

Кисельов В. М.¹, Кисельова Г. В.².

¹ Старший викладач кафедри архітектури будівель та споруд

maketlab@ukr.net

orcid.org/0009-0004-5454-3681

² Старший викладач кафедри містобудування

kiselisa@ukr.net

orcid.org/0000-0002-0398-6413

^{1,2} Одеська державна академія будівництва та архітектури, Одеса

ПЕРЦЕПТИВНІ ПРОЦЕСИ ПСИХОГЕОГРАФІЇ ОДЕСИ: СТРУКТУРА МІСТА ЯК ФАКТОР СПРИЙНЯТТЯ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ

© Кисельов В. М., Кисельова Г. В., 2026

<https://doi.org/10.32347/2519-8661.2026.35-36.208-215/>

Анотація. Стаття присвячена комплексному аналізу психогеографії, як міждисциплінарному методу дослідження міського середовища, що поєднує підходи урбаністики, архітектурної теорії, соціології, культурної антропології та психології. Основну увагу зосереджено на вивченні перцептивних процесів сприйняття міського простору та їх ролі у формуванні індивідуальної й колективної ідентичності мешканців. Місто розглядається не лише як фізична структура, а як складний соціокультурний континуум, насичений символами, емоційними наративами та історичною пам'яттю.

Об'єктом дослідження обрано місто Одесу – унікальний урбаністичний феномен із виразною архітектурною, культурною та міфологічною ідентичністю. На основі психогеографічного підходу проаналізовано вплив різних міських зон – історичного центру, морського узбережжя та житлових районів масової забудови – на психоемоційний стан, поведінкові патерни та ціннісні орієнтації людини. У роботі застосовано методи дрейфу, емоційного картування, міського спостереження, візуального аналізу та інтерпретації наративів мешканців.

Виявлено, що різні фрагменти міської тканини формують специфічні емоційні ландшафти, які не завжди збігаються з ієрархією функціональної чи соціальної престижності територій. Доведено, що психогеографічні характеристики простору відіграють важливу роль у процесах міської самоідентифікації, формуванні відчуття приналежності та емоційного зв'язку з містом. Підкреслено потенціал психогеографії як інструменту сучасного міського планування, культурної політики та гуманістично орієнтованого розвитку міського середовища.

Ключові слова. місто, сприйняття, психогеографія, теорія дрейфу, семіотика простору, урбанізм.

Постановка проблеми. Впродовж історії розвитку архітектури об'єктів та просторів закладається певний зміст, який передається через архітектурні засоби, що дають можливість розрізнити архітектуру різних історичних періодів та місцевостей, розуміти функціональне призначення тих чи інших об'єктів. У зв'язку зі зростанням масової культури та поширенням технологій, архітектурне середовище починає активніше впливати на соціокультурний простір та світоглядні цінності людей. Це обумовлює дослідження поняття «психогеографії», як властивості архітектури та просторів міст, що характеризується їх здатністю бути носіями інформації та елементами комунікації з людиною, і надає можливість розглядати місто як складову процесу взаємодії між людьми та середовищем, у якому вона знаходиться.

Перший концепт психогеографії з'явився на сторінках есе «Введення в критику міської географії» лідера французького авангардного цитаціоністського руху Гі Дебора, який використовував цей термін для

опису набору специфічних технік по дослідженню та трансформації міського та громадського середовища [1]. Різниця між «просто гуляти» та психогеографією полягає в усвідомленості, аналітичному та творчому підході до освоєння міського середовища, а також у бажанні привносити в це середовище власні зміни.

