</i>	Мужчины / Male, <i>n</i>	Женщины / Female, <i>n</i>
354	27,3	17–60	12,5	131 (37 %)	223 (63 %)

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

*Note:* *n* – total sample size; *M* – mean value; *Min* – minimum age; *Max* – maximum age; *SD* – standard deviation.

**Методы исследования:** ассоциативный эксперимент, прототипический анализ П. Вержеса. Прототипический анализ содержания позволяет выделять гипотетическую структуру социального представления, используя два критерия: количественный показатель (частоту встречаемости понятия) и ранг появления понятия (когнитивная доступность, значимость для респондента этого элемента) (Бовина и др., 2022). На первом этапе респондентам предлагали выполнить следующие задания:

- назовите не менее 5 ассоциаций с понятием «визуальный образ города»;
- назовите не менее 5 ассоциаций с понятием «визуальный образ Краснодара».

Часть респондентов отвечала на вопросы исследования в онлайн-формате, часть – заполняла бумажные анкеты (студенты колледжей и вузов).

Общая численность слов-ассоциаций с понятием «Визуальный образ города» составила 1519, численность семантических конструкторов – 265, число слов, включенных в формализованные категории – 1425; общая численность слов-ассоциаций с понятием «Визуальный образ Краснодара» – 1506, число слов, включенных в формализованные категории – 1404, численность семантических конструкторов – 252. В результате качественного анализа все полученные ассоциации разделены на категории: социальные представления о городской культуре составили 22 категории; социальные представления о культуре Краснодара – 17.

На следующем этапе полученные в результате ассоциативного эксперимента представления подвергались прототипическому и категориальному

анализу с учетом частоты появления каждого понятия в ответах респондентов и ранга каждого понятия, определяющего его важность для респондентов. Сочетание этих двух параметров образует четыре зоны социальных представлений: ядро (часто встречаемые и важные ассоциации); периферическая система, составляющая потенциальную зону изменения (редко встречаемые, но важные ассоциации, а также часто встречаемые, но наименее важные ассоциации), собственно периферическая система (редко встречаемые и наименее важные ассоциации). Пороговое значение рассчитывается как медиана распределения частот ( $N_i$ ) и средних ранговых (СР) значений.

## Результаты исследования и их обсуждение

Структура социальных представлений респондентов представлена в табл. 2.

Согласно критериями анализа СП, в зону ядра представления о визуальном образе города респондентов входят следующие элементы. Наиболее значимым является городская архитектурная среда, а именно особенности архитектуры (особый узнаваемый архитектурный стиль и выразительность, гармоничность). В ряде исследований показано, что монотонность и однородность визуальной среды города, низкая визуальная сложность негативно влияют на эмоциональное состояние жителей (Вырва, 2017; Lindal, Hartig, 2013), что приводит к ощущению обезличенности городов, а также порождает индифферентное отношение людей к месту проживания (Смолова, 2015). Оригинальность городской архитектуры, ее специфические черты, которые создают уникальный образ города и находят отражение в культурных брендах, рассматриваются респондентами как основной элемент визуального образа города.

Другими важными элементами ядра СП является планировка городских улиц (наличие транспортных развязок, широкие улицы, удобные тротуары, зеленые насаждения вдоль улиц, удобная и неяркая тротуарная плитка), особенности городской застройки (гармоничность, отсутствие «точечной» застройки), фасадов зданий (их цветовая гамма, вывески и рекламные элементы, подсветка, состояние). Фактор пространственных границ, сегментация пространства, ограждения, бордюры, разметка, маркировка территории способствуют психологическому комфорту и состоянию безопасности горожан, поскольку вызывают чувство уверенности, состояние спокойствия, а выстроенные границы могут служить индикатором освоенности территории (Крашенинников, 2020).

У краснодарских респондентов в ядро СП также входят парки, которые рассматриваются и как зона релаксации, и как место спортивных занятий, общения, свиданий, мероприятий под открытым небом и т. д., а также зеленые насаждения и цветочные композиции, их гармоничность, цветовая гамма, ухоженность. В рамках исследований городской среды было неоднократно показано, что воздействие природной составляющей (городских зеленых насаждений, ландшафтных композиций) благотворно влияет на настроение и самочувствие людей, их когнитивные характеристики и отношение к окружающим, а природные особенности являются центральным элементом образа города (Радина, 2016; Negami et al., 2018; Кuo, Sullivan, 2001). Кроме того, в ядро СП вошла категория «Ухоженность и чистота», характеризующая визуальную составляющую бытовой культуры (чистота улиц и дворов, своевременный

ремонт и реставрация зданий, отсутствие вандализма, городское освещение). Как показывает ряд исследований, данный фактор является важным показателем пригодности города для проживания, сигналом о наличии либо отсутствии социального контроля и угрозы безопасности жителей и гостей города (Смолова, 2015; Chen, Liu, 2016; Wilson, Kelling, 1982).

