

DOI: 10.22363/2313-1683-2026-23-1-107-124

EDN: JHLNST

УДК 159.9

Исследовательская статья

Связь психосемантических оценок визуального образа города и индивидуальных ценностей горожан (на материале исследования жителей Краснодара)

О.Р. Тучина[✉], И.А. Аполлонов^{id}

Кубанский государственный университет, Краснодар, Российская Федерация

✉tuchena@yandex.ru

Аннотация. Образ города, сложившийся в сознании человека, можно рассматривать как организованную семантическую структуру, где образы объектов городской среды пронизаны личностными смыслами и образами внутреннего мира его жителей. Выявление закономерностей ценностной дифференциации образа города представляется актуальной психологической задачей в контексте проблемы исследования культурного кода города. Цель исследования — определить связи индивидуальных ценностей и особенностей восприятия визуального образа города жителями Краснодара. В выборку вошли 390 респондентов, проживающих в Краснодаре не менее трех лет (45,9 % — мужчины). Для диагностики использованы авторский семантический дифференциал из 44 биполярных шкал и сокращенная версия «Личностного опросника изучения индивидуальных ценностей (PVQ-R)» Шварца и др. В результате анализа оценок респондентами визуального образа Краснодара выделены наиболее значимые характеристики: климатические особенности города, городская индивидуальность, черты, характеризующие темп жизни и развития Краснодара, а также признаки приспособленного для повседневной жизни города. Психосемантическая оценка образа Краснодара выявила четыре фактора: «Позитивная оценка города и городской среды», «Динамичность», «Климат» и «Разнообразие». Обнаружены взаимосвязи индивидуальных ценностей жителей Краснодара с психосемантической оценкой образа города: ценности *Традиция*, *Универсализм* и *Благожелательность* положительно связаны с фактором «Позитивная оценка» образа города; ценность *Универсализм* и *Традиция* — с фактором «Динамичность»; ценности *Универсализм* и *Благожелательность* положительно, а *Конформизм* отрицательно связаны с фактором «Климат»; с фактором «Разнообразие» отрицательно связаны ценности *Традиция*, *Конформизм*, *Безопасность*. В целом результаты регрессионного анализа показали, что психосемантическая оценка визуального образа города определяется ценностями из блоков «Сохранение» и «Самоопределение».

Ключевые слова: культурный код города, визуальный образ города, психосемантика, ценности, Краснодар

© Тучина О.Р., Аполлонов И.А., 2026

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

Финансирование. Исследование осуществлено при финансовой поддержке Российского научного фонда и Кубанского научного фонда (проект № 24-18-20075 «Культурный код города: визуальный аспект»).

Для цитирования: Тучина О.Р., Аполлонов И.А. Связь психосемантических оценок визуального образа города и индивидуальных ценностей горожан (на материале исследования жителей Краснодара) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2026. Т. 23. № 1. С. 107–124. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2026-23-1-107-124> EDN: JHLNST

Введение

Город как сложный социокультурный феномен и одна из наиболее важных на сегодняшний день форм человеческого сообщества становится все более актуальным объектом исследования современной науки. В урбанистике в последнее время сформировалась тенденция комплексного исследования города как социокультурного феномена с акцентуацией на его визуально-антропологических параметрах (Аванесов, Федотова, 2022).

Категория «культурный код города» в авторском подходе предполагает рассмотрение города как особой семиосферы, в которой городские объекты предстают культурными символами города как особого мироустройства, его экзистенциальной значимости (Аполлонов, Вандышева, 2025). В визуальном аспекте код города — это выразительная форма репрезентации глубинных смыслов культуры, коннотативно отсылающая к ее ценностям, мифологемам и сакральным нарративам. Отличительной особенностью культурного кода является коммуникативная направленность на трансляцию смыслового содержания и ее освоение человеком. В данном контексте культурный код города предстает интерпретационной матрицей, определяющей возможности прочтения семиотического содержания городского ландшафта и ключом к их пониманию (Тучина, Аполлонов, 2024).

Репрезентация образа города в сознании человека зависит как от социокультурных, так и индивидуально-психологических факторов. Так, личностные особенности могут обуславливать специфическую чувствительность к одним компонентам городской среды и малую восприимчивость к другим (Линч, 1982). Исследование особенностей восприятия городской среды, которую можно охарактеризовать как бытийное пространство личности, где формируются и проявляются ее ценности и смыслы, является важной научной и практической задачей.

Образ города, сложившийся в сознании человека, можно рассматривать как определенным образом организованную семантическую структуру, где образы объектов городской среды пронизаны личностными смыслами и образами внутреннего мира его жителей. Городская среда как семантическое пространство исследуется в рамках психологии субъективной семантики, рассматривающей «семантические коды» (эмоционально окрашенные следы воздействия объекта восприятия на психику человека) как городского пространства в целом, так и его отдельных объектов (Артемьева, 1999; Вырва, Леонтьев, 2015; Габидулина, 2012; Капцевич, 2021, 2022; Озерина, Тимофеев, 2020; Шемелина, Цыганкова, 2016).

В качестве факторов, влияющих на восприятие образа города и отдельных его элементов, исследователи рассматривали социально-психологические и социально-демографические особенности респондентов (Воробьева, Кружкова, 2012; Горелова, 2019; Пидодня, 2006; Пряжникова, Голубь, 2012; Сазонов, 2009; Charehjo, Etesam, Rasoulpour, 2018; Figueiredo et al., 2023; Grum, 2019), особенности городской (Покатиловская, Шибаева, 2019; Чернявская, 2013; Knez et al., 2018) и социокультурной идентичности (Галяпина, Киселева, Аполлонов, 2024).

Отдельно следует отметить работы, в которых образ города, городская среда и ее отдельные объекты рассматриваются в контексте ценностно-смысловых особенностей личности. К ним можно отнести исследования городской среды с позиции предоставляемых ею возможностей для реализации базовых ценностей, что позволяет определить субъективный потенциал города как для конкретного человека, так и для определенных социальных и возрастных групп (Богомаз, Мацута, 2012; Фидря, Фидря, Богомаз, 2017). В ряде работ рассматриваются ценностные основания восприятия памятников и городской скульптуры (Богдановская, Диденко, Королева, 2016), архитектурных объектов (Вырва, Леонтьев, 2015; Капцевич, 2022), храмовых изразцов (Киселева, Галяпина, 2022), наружной городской рекламы (Ванина, Алалыкина, 2013; Гришина, Кукуляр, Гурцкой, 2020).