Гі Дебор вважав дрейф технікою проходження через мінливу атмосферу міста і склав гнучкі правила дослідження міста, засновані на створенні практичних «ситуацій», які б відрізнялися від тих, що звичні городянам. Концепція створення «ситуацій» передбачила сучасні ігрові квести у місті. Створювалася вона як стратегія боротьби зі спектаклем відчуження і тому спочатку мала швидше політично-культурологічний, ніж дослідницько-ігровий характер (саме такий характер психогеографія набуває сьогодні). Основна ідея дрейфу – відійти від звичного способу руху. Цілей може бути багато: вивчення місцевості, відпочинок, розваги, психотерапія, формування нових маршрутів, бізнес-аналітика території, соціологічне дослідження міського середовища.

Психогеографія, як галузь знань поєднує підходи з урбаністики, соціології, культурної антропології та психології. Вона фокусується на вивченні перцептивного сприйняття міського простору, виявляючи, як різні його частини впливають на емоційний стан людини. В останні десятиліття психогеографія набуває все більшої популярності як метод аналізу міського середовища, особливо в умовах постійних змін, урбанізації та соціокультурної трансформації.

Одеса – місто з яскраво вираженою культурною та архітектурною ідентичністю, багатою історичною спадщиною та міфологізованою реальністю – є ідеальним об'єктом для психогеографічного аналізу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Інформативно-комунікаційний простір міста має тривалу історію досліджень в різних його аспектах. Зокрема серед українських науковців дослідження образу міста та його трансформацій проводять В. Бабенко, К. Батаєва, М. Габрель, М. Дьомін, М. Косьмій, Б. Черкес, Ю. Шкодовський, Художньо-проектну культуру та естетику міста висвітлюють роботи таких вчених: О. Василенко, В. Глазирин, Н. Дмитрик, О. Савицька, В. Уреньов. Вивченню архітектурної семіотики присвячені роботи видатних науковців: Умберт Еко – бачив архітектуру як систему знаків, яка може бути прочитана і інтерпретована залежно від контексту та культурного коду, П'єр Пелєріно – французький архітектор та теоретик, що досліджує зв'язок між архітектурою та семіотикою. Крістіан Норберт-Шульц – у своїх дослідженнях він висловлював тезу, що архітектура, як і будь-яке інше мистецтво, є формою вираження ідей, цінностей та культурних уявлень суспільства.

Роботи Кристофера Александера, Девіда Сімона, Моріса Мерло-Понті, Кристофера Дея та багато ін. присвячені феноменологічним підходам до розуміння змісту в архітектурі та вивченню феномену «духу місця».

Мета статті полягає у науковому осмисленні та аналізі психогеографії як міждисциплінарного інструменту дослідження міського середовища, а також у виявленні ролі перцептивних процесів сприйняття міського простору у формуванні психоемоційного стану, індивідуальної та колективної ідентичності людини на прикладі міста Одеси. Робота спрямована на визначення взаємозв'язку між просторовою структурою міста, його архітектурно-містобудівними особливостями, культурно-історичними нарративами та емоційним досвідом мешканців, а також на обґрунтування потенціалу психогеографічного підходу для використання у сучасному міському плануванні, культурних практиках і дослідженнях урбаністичної ідентичності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Дослідницький дискурс урбаністичної ідентичності виступає в якості як культурний код комунікативно-інституційної конструкції міського середовища, через що стає актуальним предметом епохальних та сучасних наукових пошуків. Феномен урбаністичної ідентичності визначається як соціокультурний конструкт, що формується в результаті довготривалої ітерації індивіда з конкретним територіальним контекстом та характерною йому міською спільністю. Код урбаністичної ідентичності сприяє емоційному самовизначенню індивіда за стосовно такої міської спільності, усвідомленого поділу понять «свій» та «чужий», а також супроводжується споживанням символічного капіталу та

культурного коду міста, колективних цінностей, соціальних норм, поведінкових патернів, властивих даному міському континууму.