Таблица 2 / Table 2

**Структура социальных представлений респондентов /  
Structure of the respondents' social representations**

Элементы структуры представления / Elements of the representation structure	Структура социальных представлений о визуальном образе города / The structure of social representations of the visual image of the city	Структура социальных представлений о визуальном образе Краснодара / The structure of social representations of the visual image of Krasnodar
	Понятия и ассоциации (в скобках рядом с каждым понятием указаны их частота встречаемости и средний ранг) / Notions & associations (in parentheses next to each notion their frequency of occurrence and average rank are indicated)	
Зона ядра социального представления (область I) / Social representation core zone (area I)	$N_j \geq 4,28$ ; CP < 2,93	$N_j \geq 3,92$ ; CP < 2,91
	Архитектура / Architecture (5,42; 2,16). Фасады зданий / Building facades (5,22; 2,65). Планировка городских улиц / Layout of city streets (10,03; 2,89). Зеленые насаждения, цветочные композиции / Green spaces, flower arrangements (6,76; 2,73). Особенности городской / Features of urban development (4,88; 2,47). Парки / Parks (7,56; 2,74). Ухоженность и чистота / Neatness and cleanliness (5,28; 2,38)	Зеленые насаждения, цветочные композиции / Green spaces, flower arrangements (11,54; 2,82). Неопрятность / Untidiness (12,75; 2,75). Парк «Краснодар» / Park "Krasnodar" (4,99; 2,30). Городская скульптура / Urban sculpture (4,27; 2,72) Улица Красная / Krasnaya Street (3,92; 2,53)
Потенциальная зона изменений представления (область II) / Potential representation alteration zone (area II)	$N_j < 4,28$ ; CP < 2,93	$N_j < 3,92$ ; CP < 2,91
	Памятники / Monuments (3,55; 2,70). Внешний вид городского транспорта / Appearance of urban transport (2,81; 2,83). Визуальные признаки современного города / Visual signs of a modern city (2,01; 2,77). Реклама / Advertising (1,74; 2,85). Исторические здания и сооружения / Historical buildings and structures (1,74; 2,12)	Архитектура / Architecture (2,71; 2,47). Аутентичная культура / Authentic culture (2,28; 2,84). Спортивные сооружения / Sport facilities (1,64; 2,70)
Потенциальная зона изменений представления (область III) / Potential representation alteration zone (area III)	$N_j \geq 4,28$ ; CP $\geq 2,93$	$N_j \geq 3,92$ ; CP $\geq 2,91$
	Места отдыха / Recreation places (6,69; 3,86). Достопримечательности / Attractions (5,42; 2,96). Цветовая гамма городской среды / Colors of the urban environment (4,5; 3,3). Общественные здания / Public buildings (4,62; 3,12)	Новостройки / New buildings (7,26; 3,14). Природные особенности городской среды / Natural features of the urban environment (8,69; 3,1). Исторические здания / Historical buildings (6,62; 3,02). Городские музеи / Museums (3,99; 3,55)
Собственно периферическая система представления (область IV) / Actual peripheral representation system (area IV)	$N_j < 4,28$ ; CP $\geq 2,93$	$N_j < 3,92$ ; CP $\geq 2,91$
	Освещение улиц и городских объектов / Lighting of streets and city objects (3,14; 3,34). Городское искусство / Street art (1,54; 3,65). Внешний вид / Appearance of citizens (3,28; 3,08). Спортивные сооружения / Sports facilities (0,60; 3,56). Храмы / Church (0,33; 3,00). Визуальные проявления этнокультурных традиций / Visual manifestations of ethno-cultural traditions (1,54; 3,52)	Пробки / Traffic jams (3,42; 2,92). Внешний вид городского транспорта / Appearance of urban transport (2,56; 3,00). Визуальные проявления южного климата / Visual manifestations of the southern climate (2,64; 3,03). Городское искусство / Street art (1,64; 2,91). Храмы / Churches (0,78; 3,27)

Периферическая система, составляющая потенциальную зону изменения СП, характеризуется категориями «Памятники и городская скульптура», «Внешний вид городского транспорта» (цветовая гамма, реклама на транспорте), «Визуальные признаки современного города» (большое количество многоэтажек, высокая плотность застройки, развитая инфраструктура, масштабность, большое количество людей на улицах), «Реклама», «Исторические здания и сооружения» (область II). В периферическую зону (область III) также входят категории «Места отдыха» (кафе, места для прогулок, детские площадки), «Достопримечательности» (уникальные городские объекты природного и антропогенного характера), «Цветовая гамма городской среды» (сдержанность, спокойные оттенки, единая гамма, нет диссонанса с исторически доминирующими цветами), «Общественные здания» (городские общественные учреждения). При этом исторические здания и памятники также входят в периферийную зону СП респондентов, тогда как во многих исследованиях именно эти элементы создают образа города (Galindo et al., 2005; Капцевич, 2022; Озерина, Тимофеев, 2020; Жоголева и др., 2020).

В собственно периферийной зоне СП о визуальном образе города оказались категории «Освещение улиц и городских объектов» (яркость освещения улиц, креативность в организации городского освещения, подсветка зданий и скульптуры), «Городское искусство» (стрит-арт, граффити), «Внешний вид горожан» (опрятность, признаки здоровья и благополучия, следование моде, внешние признаки принадлежности к субкультуре), «Спортивные сооружения» (стадионы, площадки для детского спорта, воркаут-площадки), «Храмы», «Визуальные проявления этнокультурных традиций» (оформление витрин, местные бренды, определенная цветовая гамма).

Можно сказать, что для краснодарских респондентов главными составляющими визуального образа города являются, во-первых, архитектурные особенности, создающие неповторимый стиль города, а во-вторых, визуальные характеристики хорошо спланированного и организованного повседневного городского пространства, способствующие комфортному и безопасному проживанию. При этом элементы визуального образа города, создающие его привлекательность для приезжих (достопримечательности, памятники, исторические здания, городское искусство и др.), находятся на периферии социальных представлений горожан.