Несмотря на важность визуального аспекта городской среды, факторы, влияющие на его восприятие, остаются недостаточно исследованными. Выявление закономерностей ценностной дифференциации образа города представляется актуальной психологической задачей в контексте проблемы исследования культурного кода города. Ценности, являясь абстрактными принципами, отражающими базовые потребности и мотивы поведения людей, способствуют формированию визуальных предпочтений в области оценки городской среды. Исследование связи индивидуальных ценностей жителей города и особенностей восприятия городской среды и отдельных ее элементов, представленное в данной статье, позволит расширить представление о городе как бытийном пространстве личности, рассмотрение личности горожанина с позиции субъектного освоения городского пространства.

Теоретической основой исследования является субъектно-бытийный подход, в рамках которого место проживания человека, его жизненное пространство, где происходит формирование личностных смыслов, реализация потребностей, рассматривается как значимое бытийное пространство личности. Данный аспект рассмотрения психологической репрезентации городской пространственно-предметной среды предполагает определить, как представление о городе обусловлено личностно-смысловыми особенностями человека (Тучина, Аполлонов, 2024).

Соответственно, мы полагаем, что восприятие визуального образа города опосредовано личностью городского жителя, его имплицитной теорией мира, представлением о городе и себе как жителе этого города, поэтому в качестве методологической основы исследования используем психосемантический подход, который реализует парадигму «субъектного» подхода к по-

ниманию другого (Вырва, Леонтьев, 2015; Осгуд, Суси, Танненбаум, 1972; Петренко, 2010), и теорию субъективной семантики (Артемьева, 1999; Габидулина, 2012). Реконструкция субъективного образа города возможна путем построения семантических пространств, которые рассматриваются как операциональная модель сознания реципиентов (Петренко, 2010).

В исследовании связи индивидуальных ценностей и психосемантической оценки образа города была использована методология изучения восприятия элементов храмовой культуры, предложенная Н.А. Киселевой и В.Н. Галапиной (Киселева, Галапина, 2022).

На основании анализа литературы были сформулированы следующие исследовательские вопросы:

1) каковы восприятие и психосемантическая оценка визуального образа города жителями Краснодара?

2) какова взаимосвязь индивидуальных ценностей респондентов Краснодара с психосемантической оценкой ими визуального образа города?

Цель работы — исследование связи индивидуальных ценностей и особенностей восприятия визуального образа города Краснодара у постоянно проживающих в нем респондентов.

Процедура и методы исследования

Процедура

На подготовительном этапе было проведено исследование структуры представлений о Краснодаре с использованием ассоциативного эксперимента и прототипического анализа по П. Вержесу (Тучина, 2025b; Тучина, Аполлонов, 2023), на основе результатов которого был создан инструмент исследования города и городской среды — авторский семантический дифференциал, включающий 44 биполярные шкалы (Тучина, 2025a).

На основном этапе исследования респонденты оценивали визуальный образ города по авторским шкалам семантического дифференциала (Тучина, 2025a) и заполняли опросник индивидуальных ценностей (Шварц и др., 2012).

Участники

Выборку исследования составили 390 респондентов, проживающих в Краснодаре не менее трех лет ($M_{\text{age}} = 29,3$, $SD = 6,75$); пол: мужской — 179 человек (45,9 %), женский — 211 (54,1 %); уровень образования: высшее — 16 %, неполное высшее — 70,8 %, среднее специальное — 13,2 %; этническое большинство (русские) — 90 %, этническое меньшинство — 10 %.

Методы и методики

Для исследования восприятия образа города был использован авторский семантический дифференциал, включающий 44 пары противоположных по смыслу прилагательных, полученных в результате первого этапа исследования (Тучина, 2025a; Тучина, 2025b; Тучина, Аполлонов, 2023), оценка от 1 до 7 баллов. Для диагностики ценностей была использована сокращенная версия

«Личностного опросника изучения индивидуальных ценностей (PVQ-R)», состоящая из 21 вопроса (Шварц и др., 2012).

Для *статистической обработки* данных применялся пакет SPSS 23.0. Были использованы методы описательной статистики, частотный анализ, эксплораторный факторный анализ, регрессионный анализ.

Результаты исследования

Для ответа на первый исследовательский вопрос была проанализирована оценка респондентами визуального образа города на основе семантического дифференциала. Средние оценки характеристик образа города были распределены в порядке убывания средних значений, в табл. 1 представлены 28 наиболее значимых для респондентов качеств (среднее значение больше или равно 5,0).

Таблица 1 / Table 1

Психосемантическая оценка визуального образа Краснодара по шкалам семантического дифференциала / Psychosemantic assessment on Krasnodar visual image by semantic differential scales

Полюса шкал семантического дифференциала / Poles of semantic differential scales		Психосемантическая оценка / Psychosemantic assessment	
–	+	<i>M</i>	<i>SD</i>
Прохладный / Cool	Жаркий / Hot	6,08	1,35
Холодный / Frigid	Теплый / Warm	5,85	1,39
Пасмурный / Cloudy	Солнечный / Sunny	5,79	1,39
Не имеющий своей истории / Historyless	Исторический / Historical	5,65	1,55
Некрасивый / Ugly	Красивый / Beautiful	5,56	1,45
Лишенный зелени / Treeless	Зеленый / Green	5,44	1,62
Маленький / Small	Большой / Large	5,42	1,45
Вялый / Sluggish	Энергичный / Energetic	5,39	1,51
Пассивный / Lifeless	Активный / Active	5,39	1,48
Застывший / Frozen	Развивающийся / Progressive	5,36	1,60
Блеклый / Dull	Цветущий / Blooming	5,36	1,47
Спокойный / Calm	Динамичный / Dynamic	5,35	1,48
Темный / Dark	Светлый / Luminous	5,33	1,47
Угасающий / Fading	Расцветающий / Blossoming	5,31	1,49
Пресный / Bland	Атмосферный / Atmospheric	5,28	1,42
Неинтересный / Uninteresting	Интересный / Interesting	5,28	1,57
Тусклый / Dim	Яркий / Bright	5,25	1,55
Несовременный / Outdated	Современный / Modern	5,22	1,48
Неуютный / Uninviting	Уютный / Cozy	5,20	1,55
Слабый / Weak	Сильный / Strong	5,13	1,46
Неухоженный / Unkempt	Ухоженный / Well-Kept	5,12	1,54
Негостеприимный / Inhospitable	Гостеприимный / Welcoming	5,11	1,65
Некомфортный / Uncomfortable	Комфортный / Comfortable	5,11	1,60
Монотонный / Monotonous	Ритмичный / Rhythmic	5,08	1,62
Унылый / Dreary	Веселый / Cheerful	5,08	1,54
Экзотичный / Exotic	Привычный / Customary	5,05	1,57
Отталкивающий / Repulsive	Притягивающий / Attractive	5,02	1,58
Типичный / Typical	Уникальный / Unique	5,00	1,60