Психогеографія – це область знань, що вивчає вплив навколишнього середовища на емоційний стан та поведінку людини. Цей термін був узвичаєний французьким ситуаціоністом Гі Дебором в 1955 році і з тих пір став важливим інструментом для розуміння взаємозв'язку між простором, архітектурою та психологією [2]. Психогеографія досліджує, як фізичний простір – чи то місто, природа чи навіть окремі будівлі – впливає на психічний стан людини. Вона ґрунтується на ідеї, що наші емоції та думки можуть змінюватись в залежності від навколишнього середовища. Наприклад, галасливий міський ландшафт може викликати стрес і тривогу, тоді як тихий парк може сприяти розслабленню та умиротворенню (Табл.1).

Табл.1. Основні підходи психогеографії

Підхід	Опис
Ситуаціонізм	Дослідження міського простору через практику дрейфу
Когнітивна психологія	Аналіз сприйняття міського простору людиною
Культурна географія	Розгляд культурних та міфологічних нашарувань на карті міста

Серед різноманітних ситуаціоністських практик, дрейф [dérive] визначається як спосіб швидкого пересування крізь усілякі середовища [1]. Поняття дрейфу нерозривно пов'язане із усвідомленням психогеографічних ефектів та прийняттям ігрово-конструктивної поведінки, – і це повністю протилежно класичним уявленням про подорож [voyage] чи прогулянку [promenade]. Одна людина або кілька людей, що вдаються до дрейфу, на певний період часу відкидають звичні причини до пересування, звичну поведінку, звичні взаємини з іншими, кидають роботу та дозволя, і віддаються звабам місцевості та зустрічам, які там трапляються. Випадок тут не є таким вирішальним фактором, як може здатися: з перспективи дрейфу, існує психогеографічний ландшафт міст зі своїми неперервними течіями, фіксованими точками й вихорами, котрі ускладнюють проходи до певних зон і виходи з них.

Одеса цікава як приклад міста, чия атмосфера створюється не лише фізичним середовищем, а й культурним нарративом, колективною пам'яттю та емоційним резонансом. Дослідження проводиться з опорою на метод дрейфу, емоційного картування, інтерв'ю з городянами та візуальний аналіз міського простору. Ми прагнемо показати, як різні зони Одеси можуть бути осмислені з погляду їхнього емоційного наповнення, сприйняття городянами та туристами, а також ролі у формуванні міської ідентичності.






В рамках психогеографічного дослідження Одеси можна виділити кілька рівнів аналізу: архітектурний (які форми та матеріали викликають емоції), історико-культурний (які наративи вкорінені у міській тканині), повсякденний (які маршрути віддають перевагу мешканцям), а також символічний (які міфи, архетипи та образи пов'язані з містом). Ці рівні взаємодіють, формуючи складне поле емоційного досвіду.

Історичний центр Одеси – символ архітектурної пам'яті та культурної привабливості. Простори тут несуть сліди імперського минулого, естетики модерну, епохи радянської модернізації і сучасної урбанізації. Потьомкінські сходи, Дерибасівська вулиця, Приморський бульвар – це не лише фізичні орієнтири, а й емоційні «якорі», які формують у городян та туристів стійкі афективні зв'язки з містом (Табл.2.).

Центральна частина міста є місцем високої концентрації архітектурних, культурних та історичних об'єктів. Ці простори активно використовуються як у повсякденному житті, так і у святкових заходах, що посилює їх значущість у колективній пам'яті. Центральна Одеса служить ареною для різноманітних емоційних переживань: від захоплення та захоплення до ностальгії та смутку. Цей простір ніби «говорить» з відвідувачем, пропонуючи йому відразу кілька верств сприйняття – візуальний, історичний, міфологічний та афективний.

Вулиця Дерибасівська, як і раніше, асоціюється зі святковістю, театральністю, можливістю бути «побаченим» та самому спостерігати. Потьомкінські сходи викликають відчуття монументальності та зв'язку з історичними подіями. Приморський бульвар дарує відчуття легкості, горизонту та долученості до морського початку. Таким чином, центр Одеси формує особливу психологічну структуру, в якій важливий не так функціонал, як емоційний резонанс.