Сравнивая структуру и содержание области ядра социальных представлений о визуальном образе города и визуальном образе Краснодара, можно выделить общие элементы. В зону ядра СП о визуальном образе Краснодара, как и в ядро представлений об образе города, вошли категории «Зеленые насаждения и цветочные композиции» и «Неопрятность» (грязь и мусор, неухоженные площади, скверы и парки, недостроенные здания, нуждающиеся в реставрации фасады). Последняя категория характеризует визуальную сторону бытовой культуры с отрицательной коннотацией. Поскольку визуальный аспект бытовой культуры («ухаживенность и чистота») в СП краснодарцев о своем городе вошли в зону ядра с отрицательной коннотацией («неопрятность»), этот фактор является наиболее значимым в визуальном образе города, а также сигналом о накопившихся проблемах в данной сфере. Соот-



ветственно, данный аспект визуального образа города может проявляться с разных сторон в структуре СП.

В ядре СП краснодарцев также оказались городские локации, являющиеся двумя основными центрами городского притяжения. Это улица Красная, исторический центр города со сложившимся архитектурным ансамблем, и парк «Краснодар», представляющий «новый центр» краевой столицы. Парк «Краснодар» – не просто зеленая зона и место релаксации, но и арт-пространство, отличающееся креативным ландшафтным дизайном и в данный момент являющееся основным символом «нового» города, с иной структурой организации пространства, чем в историческом центре (Тучина, Аполлонов, 2019). Еще один элемент ядра СП краснодарцев о визуальном образе своего города – городская скульптура, где первое место принадлежит памятнику Екатерине Великой – символу Краснодара и Кубани.

Периферическая система, составляющая потенциальную зону изменения СП, характеризуется категориями «Особенности архитектуры» (эkleктичность, сочетание разных стилей и периодов, «кубанское барокко»), «Аутентичная культура» (визуальные проявления казачьих традиций и кавказских особенностей), «Спортивные сооружения» (область II). В периферическую зону (область III) также входят категории «Новостройки», «Природные особенности» (яркая зелень, разнообразие растительности, быстро зарастающее сорняками пространство), исторические здания и городские музеи.

В собственно периферийной зоне СП о визуальном образе города оказались категории «Пробки», «Внешний вид городского транспорта», «Визуальные проявления южного климата» (много солнца, синее небо, легко и комфортно одетые люди), «Городское искусство», «Храмы».

Восприятие постоянных жителей города отличается от восприятия приезжих: они знают все основные элементы города и располагают детальной информацией о конкретных местах. По мнению ряда исследователей, горожане мало обращают внимание на эстетическую составляющую образа города, туристически привлекательные объекты, поскольку все, что их окружает, стало уже обыденностью, лишенной активных импульсов (Кашкабаш, 2013; Фалько, 2015), более важной для них является функциональная сторона городского пространства, его комфорт и безопасность. Однако, анализируя структуру СП о визуальном образе города проживания, мы видим в центральной части как значимые культурно-эстетические объекты, формирующие облик города (улица Красная, парк «Краснодар», скульптура), так и функциональные аспекты города, обеспечивающие повседневные потребности горожан (зеленые насаждения, являющиеся необходимой частью южного города, и недостаток ухоженности городского пространства). Соответственно, визуальный образ города для его жителей строится вокруг центров городского притяжения, а также включает визуальные признаки комфортного и безопасного проживания.

Поскольку социальные представления о визуальном образе города всегда опираются на определенный опыт проживания в конкретной городской среде, а также на сравнение с другими городами (Шмелина, Цыганкова, 2016), интересно сопоставить СП о визуальном образе обобщенного и кон-

кретного городов. Так, в ядро СП наших респондентов о визуальном образе города вошли парки и зеленые насаждения, поскольку это является важной особенностью южного города с теплым климатом и обилием зелени и одной из значимых характеристик оценки любого города для респондентов. Для краснодарцев достаточно значимыми элементами образа города являются «визуальные признаки современного города», поскольку в силу исторических особенностей застройки центральная часть города во многом визуально напоминает сельскую местность: одноэтажная застройка, заборы и огороды и т. д., тогда как окраины характеризуются визуальными признаками урбанизации (высотные здания, дорожные развязки, недостаточное количество зеленых насаждений). В периферийной зоне СП о визуальном образе Краснодара есть категория «Новостройки», включающая данные характеристики новых районов. Соответственно, визуальные признаки урбанизации для краснодарцев являются значимым элементом образа города, поскольку для места проживания характерен контраст внешних признаков города и села. Водные компоненты городской среды, по результатам многих исследований, являются важным фактором формирования образа города и способствуют снижению эмоционального напряжения жителей (Franek, 2019; White et al., 2010), однако они не вошли в СП респондентов об образе города, поскольку в Краснодаре зона набережной Кубани была оборудована сравнительно недавно и пока не стала востребованным публичным пространством. Категория «Храмы» вошла только в собственно периферическую зону СП краснодарцев, хотя, как показывают другие исследования, храмовые сооружения определяют визуальный облик многих российских городов (Федотова, 2019; Чернявская, 2013), а в Краснодаре есть ряд заметных объектов церковной архитектуры, входящих в категорию исторического наследия. К тому же религиозная идентичность и ценность традиции в Краснодарском крае выше, чем в ряде других регионов (Ценности... 2022). Нам видится, что краснодарские храмы попали в периферическую зону СП о визуальном образе города в силу того, что соборы органично вписаны в архитектурный облик городских кварталов и за редким исключением не являются самостоятельными визуальными доминантами.

Таким образом, представление о визуальном образе города во многом определяется спецификой места постоянного проживания индивида, исторически сложившимися особенностями городской среды, ее достоинствами и проблемами.

### **Заключение**

Теоретический конструкт социальных представлений может применяться в качестве инструмента исследования визуального образа города, давая возможность изучать целостное впечатление респондентов о визуальной стороне конкретного и обобщенного городов.