По результатам анализа оценок жителями Краснодара визуального образа города можно утверждать, что наиболее значимыми являются характеристики, связанные с его климатическими особенностями (жаркий, теплый, солнечный). Вместе с тем жители высоко оценили качества, связанные с городской индивидуальностью (исторический, красивый, интересный, уникальный, атмосферный). Высокую оценку также получили свойства, характеризующие темп жизни и развития Краснодара (большой, энергичный, активный, развивающийся, динамичный, современный, сильный, ритмичный, веселый, расцветающий). Значимыми для краснодарцев являются признаки комфортного для повседневной жизни города (зеленый, уютный, ухоженный, гостеприимный, комфортный, привычный).

Для снижения размерности шкал и структурирования образа, полученного при психосемантической оценке, был проведен эксплораторный факторный анализ с использованием метода главных компонент с варимакс-вращением и нормализацией Кайзера. Вращение сошлось за 7 итераций, в результате получено четырехфакторное решение, объясняющее 64,7 % дисперсии (табл. 2).

Первый, наиболее сильный фактор (37,8 % дисперсии) в соответствии с традиционным семантическим критерием «Оценка», выделенным Ч. Осгудом, мы назвали «Позитивная оценка города и городской среды», так как в восприятии образа города у реципиентов доминировали оценочные характеристики. Это оценка связана с качеством городской среды (уютный, комфортный, ухоженный, чистый, зеленый), неповторимой атмосферой города (атмосферный, добрый, веселый, яркий, гостеприимный, культурный, интересный), силой и интенсивностью (сильный, яркий, светлый, свежий) и городской безопасностью. Второй фактор оценки образа города (17,2 % дисперсии), опираясь на базисный фактор Ч. Осгуда «Активность», мы назвали «Динамичность», поскольку он включает не только признаки активности (активный, энергичный), но и динамики изменений (динамичный, изменчивый, ритмичный, современный, быстрый, развивающийся), а также размер города (большой). Третий фактор (5,3 % дисперсии) включает шкалы, характеризующие природно-климатические особенности города (жаркий, теплый, солнечный), и носит нейтральный в эмоциональном отношении характер, он был условно назван «Климат». Четвертый фактор (4,4 % дисперсии) содержит четыре семантических дескриптора (многонациональный, эклектичный, многолюдный, шумный) и был назван «Разнообразие». Данный фактор характеризует сложность и разнообразие визуального облика города, как в этнокультурном, так и в архитектурно-пространственном аспектах.

На следующем этапе, для ответа на второй исследовательский вопрос, была проанализирована связь социально-демографических характеристик и индивидуальных ценностей респондентов с факторами оценки визуального образа города, полученными в результате эксплораторного факторного анализа. Был проведен регрессионный анализ, где в качестве зависимой переменной выступали факторы оценки образа города, а независимых — социально-

демографические характеристики и ценности респондентов (табл. 3). В таблице представлены только значимые предикторы и не включены характеристики (возраст и уровень образования) и ценности, которые не имеют значимых связей с выделенными факторами.

Таблица 2 / Table 2

**Результаты факторного анализа оценок визуального образа Краснодара /
Factor analysis results of assessments on Krasnodar visual image**

Шкалы семантического дифференциала / Semantic differential scales		Факторы / Factors			
		1	2	3	4
Неуютный / Uninviting	Уютный / Cozy	0,726	–	–	–
Некомфортный / Uncomfortable	Комфортный / Comfortable	0,714	–	–	–
Злой / Angry	Добрый / Friendly	0,689	–	–	–
Отталкивающий / Repulsive	Притягивающий / Attractive	0,689	–	–	–
Неухоженный / Unkempt	Ухоженный / Well-Kept	0,681	–	–	–
Блеклый / Dull	Цветущий / Blooming	0,675	–	–	–
Грязный / Dirty	Чистый / Clean	0,661	–	–	–
Опасный / Dangerous	Безопасный / Safe	0,654	–	–	–
Унылый / Dreary	Веселый / Cheerful	0,647	–	–	–
Негостеприимный / Inhospitable	Гостеприимный / Welcoming	0,632	–	–	–
Невежественный / Ignorant	Культурный / Cultural	0,611	–	–	–
Неинтересный / Uninteresting	Интересный / Interesting	0,608	–	–	–
Угасающий / Fading	Расцветающий / Blossoming	0,602	–	–	–
Некрасивый / Ugly	Красивый / Beautiful	0,595	–	–	–
Слабый / Weak	Сильный / Strong	0,583	–	–	–
Тусклый / Dim	Яркий / Bright	0,582	–	–	–
Пресный / Bland	Атмосферный / Atmospheric	0,562	–	–	–
Типичный / Typical	Уникальный / Unique	0,562	–	–	–
Душный / Stuffy	Свежий / Fresh	0,554	–	–	–
Темный / Dark	Светлый / Luminous	0,518	–	–	–
Лишенный зелени / Treeless	Зеленый / Green	0,509	–	–	–
Пыльный / Dusty	Сияющий чистотой / Sparkling Clean	0,501	–	–	–
Пассивный / Lifeless	Активный / Active	–	0,734	–	–
Спокойный / Calm	Динамичный / Dynamic	–	0,728	–	–
Постоянный / Unchanging	Изменчивый / Ever-Changing	–	0,679	–	–
Монотонный / Monotonous	Ритмичный / Rhythmic	–	0,676	–	–
Вялый / Sluggish	Энергичный / Energetic	–	0,675	–	–
Несовременный / Outdated	Современный / Modern	–	0,645	–	–
Медленный / Slow	Быстрый / Fast	–	0,643	–	–
Застывший / Frozen	Развивающийся / Progressive	–	0,595	–	–
Маленький / Small	Большой / Large	–	0,504	–	–
Прохладный / Cool	Жаркий / Hot	–	–	0,828	–
Холодный / Frigid	Теплый / Warm	–	–	0,786	–
Пасмурный / Cloudy	Солнечный / Sunny	–	–	0,646	–
Моноэтнический / Ethnically Homogeneous	Многонациональный / Multi- national	–	–	–	0,714
Единообразный / Featureless	Эклектичный / Eclectic	–	–	–	0,667
Немноголюдный / Uncrowded	Многолюдный / Crowded	–	–	–	0,634
Тихий / Silent	Шумный / Noisy	–	–	–	0,603
% объясняемой дисперсии / % of explained variance		37,8	17,2	5,3	4,4

Примечание. В таблице представлены факторные нагрузки > 0,5.