Табл.2. Елементи міської ідентичності у центрі Одеси

Елемент	Візуальний вигляд	Емоційне значення
Потьомкінські сходи		Велич, пам'ять, гордість
Приморський бульвар		Романтика, відкритість, ностальгія
Вул. Дерибасівська		Веселощі, історичність, культурне тяжіння
Двори старого фонду центра міста		Затишок, спогади, сімейність
Оперний театр		Урочистість, витонченість, естетика

Цікаво, що архітектурна різноманітність центру Одеси породжує багату палітру емоцій. Будинки у стилі модерн із ліпниною та мозаїкою викликають естетичне захоплення, дворики старого фонду – ностальгію та затишок, а радянські адміністративні будівлі – відчуження чи іронію.

Містяни часто описують центр як «святкову декорацію» або «сцену для вистави», що відповідає ідеї театралізованого міста. Це також узгоджується з поняттям «емоційного бренду» простору, що

постає як засіб самопрезентації міста у культурній та туристичній сферах. Емоційний аналіз відгуків у соцмережах показує, що центральні вулиці асоціюються з радістю, натхненням, а іноді і з легким смутком пам'яттю про минуле.

Ця зона може розглядатися як «серце» міської ідентичності, насичене як фізичними артефактами, і символічними сенсами. Центральна частина міста Одеси відіграє важливу роль у формуванні іміджу міста, його сприйняття як на національному, так і міжнародному рівні.

Узбережжя Одеси займає особливе місце у психогеографії міста, виступаючи як простір переходу, відпочинку, усамітнення та свободи. Берегова лінія – це не просто географічна межа між сушею та морем, а й символічна зона, де розвиваються звичні структури міського життя. Пляжі, набережні, урвища, морські порти і скелі – всі ці елементи узбережжя мають високий емоційний заряд і формують особливу чутливість у сприйнятті.

Море в психогеографії – універсальний архетип свободи та нескінченності. Для одеситів воно означає не лише відпочинок та дозвілля, а й причетність до простору, який «відкриває обрії». Морська гладь стає метафорою майбутнього, а шум хвиль – терапевтичним звуком, що сприяє саморефлексії. Узбережжя служить простором ініціації, де можлива тимчасова трансформація ідентичності: з «мешканця» – у «спостерігача», з «офісного» – до «романтичного», з «одинака» – до «учасника ритуалу колективного літнього життя».

Проведене авторами опитування показало, що кожен одесит має свій «улюблений пляж» чи «місце біля моря», пов'язане з особистими спогадами. Деякі вибирають галасливі міські пляжі з активною соціальною динамікою, інші – приховані бухти або занедбані урвища, де можна побути наодинці з природою. Ця варіативність показує, як індивідуальний досвід впливає на психогеографічну карту міста. Наприклад: набережна Аркадії – простір, насичений комерцією та ледарством. Вона справляє відчуття штучності, театралізованої легкості та естетичної поверхневості. Приморська частина Ланжерона та Відради викликає м'якіші емоції – тут переважають ностальгія, медитативність, приналежність до минулого. У районі Дельфінарію спостерігається підвищена концентрація «сімейних» емоцій: радості, турботи, розчулення (рис.1).