Исследование визуального образа города на основе теории социальных представлений выявило, что основными его составляющими являются архитектурный ансамбль, создающий неповторимый стиль города, и визуальные характеристики хорошо спланированного и организованного повседневного городского пространства, а туристически привлекательные элементы город-

ской среды (достопримечательности, памятники, исторические здания, городское искусство и др.) находятся на периферии социальных представлений горожан.

Для постоянных жителей Краснодара его визуальный образ строится вокруг центров городского притяжения, а также включает визуальные признаки комфортного и безопасного проживания. При этом представление о визуальном образе города во многом определяется спецификой места постоянного проживания индивида, исторически сложившимися особенностями городской среды, ее возможностями и проблемами. Таким образом, методология теории социальных представлений дает возможность по-новому взглянуть на исследование проблемы восприятия образа города и отдельных его составляющих.

**Ограничения результатов** исследования состоит в особенностях выборки, состоящей только из постоянных жителей Краснодара.

**Область практического применения** полученных результатов является учет особенностей визуального восприятия города при разработке планов по его развитию и благоустройству: оформлению фасадов зданий, созданию городской скульптуры и арт-объектов, расположению наружной рекламы, украшению улиц и площадей.

Дальнейшее изучение предполагают сравнение социальных представлений о визуальном образе города жителей с разной длительностью проживания в городе, жителей центра и городских окраин, а также гостей города, выявление общей структуры социальных представлений и групповых особенностей.

### Список литературы

- Артемяева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики. М.: Смысл, 1999. 350 с.
- Бовина И.Б., Дворянчиков Н.В., Мельникова Д.В., Лаврешкин Н.В. К вопросу об исследовании социальных представлений: взгляд со стороны // Социальная психология и общество. 2022. Т. 13. № 3. С. 8–25. <https://doi.org/10.17759/sps.2022130302>
- Володарская Е.А. Исследование образа ученого в контексте концепции социальных представлений Сержа Московиси // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2021. Т. 18. № 2. С. 402–421. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-2-402-421>
- Воробьева И.В., Кружкова О.В. Психология городской среды. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2012. 244 с.
- Вырва А.Ю. Изучение особенностей восприятия архитектурной городской среды на основе исследования панорам Google // Экспериментальная психология. 2017. Т. 10. № 1. С. 89–108. <http://doi.org/10.17759/exppsy.2017100107>
- Вырва А.Ю., Леонтьев Д.А. Субъективная семантика архитектурных образов. Возможности субъективно-семантических методов в исследовании восприятия архитектуры // Культурно-историческая психология. 2015. Т. 11. № 4. С. 96–111. <http://doi.org/10.17759/chp.2015110409>
- Габидулина С.Э. Психология городской среды. М.: Смысл, 2012. 152 с.
- Жоголева А.В., Леонова В.А., Полукеева Т.С. Особенности восприятия городского пространства исторического центра крупного города // Innovative project. 2020. Т. 5. № 11. С. 24–29. <http://doi.org/10.17673/IP.2020.5.11.2>

- Зотова О.Ю. Предметно-пространственная и физическая среда города как условие психологической безопасности жителей городов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2023. Т. 20. № 2. С. 352–373. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2023-20-2-352-373>
- Избасарова С.А., Мельникова О.Т., Сухина Т.В. Роль логотипа в актуализации визуальной выразительности бренда // Национальный психологический журнал. 2022. № 2 (46). С. 56–64. <http://doi.org/10.11621/npj.2022.0206>
- Капцевич О.А. Психологические эффекты визуального восприятия городской среды: систематический обзор // Психология. 2021. № 3. С. 575–597. <http://doi.org/10.17323/1813-8918-2021-3-575-597>
- Капцевич О.А. Семантические аспекты восприятия объектов городской среды по данным ассоциативного эксперимента // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. Психологические науки 2022. № 204. С. 115–128. <https://www.doi.org/10.33910/1992-6464-2022-204-115-128>
- Кашкабаи Т.В. Особенности восприятия визуально-коммуникативного пространства Москвы // Наука и бизнес: пути развития. 2013. № 10 (28). С. 25–28.
- Колчин Е.А., Иванов В.А., Тнашева Д.Б. Физическое восприятие цвета в городском пространстве // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016. Т. 3. № 1. С. 115–117.
- Крашенинников А.В. Когнитивная урбанистика: архетипы и прототипы городской среды. М.: КУРС, 2020. 208 с.
- Логунова Е.Н. Особенности формирования визуального образа крупного города (на примере Красноярска) // Молодежь и наука: сборник материалов VIII Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященной 155-летию со дня рождения К.Э. Циолковского. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2012. URL: <https://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/7593> (дата обращения: 01.07.2023).
- Мельникова О.Т., Мезенцева А.С. Визуальные методы в социально-психологическом исследовании // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 42–52. <http://doi.org/10.17759/sps.2018090305>
- Озерина А.А., Тимофеев Н.Е. Визуальный образ города в представлении студентов (на примере города Волгограда) // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. 2020. Вып. 3. С. 516–521. <http://doi.org/10.33910/herzenpsyconf-2020-3-95>
- Пискунова А.Е. Городское пространство как конструкт восприятия: антропологическая размерность Новокузнецка // Томский журнал лингвистических и антропологических исследований. 2022. № 1 (35). С. 146–156.
- Радина Н.К. Урбанистика и социальная психология: город в представлениях горожан // Социально-психологические исследования города / под общ. ред. Т.В. Дробышевой, А.Л. Журавлева. М.: Институт психологии РАН, 2016. С. 61–82.
- Смолова Л.В. Психология взаимодействия с окружающей средой (экологическая психология). М.: ФЛИНТА, 2015. 711 с.
- Социально-психологические исследования города / под общ. ред. Т.В. Дробышевой, А.Л. Журавлева. М.: Институт психологии РАН, 2016. С. 61–82.
- Сурков А.В. Динамическая модель восприятия мегаполиса в контексте городских культурных процессов // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2017. № 3 (165). С. 183–190.
- Тучина О.Р., Аполлонов И.А. Региональная идентичность как фактор психологической безопасности // Гуманизация образования. 2019. № 5. С. 166–179. <http://doi.org/10.24411/1029-3388-20>
- Федотова Н.Г. Визуальные носители культурной памяти города (на примере Великого Новгорода) // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2019. № 2 (20). С. 42–62. <http://doi.org/10.23951/2312-7899-2019-2-42-62>
- Филько А. Визуальное восприятие образа города и методы его исследования // Урбанистика. 2015. № 3. С. 1–15. <http://doi.org/10.7256/2310-8673.2015.3.16497>