Note. The table shows factor loadings > 0.5.

Таблица 3 / Table 3

Результаты регрессионного анализа социально-демографических характеристик и ценностей респондентов как предикторов психосемантических факторов оценки визуального образа Краснодара / Regression analysis results of respondents' socio-demographic characteristics and values as predictors of psychosemantic factors in assessing Krasnodar visual image

Предикторы / Predictors	Факторы оценки визуального образа города / Factors in assessing Krasnodar visual image			
	1	2	3	4
	β	β	β	β
Социально-демографические характеристики / Socio-demographic characteristics				
Пол (1 — мужской, 2 — женский)	—	–0,132*	—	–0,147**
Длительность проживания	—	—	–0,157**	—
Ценности / Values				
Традиция / Tradition	0,152**	0,099†	—	–0,110*
Универсализм / Universalism	0,124*	0,188**	0,161**	—
Благожелательность / Benevolence	0,143*	—	0,129*	—
Конформизм / Conformity	—	—	–0,136**	–0,125*
Безопасность / Security	—	—	—	–0,195***
Характеристики моделей / Model characteristics				
R²	0,22	0,20	0,21	0,11
F	17,5***	9,3***	8,3***	7,6**

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$, † $p = 0,06$

Как показали результаты регрессионного анализа, ценностными детерминантами оценки образа города являются ценности из блоков «Сохранение» и «Самоопределение», связей с ценностями из блоков «Самоутверждение» и «Открытость изменениям» не выявлено. Положительными значимыми предикторами фактора «Позитивная оценка города и городской среды» являются ценности *Традиция*, *Универсализм* и *Благожелательность*, фактора «Динамичность» — ценности *Универсализм* и *Традиция* (на уровне тенденции). Для фактора «Климат» положительными предикторами являются *Универсализм* и *Благожелательность*, отрицательным — *Конформизм*. Для фактора «Разнообразие» отрицательными предикторами выступают только ценности из блока «Сохранение» — *Традиция*, *Конформизм* и *Безопасность*. Из социально-демографических характеристик женский пол является отрицательным предиктором факторов «Динамичность» и «Разнообразие», а длительность проживания респондентов в Краснодаре — отрицательным предиктором фактора «Климат».

Обсуждение результатов

Проведенное исследование особенностей восприятия и психосемантической оценки визуального образа города жителями Краснодара (первый исследовательский вопрос) показало, что наиболее значимыми характеристиками визуального образа Краснодара для его жителей являются те, что связаны с климатическими особенностями, а также качества, характеризующие индивидуальность города и высокий темп жизни. Значимыми для краснодарцев являются и признаки комфортной городской повседневности (зеленый, уют-

ный, ухоженный и т.д.). Результаты этого этапа исследования во многом согласуются с результатами предварительного этапа исследования представлений о визуальном образе Краснодара, на котором было выявлено, что в центре представлений находится архитектурный ансамбль, создающий неповторимый стиль города, и визуальные характеристики хорошо спланированного и организованного повседневного городского пространства (Тучина, Аполлонов, 2023). Следует сказать, что образ Краснодара по сравнению с другими исследуемыми российскими городами характеризуется более высокими позитивными оценками (Воробьева, Кружкова, 2012; Горелова, 2019; Долгова, 2016; Покатиловская, Шибаева, 2019).

Установлено, что семантическое пространство оценки визуального образа города жителями Краснодара включает четыре фактора. Первый фактор, «Позитивная оценка города и городской среды», характеризует повседневный комфорт, городскую атмосферу и безопасность городской среды. Выделенный параметр оценки образа города во многом подтверждает результаты исследований в области безопасности городской среды, выявивших, что психологическую безопасность горожан формируют такие параметры, как упорядоченная среда, ухоженность и порядок, а также наличие зеленых зон (Зотова, 2023; Смолова, 2015; Kuo, Sullivan, 2001; Negami et al., 2018; Rotton, Cohn, 2002). Второй фактор оценки образа города, «Динамичность», включает признаки активности и динамики городских изменений, характеризуя большой современный город. Третий фактор, «Климат», описывает природно-климатические особенности города (жаркий, теплый, солнечный). Как показано в ряде работ, климат не только объективно формирует особенности городской среды, но и влияет на субъективные образы и воспоминания людей о городе (Knez, 2005; Rotton, Cohn, 2002). Четвертый фактор, «Разнообразие», характеризует сложность и разнообразие визуального облика города.

Для ответа на второй исследовательский вопрос о связях индивидуальных ценностей респондентов Краснодара с психосемантической оценкой ими визуального образа города был проведен регрессионный анализ, где предикторами выступали социально-демографические характеристики и индивидуальные ценности жителей Краснодара, а зависимыми переменными — факторы семантического дифференциала оценки визуального образа города. Как показали результаты исследования, на фактор «Позитивная оценка города и городской среды» образа города положительно влияет уровень выраженности ценностей *Традиция*, *Универсализм* и *Благожелательность*. Соответственно, респонденты Краснодара, ориентированные на сохранение традиций и обычаев своей культуры, ценящие социальное равенство и толерантность, преданные своей группе, стремящиеся к ее благополучию, склонны к восприятию образа города как более комфортного, атмосферного и безопасного.

Фактор оценки образа города «Динамичность» положительно связан с ценностью *Универсализм* и на уровне тенденции с ценностью *Традиция*. Следовательно, высокий уровень выраженности ценности *Универсализм*, предполагающей стремление к равенству и справедливости, заботу об окружающей среде, понимание и принятие других, способствует представлению

о городе как большом, активном, стремительно развивающемся. Связь на уровне тенденции данного фактора с ценностью *Традиция* может говорить о том, что сформировалось поколение горожан, для которых привычным является образ Краснодара как динамично развивающегося мегаполиса. Данные результаты требуют дальнейшего уточнения путем сравнения образа города у респондентов из разных возрастных групп.

Фактор «Климат» положительно связан с ценностями *Универсализм* и *Благожелательность*, отрицательно — с ценностью *Конформизм*. Можно предположить, что стремление к принятию окружающего мира и других людей способствует тому, чтобы принимать климатические особенности южного города, а тенденция к избеганию проблем с другими людьми способствует восприятию города как более климатически нейтрального.