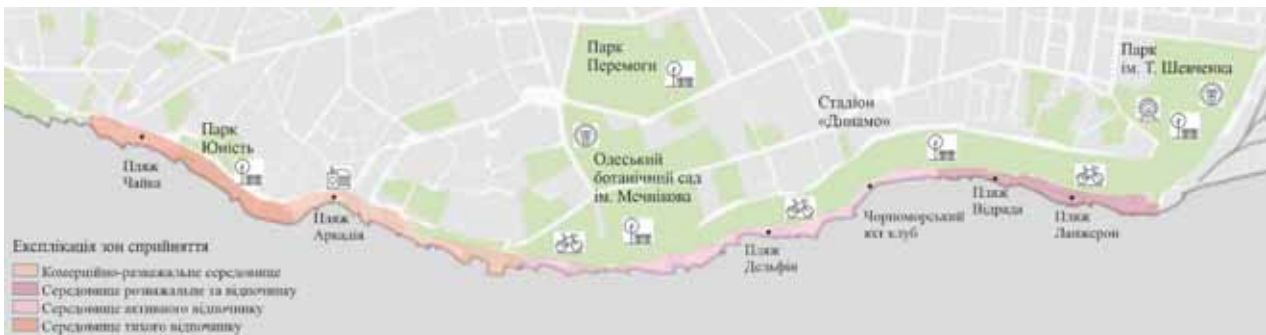


Рис.1. Емоційна карта узбережжя Одеси: пляжі, символи, візуальні маркери.

Психогеографічний аналіз дозволяє говорити про «морські маркери» міської ідентичності – такі як маяк, хвилерізи, сходи, що ведуть до моря. Ці елементи стають символами як візуального, так й емоційного запам'ятовування. Багато художників, поетів, музикантів звертаються саме до цих образів, щоб висловити атмосферу міста.

Море в Одесі є невід'ємною частиною ритуалів городян. Воно виступає у ролі сцени, гла, співрозмовника і навіть терапевта. Люди приходять сюди не лише купатися, а й думати, мріяти, розмірковувати про життя. У цьому сенсі морське узбережжя формує особливу форму міської психотерапії, важливу для ментального здоров'я та відчуття приналежності до міста.

Візуальний образ узбережжя змінюється залежно від сезону: влітку воно яскраве, гамірне, святкове; восени – задумливе, безлюдне і майже літературне. Ця сезонна ритміка формує емоційний календар, де кожен період року несе певну атмосферу та цінність.

Таким чином, узбережжя Одеси можна вважати лімінальним простором, у якому відбувається постійний обмін між людиною та природною стихією, між соціальною нормою та особистою свободою. Включення цього простору до міського планування та культурних стратегій має враховувати його емоційне та символічне навантаження.

Щодо житлових районів Одеси, то вони формують окремий пласт психогеографічного сприйняття міста. Ці простори найчастіше сприймаються як знеособлені, сірі та функціональні, проте саме в них зосереджена значна частина повсякденного життя городян. Райони Київський, Хаджибейський, Пересепський – це не лише зони проживання, а й місця формування унікального «периферійного» емоційного досвіду. Психогеографія районів 1960-1980-х рр. будується на суперечності між їхньою стандартизованою архітектурою та глибоко особистою історією мешканців. Типові панельні будинки, однакові школи, магазини та двори формують містобудівну сітку, всередині якої розгортається особисте та колективне життя. У цих просторах особливо важливим є мікросвіт – під'їзд, сходові клітки, двір, лава під деревом. Саме тут формуються стійкі локальні зв'язки, що компенсують анонімність архітектурного середовища.

Емоційний ландшафт житлових районів Одеси є складним поєднанням звичного та відчуженого. Для багатьох мешканців ці райони – сцена повсякденного життя: тут відбуваються перші шкільні спогади, дворові ігри, перші закоханості та підліткові конфлікти. І хоча візуально вони можуть виглядати однотипно і навіть депресивно, вони насичені особистими смислами та історіями.

Інтерв'ю з мешканцями показують, що більшість із них сприймають свої райони не як щось «вторинне» по відношенню до центру міста, а як автономні та цінні простори. Наприклад, район «Черьомушки» часто асоціюється з «затишною сімейністю», а «Таїрова» – з «комфортом» та «простором зростання житлової площі». Це свідчить, що афективні карти міста не збігаються з ієрархією престижності.

Особлива увага в психогеографії таких районів приділяється елементам «людської» архітектури – балконам, дворовим просторам, дитячим майданчикам. Ці артефакти є проявом локальної ідентичності та опору знеособлення. Вони також стають символами афективної прихильності та «присвоєння» простору.