- Хранова В.А., Власова Я.М.* Неистовство цвета: визуальные образы современного города // Социология города. 2010. № 4. С. 12–14.
- Ценности, идентичности и межкультурные отношения в России: кросс-региональный анализ / под ред. В.Н. Галяпиной, Н.М. Лебедевой. Краснодар: Изд-во КубГТУ, 2022. 212 с.
- Чернявская О. С.* Нижний Новгород глазами нижегородцев: внутренний образ города // Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2013. № 1 (29). С. 69–76.
- Шмелина О.С., Цыганкова О.Е.* Образы «города-мечты» и реального города в представлении жителей крупного и малого городов // Социально-психологические исследования города / под общ. ред. Т.В. Дробышевой, А.Л. Журавлева. М.: Институт психологии РАН, 2016. С. 61–82.
- Berman M.G., Jonides J., Kaplan S.* The cognitive benefits of interacting with nature // *Psychological Science*. 2008. Vol. 19. No. 12. Pp. 1207–1212. <http://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02225>
- Chen S., Liu Z.* What determines the settlement intention of rural migrants in China? Economic incentives versus sociocultural conditions // *Habitat International*. 2016. Vol. 58. Pp. 42–50. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2016.09.004>
- Franek M., Petruzalek J., Sefara D.* Eye movements in viewing urban images and natural images in diverse vegetation periods // *Urban Forestry & Urban Greening*. 2019. Vol. 46. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2019.126477>
- Galindo M.P., Hidalgo M.C.* Aesthetic preferences and the attribution of meaning: environmental categorization processes in the evaluation of urban scenes // *International Journal of Psychology*. 2005. Vol. 40. No. 1. Pp. 19–27. <http://doi.org/10.1080/00207590444000104>
- Galli I., Fasanelli R.* From prototypical stimuli to iconographic stimuli: the power of images in the study of social representations // *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*. 2021. Vol. 18. No. 2. Pp. 391–401. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-2-391-401>
- Galli I., Fasanelli R., Schember E.* The construction of icons as a means of access to the social representation of culture // *Culture & Psychology*. 2018. Vol. 24. No. 2. Pp. 212–232. <https://doi.org/10.1177/1354067X17721860>
- Hidalgo M.C., Berto R., Galindo M.P., Getrevi A.* Identifying attractive and unattractive urban places: categories, restorativeness and aesthetic attributes // *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*. 2006. Vol. 7. No. 2. Pp. 115–133
- Karmanov D., Hamel R.* Assessing the restorative potential of contemporary urban environment(s): beyond the nature versus urban dichotomy // *Landscape and Urban Planning*. 2008. Vol. 86. Pp. 115–125. <http://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2008.01.004>
- Kuo F., Sullivan W.* Environment and crime in the inner city: does vegetation reduce crime? // *Environment and Behavior*. 2001. Vol. 33. No. 3. Pp. 343–367. <https://doi.org/10.1177/0013916501333002>
- Lindal P.J., Hartig T.* Architectural variation, building height, and the restorative quality of urban residential streetscapes // *Journal of Environmental Psychology*. 2013. Vol. 33. Pp. 26–36. <http://doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.09.003>
- Moliner P., Bovina I.* Introduction: the heuristic value of social representations theory // *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*. 2021. Vol. 18. No. 2. Pp. 291–298. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-2-291-298>
- Moscovici S., Duveen G.* Social representations. Explorations in social psychology. Cambridge: Polity Press, 2000.
- Negami H.R., Mazumder R., Reardon M., Ellard C.G.* Field analysis of psychological effects of urban design: a case study in Vancouver // *Cities & Health*. 2018. Vol. 2. No. 2. Pp. 106–115. <https://doi.org/10.1080/23748834.2018.1548257>

- Rose G. Visual methodologies. An introduction to researching with visual materials. London: Sage, 2007. 240 p
- Schember E., Tuselli A., Fasanelli R., Galli I. The internal structure of the social representation of culture: an empirical contribution // International E-journal of Advances in Social Sciences. 2015. Vol. 1. Pp. 174–179.
- Tennessen C.M., Cimprich B. Views to nature: effects on attention // Journal of Environmental Psychology. 1995. Vol. 15. No. 1. Pp. 77–85. [https://doi.org/10.1016/0272-4944\(95\)90016-0](https://doi.org/10.1016/0272-4944(95)90016-0)
- Ulrich R.S. Natural versus urban scenes: some psychophysiological effects // Environment and Behavior. 1981. Vol. 13. No. 5. Pp. 523–556.
- Valtchanov D., Ellard C.G. Cognitive and affective responses to natural scenes: effects of low level visual properties on preference, cognitive load and eye-movements // Journal of Environmental Psychology. 2015. Vol. 43. Pp. 184–195. <http://doi.org/10.1016/J.JENVP.2015.07.001>
- Van den Berg A.E., Joye Y., Koole S.L. Why viewing nature is more fascinating and restorative than viewing buildings: a closer look at perceived complexity // Urban Forestry & Urban Greening. 2016. Vol. 20. Pp. 397–401. <http://doi.org/10.1016/j.ufug.2016.10.011>
- Weinstein N., Przybylski A.K., Ryan R.M. Can nature make us more caring? Effects of immersion in nature on intrinsic aspirations and generosity // Personality and Social Psychology Bulletin. 2009. Vol. 35. No. 10. Pp. 1315–1329. <http://doi.org/10.1177/0146167209341649>
- White M., Smith A., Humphryes K., Pahl S., Snelling D., Depledge M. Blue space: the importance of water for preference, affect, and restorativeness ratings of natural and built scenes // Journal of Environmental Psychology. 2010. Vol. 30. No. 4. Pp. 482–493. <http://doi.org/10.1016/J.JENVP.2010.04.004>
- Wilson J., Kelling G. Broken windows: police and neighborhood safety // Atlantic Monthly. 1982. Vol. 249. Pp. 29–38