На фактор психосемантической оценки «Разнообразие» оказывают отрицательное влияние ценности из блока «Сохранение» (*Традиция*, *Конформизм*, *Безопасность*). Ориентация на сохранение традиций, конформизм и поддержание личной и общественной безопасности связаны с тем, что человек не хочет что-то менять в окружающем мире, стремится к стабильности и упорядоченности, поэтому данные ценности стимулируют восприятие и оценку городского пространства как более однообразного, привычного, не вызывающего тревогу и опасения.

В процессе анализа были установлены взаимосвязи между полом и такими факторами психосемантической оценки образа города, как «Динамичность» и «Разнообразие»: женщины предпочитают более размеренный темп жизни и меньшее разнообразие, что соответствует результатам исследований, связывающих данный факт с их большей уязвимостью в городской среде (Beebejaun, 2017; Tacoli, Satterthwaite, 2013). Также выявлена отрицательная связь между длительностью проживания респондентов и климатическим фактором оценки образа города, что можно объяснить периодом адаптации к новым погодным и климатическим условиям. Однако данные результаты не являются предметом данного исследования и требуют дополнительного теоретического анализа.

Заключение

Таким образом, по результатам анализа оценок жителями Краснодара визуального образа города можно утверждать, что наиболее значимыми являются характеристики, связанные с его климатическими особенностями, городской индивидуальностью, характеризующие темп жизни и развития Краснодара, а также признаки комфортного для повседневной жизни города.

Параметры психосемантической оценки образа Краснодара объединяются в четыре фактора: «Позитивная оценка города и городской среды», «Динамичность», «Климат» и «Разнообразие» (факторы перечислены в порядке убывания веса объясненной дисперсии).

Выявлена роль индивидуальных ценностей респондентов как предикторов оценки образа города проживания. Ценности *Традиция*, *Универсализм* и *Благожелательность* положительно связаны с фактором «Позитивная оценка города и городской среды» образа города; ценность *Универсализм*

и *Традиция* (на уровне тенденции) — с фактором «Динамичность»; ценности *Универсализм* и *Благожелательность* положительно и *Конформизм* отрицательно — с фактором «Климат»; ценности *Традиция*, *Конформизм*, *Безопасность* отрицательно связаны с фактором «Разнообразие». Таким образом, репрезентация визуального образа города в сознании его жителей в большей степени детерминирована выраженностью ценностей из блоков «Сохранение» и «Самоопределение».

Ограничения результатов исследования состоят в особенностях выборки, состоящей только из постоянных жителей Краснодара. Дальнейшие исследования предполагают сравнение образа города в выборке постоянных жителей и его гостей с использованием количественных и качественных методов. Также в дальнейшем предполагается рассмотрение и эмпирическое исследование визуального аспекта культурного кода города на примере городов разного типа: столицы региона, курортного города, небольшого промышленного города.

Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности их использования в экскурсионно-туристической, а также образовательно-развивающей и духовно-просветительской деятельности в городском пространстве. В частности, результаты исследования были использованы при организации и проведении коллективом научного проекта ряда мероприятий, способствующих формированию и укреплению городской идентичности: молодежного конкурса «Образ города» (художественно-графический факультет КубГУ), конкурса юных художников — учащихся художественных школ и студий города Краснодара «Я рисую город» и др.

Список литературы

- Аванесов С.С., Федотова Н.Г. Город: в поисках идентичности. Санкт-Петербург : Алетейя, 2022. 408 с. EDN: [QPQUNQ](#)
- Аполлонов И.А., Вандышева А.В. Культурный код города в контексте взаимосвязи вербальных и визуальных текстов (на примере Краснодара) // Слово.ру: балтийский акцент. 2025. Т. 16. № 4. С. 109–131. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2025-4-6> EDN: [RPYDPQ](#)
- Артемьева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики. Москва : Смысл, 1999. 350 с.
- Богдановская И.М., Диденко П.А., Королева Н.Н. Вербальная семантика представлений о городских памятниках у молодежи мегаполиса // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2016. № 4-1. С. 67-77. EDN: [VLACMB](#)
- Богомаз С.А., Мацута В.В. Субъективная оценка реализуемости базисных ценностей в городской среде // Сибирский психологический журнал. 2012. № 46. С. 67–75. EDN: [PVHEDT](#)
- Ванина О.Е., Алалыкина Г.С. Особенности восприятия социальной рекламы в зависимости от личностных характеристик и ценностных ориентаций студентов // Теория и практика общественного развития. 2013. № 11. С. 121–124. EDN: [RRUALJ](#)
- Воробьева И.В., Кружкова О.В. Психология городской среды. Екатеринбург : РГППУ, 2012. 243 с. EDN: [QOOMJJ](#)
- Вырва А.Ю., Леонтьев Д.А. Возможности субъективно-семантических методов в исследовании восприятия архитектуры // Культурно-историческая психология. 2015. Т. 11. № 4. С. 96–111. <https://doi.org/10.17759/chp.2015110409> EDN: [VGHTID](#)