Роль природи також надважлива: сквери, парки, «зелені зони» між будинками часто стають місцями усамітнення, прогулянок, неформального спілкування. Ці «оази» природи всередині бетонного середовища допомагають балансувати психологічний тиск міста та сприяють емоційній стійкості.

Ще один важливий аспект – сприйняття між поколіннями. Для старшого покоління радянські райони асоціюються із молодістю, стабільністю, формуванням сім'ї. Для молоді це простір обмеження, але водночас і місце соціалізації, зростання, пошуку альтернатив. Ці відмінності породжують різні емоційні наративи, які можуть конфліктувати, а також доповнювати один одного у формуванні загальної міської пам'яті.

Таким чином, райони забудови 1960-1980-х – це не просто результат модерністського планування, а живі багатошарові простори з унікальною емоційною географією. Психогеографічний підхід дозволяє виявити в них цінності, які непомітні за стандартної містобудівної оцінки.

Висновки. Психогеографія Одеси – це не лише аналітичний метод, а й чутливий спосіб взаємодії з міською тканиною, що дає змогу вийти за межі стандартного сприйняття простору. Дослідження міста як багатошарового феномену, в якому поєднуються архітектура, топографія, історія, пам'ять, міф, емоції та особистий досвід, відкриває нові горизонти у розумінні міської ідентичності та динаміки її змін.

У ході аналізу було виявлено, що Одеса має унікальну психогеографічну структуру, що відображає різноманітність її культурних кодів, історичних пластів та соціо-емоційних напружень. Центральні вулиці та набережні сприймаються як сцени для театру міського життя, наповненого естетичними насолодами, відчуттям відкритості. У той же час периферія міста є маргіналізованими просторами, часто пов'язані з почуттям тривоги, ізоляції або амбівалентною цікавістю.

Особливий інтерес викликають міфологеми та міські легенди, якими насичений простір Одеси. Вони формують локальні наративи, що передаються в усній традиції та актуалізуються у сучасній масовій культурі. Такі сюжети як історії про катакомби, знаменитих одеситів, дворовий фольклор чи оманливі вулички стають важливою складовою емоційної та символічної топографії міста.

Психогеографічний дрейф як спосіб розкриває приховані рівні міської повсякденності. Через практику емоційного картографування стає можливо як зафіксувати суб'єктивні переживання, так й співвіднести їх із об'єктивними характеристиками міського середовища. Це дозволяє вибудовувати глибші та багатогранні інтерпретації міського простору, враховуючи емоційний добробут, доступність, естетику та почуття приналежності.

Одеса, як і багато міст України, знаходиться в процесі пошуку нових ідентичностей. Психогеографія у цьому контексті стає інструментом міського самопізнання та колективної уяви. Вона допомагає городянам осмислити свої відносини з простором, перезбирати ментальні карти та перевизначити поняття «свого» міста.

Сучасні виклики – урбаністичні конфлікти, гентрифікація, руйнування історичної спадщини, екологічне навантаження – все частіше потребують не лише економічних та інфраструктурних рішень, а й обліку емоційного та культурного досвіду мешканців. Психогеографія пропонує інклюзивний та чутливий підхід до міського планування, де голос людини, її сприйняття та відчуття стають повноцінним джерелом даних. Одеса може стати модельним містом для розвитку таких практик.

Таким чином можна зробити висновок, узагальнюючи все, психогеографія Одеси – це не лише методологічний підхід, а й філософія взаємодії із простором. Вона стверджує цінність суб'єктивного досвіду, поваги до пам'яті, любові до деталей та здатності до подиву. Це шлях від сліпого пересування до усвідомленого переживання, від абстрактної географії до живого міста – повного історій, емоцій та сенсів.