### **История статьи:**

Поступила в редакцию 24 июля 2023 г.

Принята к печати 20 сентября 2023 г.

### **Для цитирования:**

Тучина О.Р., Аполлонов И.А. Визуальный образ города в представлениях горожан (на материале исследования жителей Краснодара) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2023. Т. 20. № 4. С. 896–913. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2023-20-4-896-913>

### **Вклад авторов:**

О.Р. Тучина – концепция, дизайн и проведение исследования, анализ результатов.

И.А. Аполлонов – написание текста, обсуждение результатов.

### **Заявление о конфликте интересов:**

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### **Сведения об авторах:**

Тучина Оксана Роальдовна, доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры истории, философии и психологии, Кубанский государственный технологический университет (Краснодар, Российская Федерация). ORCID: 0000-0001-5525-7645; SPIN-код: 6989-5374. E-mail: tuchena@yandex.ru

Аполлонов Иван Александрович, доктор философских наук, доцент, профессор кафедры истории, философии и психологии, Кубанский государственный технологический университет (Краснодар, Российская Федерация), ORCID: 0000-0002-1926-8213; SPIN-код: 7423-6142. E-mail: obligo@yandex.ru

DOI: 10.22363/2313-1683-2023-20-4-896-913

EDN: YERTEE


UDC 316.64

Research article

## Visual Image of the City in the Representations of Its Citizens: A Study of Krasnodar Residents

Oksana R. Tuchina  , Ivan A. Apollonov 

Kuban State Technological University,  
2 Moskovskaya St, Krasnodar, 350072, Russian Federation

 tuchena@yandex.ru

**Abstract.** The visual image of a city is an important factor in the subjective well-being of its residents. The perception of the visual side of the urban environment and its impact on the emotional, cognitive and behavioral characteristics of citizens has been studied by both international and Russian scientists. However, most of them focus on certain aspects of the urban environment. In this regard, of research interest are the citizens' complex impressions about the visual image of their city. The study of the visual image of the city was carried out on the basis of the theory of social representations. The purpose of the work was to examine the social representations (SRs) of the visual image of the city and particularly the visual image of Krasnodar. The sample of the study consisted of respondents permanently residing in Krasnodar ( $n = 354$ ). The research methods were associative experiment and P. Vergès' "prototypical analysis", which made it possible to identify the hypothetical structure of SRs, using the frequency and rank of occurrence of the concept. The structure of the respondents' SRs of the visual image of their city, obtained as a result of the study, revealed that the core of the citizens' SRs included the architectural ensemble creating the style of the city and the visual characteristics of a well-planned and organized everyday urban space, whereas tourist-attractive elements of the urban environment were on the periphery of their SRs. The respondents' SRs about the visual image of Krasnodar include, first of all, its centers of attraction, i.e., the historical center of the city and the "new center" (Krasnodar Park), as well as visual signs of comfortable and safe living. In general, the results of the study showed that the idea of the visual image of a city is largely determined by the specifics of an individual's place of permanent residence, the historically established features of the urban environment, its opportunities and problems.

**Key words:** visual image, city, theory of social representations, urban environment, Krasnodar

**Acknowledgements and Funding.** The research was carried out with the financial support of the Russian Science Foundation and the Kuban Science Foundation (project no. 22-28-20292 "Works of fine art in the urban cultural space as a factor in the formation of local identity").

### References

- Artemyeva, E.Yu. (1999). *Fundamentals of the psychology of subjective semantics*. Moscow: Smysl Publ. (In Russ.)
- Berman, M.G., Jonides, J., & Kaplan, S. (2008). The cognitive benefits of interacting with nature. *Psychological Science*, 19(12), 1207–1212. <http://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02225>
- Bovina, I.B., Dvoryanchikov, N.V., Melnikova, D.V., & Lavreshkin, N.V. (2022). Studying social representations: An outsider's perspective. *Social Psychology and Society*, 13(3), 8–25. (In Russ.) <https://doi.org/10.17759/sps.2022130302>