- Габидулина С.Э. Психология городской среды. Москва : Смысл, 2012. 152 с.
- Галяпина В.Н., Киселева Н.А., Аполлонов И.А. Роль культурной идентичности в восприятии элементов храмовой архитектуры // Человек. 2024. Т. 35. № 5. С. 145–163. <https://doi.org/10.31857/S0236200724050085> EDN: **PJKLTH**
- Горелова Ю.Р. Образ города в восприятии горожан. Москва : Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева, 2019. 154 с. EDN: **LBVXQU**
- Гришина А.В., Кукуляр А.М., Гурцкой Д.А. Особенности ценностно-смысловой сферы студентов, влияющие на восприятие социальной рекламы // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. Т. 8. № 1. С. 47. EDN: **APVKFA**
- Долгова Н.В. Психосемантический анализ обыденных представлений москвичей о городе // Социально-психологические исследования города / отв. ред.: Т.В. Дробышева, А.Л. Журавлев. Москва : Институт психологии РАН, 2016. С. 49–60. EDN: **VYVAKN**
- 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. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2023-20-2-352-373> EDN: **XKCMIS**
- Капцевич О.А. Психологические эффекты визуального восприятия городской среды: систематический обзор // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2021. Т. 18. № 3. С. 575–597. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2021-3-575-597> EDN: **AKMODL**
- Капцевич О.А. Семантические аспекты восприятия объектов городской среды по данным ассоциативного эксперимента // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2022. № 204. С. 115–128. <https://doi.org/10.33910/1992-6464-2022-204-115-128> EDN: **KTSTV**
- Киселева Н.А., Галяпина В.Н. Взаимосвязь индивидуальных ценностей и психосемантической оценки архитектурных храмовых изразцов // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2022. Т. 19. № 4. С. 784–804. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2022-4-784-804> EDN: **WGEDZX**
- Линч К. Образ города / пер. с англ. В.Л. Глазычева; сост. А.В. Иконников; под ред. А.В. Иконникова. Москва : Стройиздат, 1982. 328 с.
- Озерина А.А., Тимофеев Н.Е. Визуальный образ города в представлении студентов (на примере города Волгограда) // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. 2020. № 3. С. 516–521. <https://doi.org/10.33910/herzenpsyconf-2020-3-95> EDN: **НОЕВІН**
- Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам // Семиотика и искусствоведение / сост. и ред. Ю.М. Лотман, В.М. Петров. Москва : Мир, 1972. С. 278–297.
- Петренко В.Ф. Основы психосемантики / 3-е изд. Москва : Эксмо, 2010. 480 с.
- Пидодня Ю.А. Психологическая специфика образа города в различных социальных группах: автореферат дис. ... канд. психол. наук. Самара : СГПУ, 2006. 24 с. EDN: **NKIASZ**
- Покатиловская Е.Н., Шибеева Л.В. Образ города проживания в представлениях жителей с разной городской идентичностью // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 2 (14). С. 192–209. EDN: **OZRBPA**
- Пряжникова Е.Ю., Голубь О.В. Роль восприятия городской среды в адаптации подростков // Психологическая наука и образование psyedu.ru. 2012. Т. 4. № 4. С. 230–240. EDN: **PSDVYX**
- Сазонов Д. Н. Социально-психологические особенности репрезентации городской пространственно-предметной среды у жителей города : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Курск : КГУ, 2009. 22 с. EDN: **NKRUPU**

- Смолова Л.В. Психология взаимодействия с окружающей средой (экологическая психология). 2-е изд., стер. Москва : ФЛИНТА, 2015. 711 с. EDN: VTZWVW
- Тучина О.Р. Городская среда как фактор психологического благополучия горожан (на материале исследования респондентов Краснодара) // Актуальные вопросы психологии личности: идентичность и адаптация : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. Ереван : Изд-во РАУ, 2025а. С. 578–584. EDN: WRBRLO
- Тучина О.Р. Образ города и городская идентичность (на материале исследования молодежи городов Краснодарского края) // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2025б. Т. 10. № 2 (38). С. 212–232. https://doi.org/10.38098/ipran.sep_2025_38_2_09 EDN: MZAVIY
- 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. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2023-20-4-896-913> EDN: YERTEE
- Тучина О.Р., Аполлонов И.А. Исследование ценностных оснований идентичности с местом проживания: субъектный подход // Российский психологический журнал. 2024. Т. 21. № 3. С. 92–111. <https://doi.org/10.21702/rpj.2024.3.6> EDN: ZWVUZX
- Фидря Е.С., Фидря О.О., Богомаз С.А. Характеристики «среды жизнеосуществления» города и реализация жизненных ценностей молодежи // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2017. № 37. С. 184–195. <https://doi.org/10.17223/1998863X/37/18> EDN: YLECSZ
- Чернявская О.С. Нижний Новгород глазами нижегородцев: внутренний образ города // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2013. № 1 (29). С. 69–76. EDN: QLIBFX
- Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Лунатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9. № 2. С. 43–70. EDN: QYXAEH
- Шемелина О.С., Цыганкова О.Е. Образы «города-мечты» и реального города в представлении жителей крупного и малого городов // Социально-психологические исследования города / отв. ред.: Т.В. Дробышева, А.Л. Журавлев. Москва : Институт психологии РАН, 2016. С. 27–48. EDN: TTSXTN
- Beebeejaun Y. Gender, urban space, and the right to everyday life // Journal of Urban Affairs. 2017. Vol. 39. No. 3. P. 323–334. <https://doi.org/10.1080/07352166.2016.1255526>
- Charehjo F., Etesam I., Rasoulpour H. The roll of environmental psychology in architecture and urban design // Journal of Architecture and Construction. 2018. Vol. 1. No. 2. P. 11–15.
- Figueiredo M., Eloy S., Marques S., Dias L. Older people perceptions on the built environment: A scoping review // Applied Ergonomics. 2023. Vol. 108. Article no. 103951. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2022.103951> EDN: RWDJAO
- Grum B. Differences in perceptions of the living environment by respondent age // Urbani Izziv. 2019. Vol. 30. No. 2. P. 85–94. <https://doi.org/10.5379/urbani-izziv-en-2019-30-02-002> EDN: DVYZBP
- Knez I. Attachment and identity as related to a place and its perceived climate // Journal of Environmental Psychology. 2005. Vol. 25. No. 2. P. 207–218. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.03.003>
- Knez I., Ode Sang Å., Gunnarsson B., Hedblom M. Wellbeing in urban greenery: The role of naturalness and place identity // Frontiers in Psychology. 2018. Vol. 9. Article no. 491. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00491> EDN: VHBFXF
- Kuo F.E., Sullivan W.C. Environment and crime in the inner city: Does vegetation reduce crime? // Environment and Behavior. 2001. Vol. 33. No. 3. P. 343–367. <https://doi.org/10.1177/0013916501333002> EDN: JRMELB

- 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. P. 106–115. <https://doi.org/10.1080/23748834.2018.1548257>
- Rotton J., Cohn E.G. Climate, weather, and crime // *Handbook of Environmental Psychology* / ed. by R. Bechtel, A. Churchman. New York : John Wiley & Sons, Inc., 2002. P. 481–498.
- Tacoli C., Satterthwaite D. Gender and urban change // *Environment and Urbanization*. 2013. Vol. 25. No. 1. P. 3–8. <https://doi.org/10.1177/0956247813479086>

Вклад авторов: О.Р. Тучина — концепция, дизайн исследования, проведение исследования, анализ результатов, написание и редактирование текста; Аполлонов И.А. — анализ и обсуждение результатов, написание и редактирование текста. Все авторы ознакомлены с окончательной версией статьи и одобрили ее.