Бібліографія

1. Guy-Ernest Debord. *Correspondence: The Foundation of the Situationist International (June 1957–August 1960)*. Cambridge: MIT Press Ltd. 2008. 400p.
2. Merlin Coverly. *Psychogeography*. London: Oldcastle Books Ltd. 2018. 224 p.
3. Guy Debord. «Theory of the Dérive» [«Théorie de la dérive,» Internationale Situationniste 2 (Paris, December 1958)], in *Situationist International Anthology*, trans. Ken Knabb. Revised and Expanded Edition, 2006. URI: <http://www.bopsecrets.org/SI/2.derive.htm> (дата звернення 01.02.2026).
4. Бабенко В. Філософія архітектури міста: історія і майбуття. Збірник наукових праць ДонНАБА, 1. 2015. С. 129-137.
5. Вербець В.В. Методологія та методика соціологічних досліджень: навчально-методичний посібник. Рівне: РДГУ. 2006. 167 с.
6. Габрель М.М., Косьмій М.М. Емоційна складова у формуванні образу міста. *Науковий вісник будівництва*, 98(4). Харків: ХНУМГ ім О.М.Бекетова. 2019. С. 73-86.
7. Габрель М.М., Парнета Б.З., Парнета М.Б. Символи, семантика та медійність архітектури та простору міст. *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference*. Berlin: MDPC Publishing. 2021. С. 359-363.
8. Грабовська С.Л., Липецька А.С. Взаємодія людини з архітектурний середовищем: теоретичний ракурс. *NAVITUS. Науковий журнал з соціології та психології*, 13. Одеса: ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій» 2020. С.117-122.
9. Дідик В.В., Максим'юк Т.М. Естетика та композиція ландшафту. *Проектування ландшафтних об'єктів: композиція та естетичні засади. Навчальний посібник*. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 244 с.

Volodymyr Kyselov¹, Ganna Kyselova²

¹Senior lecturer of the Department of Architecture of Buildings and Structures

maketlab@ukr.net

orcid.org/0009-0004-5454-3681

²Senior lecturer of Urban Planning Department

kiselisa@ukr.net

orcid.org/0000-0002-0398-6413

^{1,2} Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture, Odessa

PERCEPTIVE PROCESSES OF PSYCHOGEOGRAPHY IN ODESSA: THE STRUCTURE OF THE CITY AS A FACTOR IN PERCEPTION AND IDENTITY

©Kyselov V.M., Kyselova G.V., 2026

Annotation: This scientific paper is devoted to the problem of identifying the urban environment as a comprehensive mechanism of socio-psychological communication and interaction with an individual.

The research discourse on urban identity acts as a cultural code for the communicative and institutional construction of the urban environment, making it a relevant subject for epochal and contemporary scientific research. The phenomenon of urban identity is defined as a sociocultural construct formed as a result of long-term interaction between an individual and a specific territorial context and its characteristic urban community. The code of urban identity contributes to the emotional self-determination of an individual in relation to such an urban community, a conscious division between the concepts of «us» and «them», and is accompanied by the consumption of symbolic capital and the cultural code of the city, collective values, social norms, and behavioral patterns inherent in a given urban continuum. According to the concept of urbanism in the context of social psychology, urban space is viewed as a multifunctional integrative sociocultural environment that organizes a global communicative system of interactions with society. At a more local level, urban space acts as a coded information field that builds a dialogical projection with the individual. The nature of the interactive communication produced is reciprocal: urban space is the producer and carrier of a coded system of sociocultural coordinates, while the individual acts as an agent-consumer of the sociocultural code of a specific urban context

The study of the identity of the urban continuum is examined using the example of Odessa. In this article, Odessa is considered as an object of psychogeographical research. Important areas of the city are considered as examples, such as the historic center, the seashore, mythological routes, and areas of modern development. The methods of drift, emotion mapping, and urban observation are revealed. Psychogeography allows us to explore Odessa not only as a physical space, but as a living fabric of experiences and perceptions that change from district to district and from generation to generation.

Keywords: city, perception, psychogeography, drift theory, semiotics of space, urbanism.