- Chen, S., & Liu, Z. (2016). What determines the settlement intention of rural migrants in China? Economic incentives versus sociocultural conditions. *Habitat International*, 58, 42–50. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2016.09.004>
- Chernyavskaya, O.S. (2013). Nizhny Novgorod through the eyes of Nizhny Novgorod residents: The inner image of the city. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University. Social Sciences*, (1), 69–76. (In Russ.)
- Drobysheva, T.V., & Zhuravlev, A.L. (Eds.). (2016). *Social-psychological studies of city*. Moscow: Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. (In Russ.)
- Fedotova, N.G. (2019). Visual carriers of the cultural memory of the city (on the example of Veliky Novgorod). *Praxema. Problems of Visual Semiotic*, (2), 42–62. (In Russ.) <http://doi.org/10.23951/2312-7899-2019-2-42-62>
- Filko, A. (2015). Visual perception of the image of the city and methods of its research. *Urbanistics*, (3), 1–15. (In Russ.) <http://doi.org/10.7256/2310-8673.2015.3.16497>
- Franek, M., Petruzalek, J., & Sefara, D. (2019). Eye movements in viewing urban images and natural images in diverse vegetation periods. *Urban Forestry & Urban Greening*, 46, 1264773. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2019.126477>
- Gabidulina, S.E. (2012). *Psychology of the urban environment*. Moscow: Smysl Publ. (In Russ.)
- Galindo, M.P., & Hidalgo, M.C. (2005). Aesthetic preferences and the attribution of meaning: Environmental categorization processes in the evaluation of urban scenes. *International Journal of Psychology*, 40(1), 19–27. <http://doi.org/10.1080/00207590444000104>
- Galli, I., & Fasanelli, R. (2021). From prototypical stimuli to iconographic stimuli: The power of images in the study of social representations. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 18(2), 391–401. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-2-391-401>
- Galli, I., Fasanelli, R., & Schember, E. (2018). The construction of icons as a means of access to the social representation of culture. *Culture & Psychology*, 24(2), 212–232. <https://doi.org/10.1177/1354067X17721860>
- Galyapina, V.N., & Lebedeva, N.M. (Eds.). (2022). *Values, identities and intercultural relations in Russia: Cross-regional analysis*. Krasnodar: KubSTU Publishing House. (In Russ.)
- Hidalgo, M.C., Berto, R., Galindo, M.P., & Getrevi, A. (2006). Identifying attractive and unattractive urban places: Categories, restorativeness and aesthetic attributes. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 7(2), 115–133
- Izbasarova, S.A., Melnikova, O.T., & Sukhina, T.V. (2022). The role of the logo in the actualization of the visual expressiveness of the brand. *National Psychological Journal*, (2), 56–64. (In Russ.) <http://doi.org/10.11621/npj.2022.0206>
- Kaptsevich, O.A. (2021). Psychological effects of visual perception of the urban environment: A systematic review. *Psychology*, (3), 575–597. (In Russ.) <http://doi.org/10.17323/1813-8918-2021-3-575-597>
- Kaptsevich, O.A. (2022). Semantic aspects of urban objects perception: Evidence from the associative experiment. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, (204), 115–128. (In Russ.) <https://www.doi.org/10.33910/1992-6464-2022-204-115-128>
- Karmanov, D., & Hamel, R. (2008). Assessing the restorative potential of contemporary urban environment(s): Beyond the nature versus urban dichotomy. *Landscape and Urban Planning*, 86(2), 115–125. <http://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2008.01.004>
- Kashkabash, T.V. (2013). Features of the perception of the visual-communicative space of Moscow. *Science and Business: Ways of Development*, (10), 25–28. (In Russ.)
- Khrapova, V.A., & Vlasova, Ya.M. (2010). Fury of color: Visual images of the modern city. *Sociology of the City*, (4), 12–14. (In Russ.)
- Kolchin, E.A., Ivanov, V.A., & Tnalieva, D.B. (2016). Physical perception of color in urban space. *International Journal of the Humanities and Natural Sciences*, 3(1), 115–117. (In Russ.)
- Krashennnikov, A.V. (2020). *Cognitive urban studies: Archetypes and prototypes of the urban environment*. Moscow: KURS Publ. (In Russ.)
- Kuo, F., & Sullivan, W. (2001). Environment and crime in the inner city: Does vegetation reduce crime? *Environment and Behavior*, 33(3), 343–367. <https://doi.org/10.1177/0013916501333002>