Заявление о конфликте интересов:

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Сведения об авторах:

Тучина Оксана Роальдовна, доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры психологии личности и общей психологии, Кубанский государственный университет (Российская Федерация, 350040, Краснодар, ул. Ставропольская, 149). ORCID: [0000-0001-5525-7645](https://orcid.org/0000-0001-5525-7645); eLibrary SPIN-код: 6989-5374. E-mail: tuchena@yandex.ru

Аполлонов Иван Александрович, доктор философских наук, доцент, профессор кафедры графики, Кубанский государственный университет (Российская Федерация, 350040, Краснодар, ул. Ставропольская, 149). ORCID: [0000-0002-1926-8213](https://orcid.org/0000-0002-1926-8213); eLibrary SPIN-код: 7423-6142. E-mail: oblgo@yandex.ru

История статьи:

Поступила в редакцию 16 января 2025 г.

Доработана после рецензирования 30 апреля 2025 г.

Принята к печати 12 июня 2025 г.

DOI: 10.22363/2313-1683-2026-23-1-107-124

EDN: JHLNST

UDC 159.9

Research article

Relationship between of the City Visual Image Psychosemantic Assessments and Individual Values of Its Citizens: A Study of Krasnodar Residents

Oksana R. Tuchina , Ivan A. Apollonov 

Kuban State University, Krasnodar, Russian Federation

Abstract. The image of a city formed in a person's mind can be viewed as a semantic structure, where images of urban environment objects are permeated with personal meanings and images of the inner world of its inhabitants. Identifying the patterns of value-based

differentiation of the city's image appears to be a relevant psychological task within the context of researching the city cultural code. The purpose of this study is to determine the relationship between the perception of the city's visual image and individual values among Krasnodar residents. The sample included 390 respondents (45.9% is male) who had lived in Krasnodar for at least three years. The authors' semantic differential (44 bipolar scales) and an abbreviated version of the Personality Values Questionnaire (PVQ-R) by Schwartz et al. were used for the measurement. An analysis of respondents' assessments of Krasnodar visual image revealed the most significant characteristics: climate features, unique character of the city, traits characterizing the pace of life and development of Krasnodar, and attributes of a city suited to everyday life. A psychosemantic assessment of Krasnodar image revealed four factors: "Positive Assessment of the City and Urban Environment", "Dynamism", "Climate", and "Diversity". The relationship were found between the individual values of Krasnodar residents and its psychosemantic assessment of the city image: Tradition, Universalism, and Benevolence were positively associated with the "Positive Assessment of the City and Urban Environment" factor of the city image; Universalism and Tradition were positively associated with the "Dynamism" factor; Universalism and Benevolence were positively associated, while Conformism was negatively associated with the "Climate" factor; and Tradition, Conformism, and Security were negatively associated with the "Diversity" factor. Overall, the regression analysis results showed that the psychosemantic assessment of the city's visual image is determined by the values in the "Conservation" and "Self-Transcendence" blocks.

Keywords: cultural code of the city, visual image of the city, psychosemantics, values, Krasnodar.

Funding. The research was carried out with the financial support of the Russian Science Foundation and Kuban Science Foundation (project no. 24-18-20075 "Cultural code of the city: visual aspect").

For citation: Tuchina, O.R., & Apollonov, I.A. (2026). Relationship between of the city visual image psychosemantic assessments and individual values of its citizens: A study of Krasnodar residents. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 23(1), 107–124. (In Russ.). <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2026-23-1-107-124> EDN: JHLNST

References

- Apollonov, I.A., & Vandyшева, A.V. (2025). Cultural code of the city: the interrelation of verbal and visual texts. *Slovo.Ru: Baltic Accent*, 16(4), 109–131. (In Russ.). <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2025-4-6>
- Artem'eva, E.Yu. (1999). *Fundamentals of the psychology of subjective semantics*. Moscow: Smysl Publ. (In Russ.).
- Avanesov, S.S., & Fedotova, N.G. (2022). *City: In search of identity*. Saint Petersburg: Aleteiya Publ. (In Russ.).
- Beebeejaun, Y. (2017). Gender, urban space, and the right to everyday life. *Journal of Urban Affairs*, 39(3), 323–334. <https://doi.org/10.1080/07352166.2016.1255526>
- Bogdanovskaya, I.M., Didenko, P.A., & Koroleva, N.N. (2016). Verbal semantic representations of urban monuments of youth in the metropolis. *Pushkin Leningrad State University Journal*, (4-1), 67–77. (In Russ.).
- Bogomaz, S.A., & Matsuta, V.V. (2012). Subjective evaluation of basic value's realizability in urban environment. *Sibirskiy Psikhologicheskii Zhurnal*, (46), 67–75. (In Russ.).
- Charehjoo, F., Etesam, I., & Rasoulpour, H. (2018). The roll of environmental psychology in architecture and urban design. *Journal of Architecture and Construction*, 1(2), 11–15.
- Chernyavskaya, O.S. (2013). Nizhny Novgorod as citizens see it: Inside image of the city. *Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod. Series: Social Sciences*, (1), 69–76. (In Russ.).

- Dolgova, N.V. (2016). Psychosemantic analysis of Moscovites' regular representations of the city. In T.V. Drobysheva, A.L. Zhuravlev (Eds.), *Social-psychological studies of the city* (pp. 49–60). Moscow: Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences Publ. (In Russ.).
- Fidrya, E.S., Fidrya, O.O., & Bogomaz, S.A. (2017). Characteristics of the urban “life fulfilment environment” and the possibility for the realization of the youth’s life values. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya*, (37), 184–195. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/1998863X/37/18>
- Figueiredo, M., Eloy, S., Marques, S., & Dias, L. (2023). Older people perceptions on the built environment: A scoping review. *Applied Ergonomics*, 108, 103951. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2022.103951>
- Gabidulina, S.E. (2012). *Psychology of the urban environment*. Moscow: Smysl Publ. (In Russ.).
- Galyapina, V.N., Kiseleva, N.A., & Apollonov, I.A. (2024). The role of cultural identity in the perception of temple architecture elements. *Chelovek*, 35(5), 145–163. (In Russ.). <https://doi.org/10.31857/s0236200724050085>
- Gorelova, Yu.R. (2019). *The image of the city in the perception of citizens*. Moscow: Likhachev Russian Research Institute for Cultural and Natural Heritage Publ. (In Russ.).
- Grishina, A.V., Kukulyar, A.M., & Gurtsoj, D.A. (2020). Features of the students' value-semantic sphere, affecting the perception of social advertising. *World of Science. Pedagogy and Psychology*, 8(1), 47. (In Russ.).
- Grum, B. (2019). Differences in perceptions of the living environment by respondent age. *Urbani Izziv*, 30(2), 85–94. <https://doi.org/10.5379/urbani-izziv-en-2019-30-02-002>
- Kaptsevich, O.A. (2021). Psychological effects of urban environment visual perception: A systematic review. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 18(3), 575–597. (In Russ.). <https://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://doi.org/10.33910/1992-6464-2022-204-115-128>
- Kiseleva, N.A., & Galyapina, V.N. (2022). Relationship of individual values and psychosemantic evaluation of images of architectural temple tiles. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 19(4), 784–804. (In Russ.). <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2022-4-784-804>
- Knez, I. (2005). Attachment and identity as related to a place and its perceived climate. *Journal of Environmental Psychology*, 25(2), 207–218. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.03.003>
- Knez, I., Ode Sang, Å., Gunnarsson, B., & Hedblom, M. (2018). Wellbeing in urban greenery: The role of naturalness and place identity. *Frontiers in Psychology*, 9, 491. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00491>
- Kuo, F.E., & Sullivan, W.C. (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>
- Lynch, K. (1982). *The image of the city*. Moscow: Stroiizdat Publ. (In Russ.).
- 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>
- Osgood, C.E., Suci, G.J., & Tannenbaum, P.H. (1972). Application of the semantic differential technique to research in aesthetics and related problems. In Yu.M. Lotman, V.M. Petrov (Eds.), *Semiotics and artometry* (pp. 278–297). Moscow: Mir Publ. (In Russ.).
- Ozerina, A.A., & Timofeev, N.E. (2020). The visual image of a city perceived by students (on the example of Volgograd). *The Herzen University Studies: Psychology in Education*, (3), 516–521. (In Russ.). <https://doi.org/10.33910/herzenpsyconf-2020-3-95>

- Petrenko, V.F. (2010). *Fundamentals of psychosemantics* (3rd ed.). Moscow: Eksmo Publ. (In Russ.).
- Pidodnya, Yu.A. (2006). *Psychological specificity of the image of the city in various social groups. Ph.D. in Psychology Thesis abstract*. Samara: Samara State Pedagogical University. (In Russ.).
- Pokatilovskaya, E.N., & Shibaeva, L.V. (2019). Image of a city of accommodation in representations of residents with different city identity. *Institute of Psychology Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology*, 4(2), 192–209. (In Russ.).
- Pryazhnikova, E.Yu., & Golub, O.V. (2012). The role of urban environment perception in adolescents' adjustment. *Psychological Science and Education psyedu.ru*, 4(4), 230–240. (In Russ.).
- Rotton, J., & Cohn, E.G. (2002). Climate, weather, and crime. In R.B. Bechtel & A. Churchman (Eds.), *Handbook of Environmental Psychology* (pp. 481–498). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sazonov, D.N. (2009). Social and psychological features of the representation of the spatial-objective environment in city residents. *Ph.D. in Psychology Thesis abstract Ph.D. in Psychology Thesis abstract*. Kursk: Kursk State University. (In Russ.).
- Schwartz, Sh., Butenko, T.P., Sedova, D.S., & Lipatova, A.S. (2012). Theory of basic personal values: Validation in Russia. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 9(2), 43–70. (In Russ.).
- Shemelina, 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. In T.V. Drobysheva, A.L. Zhuravlev (Eds.), *Social-psychological studies of the city* (pp. 27–48). Moscow : Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences Publ. (In Russ.).
- Smolova, L.V. (2015). *Psychology of interaction with the environment (ecological psychology)* (2nd ed.). Moscow: FLINTA Publ. (In Russ.).
- Tacoli, C., & Satterthwaite, D. (2013). Gender and urban change. *Environment and Urbanization*, 25(1), 3–8. <https://doi.org/10.1177/0956247813479086>
- Tuchina, O.R. (2025b). City image and city identity (based on the research of youth in the cities of Krasnodar region). *Institute of Psychology Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology*, 10(2), 212–232. (In Russ.). https://doi.org/10.38098/ipran.sep_2025_38_2_09
- Tuchina, O.R. (2025a). Urban environment as a factor of psychological wellbeing of city residents (based on a study of respondents from Krasnodar). *Current Issues in Personality Psychology: Identity and Adaptation. Conference Proceedings* (pp. 578–584). Yerevan: Russian-Armenian University Publ. (In Russ.).
- 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.). <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2023-20-4-896-913>
- Tuchina, O.R., & Apollonov, I.A. (2024). Study of value foundations of place identity: a subject approach. *Russian Psychological Journal*, 21(3), 92–111. (In Russ.). <https://doi.org/10.21702/rpj.2024.3.6>
- Vanina, O.E., & Alalykina, G.S. (2013). Specifics of social advertising perception according to personal characteristics and value systems of students. *Theory and Practice of Social Development*, (11), 121–124. (In Russ.).
- Vorob'eva, I.V., & Kruzhkova, O.V. (2012). *Psychology of the urban environment*. Ekaterinburg: Russian State Professional Pedagogical University Publ. (In Russ.).
- Vyrva, A.Yu., & Leontiev, D.A. (2015). The potential of subjective semantic methods in exploring the perception of architecture. *Cultural-Historical Psychology*, 11(4), 96–111. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/chp.2015110409>
- 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.). <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2023-20-2-352-373>

Authors' contribution:

Oksana R. Tuchina — concept and design of the study, data collection, analysis of the results, text writing and editing; *Ivan A. Apollonov* — analysis and discussing of the results, text writing and editing. All authors have read and approved the final version of the article.

Conflicts of interest:

The authors declare that there is no conflict of interest.

Bio notes:

Oksana R. Tuchina, D.Sc. in Psychology, Associate Professor, Professor at the Department of Personality Psychology and General Psychology, Kuban State University (149 Stavropolskaya St, Krasnodar, 350040, Russian Federation). ORCID: [0000-0001-5525-7645](https://orcid.org/0000-0001-5525-7645); eLibrary SPIN-code: 6989-5374. E-mail: tuchena@yandex.ru

Ivan A. Apollonov, D.Sc. in Philosophy, Associate Professor, Professor of the Department of Graphics, Kuban State University (149 Stavropolskaya St, Krasnodar, 350040, Russian Federation). ORCID: [0000-0002-1926-8213](https://orcid.org/0000-0002-1926-8213); eLibrary SPIN-code: 7423-6142. E-mail: obligo@yandex.ru

Article history:

Received 16 January, 2025

Revised 30 April, 2025

Accepted 12 June, 2025