- Lindal, P.J., & Hartig, T. (2013). Architectural variation, building height, and the restorative quality of urban residential streetscapes. *Journal of Environmental Psychology*, 33, 26–36. <http://doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.09.003>
- Logunova, E.N. (2012). Features of the formation of a visual image of a large city (on the example of Krasnoyarsk). *Youth and Science: Proceedings of the VIII All-Russian Scientific and Technical Conference of Students, Graduate Students and Young Scientists, Dedicated to the 155th Anniversary of K.E. Tsiolkovsky*. Krasnoyarsk: Siberian Federal University. (In Russ.) Retrieved July 1, 2023, from <http://elib.krasu.ru/handle/2311/7593>
- Melnikova, O.T., & Mezentseva, A.S. (2018). Visual methods in socio-psychological research. *Social Psychology and Society*, 9(3), 42–52. (In Russ.) <http://doi.org/10.17759/sps.2018090305>
- Moliner, P., & Bovina, I. (2021). Introduction: The heuristic value of social representations theory. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 18(2), 291–298. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-2-291-298>
- Moscovici, S., & Duveen, G. (2000). *Social representations. Explorations in social psychology*. Cambridge, UK: Polity Press
- Negami, H.R., Mazumder, R., Reardon, M., & Ellard, C.G. (2018). Field analysis of psychological effects of urban design: A case study in Vancouver. *Cities & Health*, 2(2), 106–115. <https://doi.org/10.1080/23748834.2018.1548257>
- Ozerina, A.A., & Timofeev, N.E. (2020). Visual image of the city in the minds of students (on the example of the city of Volgograd). *Herzen Readings: Psychological Research in Education*, (3), 516–521. (In Russ.) <http://doi.org/10.33910/herzenpsyconf-2020-3-95>
- Piskunova, A.E. (2022). Urban space as a construct of perception: the anthropological dimension of Novokuznetsk. *Tomsk Journal of Linguistic and Anthropological Research*, (1), 146–156. (In Russ.)
- Radina, N.K. (2016). Urban studies and social psychology: The city in the minds of the townspeople. *Social-Psychological Studies of the City* (pp. 61–82). Moscow: Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. (In Russ.)
- Rose, G. (2007). *Visual methodologies. An introduction to researching with visual materials*. London: Sage.
- Schember, E., Tuselli, A., Fasanelli, R., & Galli, I. (2015). The internal structure of the social representation of culture: An empirical contribution. *International E-journal of Advances in Social Sciences*, 1, 174–179
- Shmelina, O.S., & Tsygankova, O.E. (2016). Images of a “dream city” and a real city in the minds of residents of large and small cities. *Social-Psychological Studies of City* (pp. 27–49). Moscow: Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. (In Russ.)
- Smolova, L.V. (2015). *Psychology of interaction with the environment (ecological psychology)*. Moscow: FLINTA Publ. (In Russ.)
- Surkov, A.V. (2017). Dynamic model of metropolis perception in the context of urban cultural processes. *Bulletin of the Ural Federal University. Problems of Education, Science and Culture*, (3), 183–190. (In Russ.)
- Tennessen, C.M., & Cimprich, B. (1995). Views to nature: Effects on attention. *Journal of Environmental Psychology*, 15(1), 77–85. [https://doi.org/10.1016/0272-4944\(95\)90016-0](https://doi.org/10.1016/0272-4944(95)90016-0)
- Tuchina, O.R., & Apollonov, I.A. (2019). Regional identity as a factor of psychological security. *Humanization of Education*, (5), 166–179. (In Russ.) <https://doi.org/10.24411/1029-3388-2019-10061>
- Ulrich, R.S. (1981). Natural versus urban scenes: Some psychophysiological effects. *Environment and Behavior*, 13(5), 523–556.
- Valtchanov, D., & Ellard, C.G. (2015). Cognitive and affective responses to natural scenes: Effects of low level visual properties on preference, cognitive load and eye-movements. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 184–195. <http://doi.org/10.1016/J.JENVP.2015.07.001>
- Van den Berg, A.E., Joye, Y., & Koole, S.L. (2016). Why viewing nature is more fascinating and restorative than viewing buildings: A closer look at perceived complexity. *Urban Forestry & Urban Greening*, 20, 397–401. <http://doi.org/10.1016/j.ufug.2016.10.011>

- Volodarskaya, E.A. (2021). Study of the image of a scientist in the context of the concept of social representations of Serge Moskovisi. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 18(2), 402–421. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-2-402-421>
- Vorobieva, I.V., & Kruzhkova, O.V. (2012). *Psychology of the urban environment*. Ekaterinburg: Publishing house of Russian State Vocational Pedagogical University. (In Russ.)
- Vyrva, A.Yu. (2017). The study of the perception of the architectural urban environment based on the study of Google panoramas. *Experimental Psychology*, 10(1), 89–108. (In Russ.) <http://doi.org/10.17759/exppsy.2017100107>
- Vyrva, A.Yu., & Leontiev, D.A. (2015). Subjective semantics of architectural images. Possibilities of subjective-semantic methods in the study of the perception of architecture. *Cultural-Historical Psychology*, 11(4), 96–111. (In Russ.) <http://doi.org/10.17759/chp.2015110409>
- Weinstein, N., Przybylski, A.K., & Ryan, R.M. (2009). Can nature make us more caring? Effects of immersion in nature on intrinsic aspirations and generosity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(10), 1315–1329. <http://doi.org/10.1177/0146167209341649>
- White, M., Smith, A., Humphries, K., Pahl, S., Snelling, D., & Depledge, M. (2010). Blue space: The importance of water for preference, affect, and restorativeness ratings of natural and built scenes. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 482–493. <http://doi.org/10.1016/J.JENVP.2010.04.004>
- Wilson, J., & Kelling, G. (1982). Broken windows: Police and neighborhood safety. *Atlantic Monthly*, 249, 29–38
- Zhogoleva, A.V., Leonova, V.A., & Polukeeva, T.S. (2020). Peculiarities of urban space perception of the historical center of a large city. *Innovative Project*, 5(11), 24–29. (In Russ.) <http://doi.org/10.17673/IP.2020.5.11.2>
- Zotova, O.Yu. (2023). Subject-spatial and physical urban environment as a condition for the psychological security of urban residents. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 20(2), 352–373. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2023-20-2-352-373>

#### Article history:

Received 24 July 2023

Revised 18 September 2023

Accepted 20 September 2023

#### For citation:

Tuchina, O.R., & Apollonov, I.A. (2023). Visual image of the city in the representations of its citizens: A study of Krasnodar residents. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 20(4), 896–913. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2023-20-4-896-913>

#### Author's contribution:

*Oksana R. Tuchina* – developing the concept and design and conducting the study, analyzing the results. *Ivan A. Apollonov* – writing the text, discussing the results.

#### Conflicts of interest:

The authors declare that there is no conflict of interest.

#### Bio notes:

*Oksana R. Tuchina*, Doctor of Psychology, Associate Professor, Professor of the Department of History, Philosophy and Psychology, Kuban State Technological University (Krasnodar, Russian Federation). ORCID: 0000-0001-5525-7645, SPIN-code: 6989-5374. E-mail: [tuchina@yandex.ru](mailto:tuchina@yandex.ru)

*Ivan A. Apollonov*, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Professor of the Department of History, Philosophy and Psychology, Kuban State Technological University (Krasnodar, Russian Federation). ORCID: 0000-0002-1926-8213, SPIN-code: 7423-6142. E-mail: [obligo@yandex.ru](mailto:obligo@yandex.ru)