

ИССЛЕДОВАНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ «ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ РАЙОНОВ» В СТРУКТУРЕ «ОБРАЗА ГОРОДА» ЖИТЕЛЕЙ САМАРЫ

© 2009 Л.В.Перфильева

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия

Статья поступила в редакцию 18.02.2009

В статье представлены результаты исследования психологических районов в структуре образа города разных профессиональных групп: раскрывается значение психологического районирования городского пространства в процессе формирования образа города, выделяются и описываются психологические районы группового образа города Самары, критерии районирования, сравниваются психологические районы у разных профессиональных групп, описывается структура психологического района, раскрывается понятие психологической доминанты и психологического ядра.

Ключевые слова: групповое сознание, городская ментальность, социальный стереотип, социальные представления, пространственные представления, групповой образ города, ментальная карта, когнитивная карта, психологический район, психологическая доминанта, психологическое ядро.

Самые значимые работы по исследованию образа города представлены Дж. Голдом, К.Линчем, С.Милграмом, М.Хейдметсом, М.Раудсеппом, Т.Нийтом, М.Черноушекком, Х.Э.Штейнбах и В.И.Еленским и др. Наш подход к проблеме образа города базируется на фундаменте трех теоретических концепций: 1) *бихевиоризм*: теория ориентации и когнитивных карт (Э.Толмен), поведенческая география, понятие территории и территориальности (Дж. Голд¹); 2) *когнитивная психология*: структура когнитивного опыта, (Ч.Осгуд, Дж. Келли, У.Найссер, Р.Л.Солсо, А.Пайвио); понятие «образа» в отечественной теории отражения (В.М.Бехтерев, Б.Г.Ананьев, А.Н.Леонтьев, С.Л.Рубинштейн, Б.Ф.Ломов и др.), психосемантика и методы исследования группового сознания (А.Н.Леонтьев, В.Ф.Петренко, Е.Ю.Артемьева, Ю.К.Стрелков, В.П.Серкин и др.); 3) *социальная психология*: теория ментальности и социальных представлений (Л.Леви-Брюль, Л.Февр, С.Московичи, К.Линч, С.П.Дырин, Ю.М.Забродин, В.Н.Топоров), историческая психология (В.А.Шкуратов, Н.А.Хренов, М.Коул), теория группового сознания (Г.В.Акопов), теория городской ментальности и провинциальности (Т.В.Семенова (Иванова), социальная психология города (С.Мил-

грам). Образ города раскрывается через представления о городе и городской жизни, доминирующие в групповом сознании², и тесно связан с ментальностью, формой выражения группового сознания во времени и пространстве³. Городская среда формирует менталитет своих жителей посредством комплекса факторов: географических, социальных, экологических, экономических (С.П.Дырин). С другой стороны, менталитет формирует образ города посредством идентификации во времени и пространстве⁴; ценностных ориентаций индивида; социальных установок⁵ и архетипов⁶, картины мира⁷; архетипов коллективного

² *Акопов Г.В.* Проблема сознания в отечественной психологии: унитарный и междисциплинарный подходы // *Акопов Г.В.* Российское сознание. Историко-психологические очерки. – Самара: Изд-во СГПУ (факультет психологии). 2002. – С. 66.

³ *Семенова (Иванова) Т.В.* Городская ментальность как предмет психологического исследования. – Самара: Изд-во СГПУ (факультет психологии). 2003. – С. 51.

⁴ *Андреева Г.М.* Психология социального познания: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – Изд. второе, перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 180 – 227.

⁵ *Полежаев Д.В.* Ментальность личности как система социокультурных глубинно-психологических установок // Психология и ее приложения. – М.: 2002 Ежегодник РПО. – Том 9. – Вып. 2. – С. 44.

⁶ *Петренко В.Ф.* Основы психосемантики. – СПб.: Питер, 2005. – С. 40 – 82, 206 – 216.

⁷ *Хренов Н.А.* Картины мира и образ города // Город и искусство / Под ред. Э.В.Сайко. – М.: Наука, 1996. – С. 62 – 87.

[°]Перфильева Любовь Владимировна, менеджер-консультант ООО «КОМФОРТ-СЕРВИС», соискатель кафедры социальной психологии
E-mail: Luperf@yandex.ru.

¹ Голд Дж. Психология и география. Основы поведенческой географии. – М.: Прогресс, 1990. С. 97 – 110.

бессознательного⁸. «Групповой образ города» – это система социальных представлений⁹ о городе, выраженная в форме городских мифов (Э.П.Юрковская), мифологической модели города (А.А.Пилипенко) или городской легенды (М.В.Никитин). Архетип города находит свое отражение в представлениях горожан о пространстве собственного города и выражается в том, как воспринимающий человек структурирует это пространство (Л.Е.Трушина, А.М.Катханова, Б.В.Маркова и др.). Образ города – это репрезентация городского пространства (физического, социального, культурного, языкового, информационного и др.) в сознании субъекта (индивида или социальной группы)¹⁰. Структура внутренней ментальной модели формируется через соотношение образов пространства с более глубокими структурами сознания – картиной мира и, в зависимости от сферы потребностей реципиента, приобретает свою индивидуальную организацию¹¹. В работах по исследованию образа города выделяют следующие формы представления единицы пространства: *территории* и *микрорайоны* (Дж. Голд), *площади* (Роскок, 1975), *районы* (К.Линч).

«Районы» К.Линча – это крупные участки города, обладающие некоторым объединяющим качеством, «в которые можно мысленно войти». «Районы» служат основным средством ориентации и играют существенную роль в удовлетворенности от проживания в городе. Согласно К.Линчу, характеристика «районов» складывается из фактуры, пространства, формы и деталей, знаков и типов зданий, функций и типа активности, характера обитателей, степени ухоженности, особенностей рельефа. Районы содержат в себе пути, узлы и ориентиры. Эти вторичные элементы не только придают району внутреннюю структурность, но и способны усилить опознаваемость целого, обогащая и углубляя его характерность. Типичные характеристики «района» представляются и опознаются в составе «тематической единицы», которая определяется через контраст к остальному городу. Если

«тематическая цельность» отсутствует, если имеет место архитектурная однородность, образ города получается нечетким, спутанным, «затуманенным». Границы, если они есть, очерчивают пределы района и могут усилить его опознаваемость, но не образуют его. Встречается тип района, имеющего сильное «ядро», во все стороны от которого «интенсивность темы» постепенно снижается. Район может быть сформирован за счет сильного «узла»¹². По аналогии с понятием «района» К.Линча, выводим понятие «психологического района» – элемента социокогнитивной карты или группового образа города, характеризующего часть пространства, качественно отличающегося в сознании субъекта от остального пространства города.

Цель исследования – доказать существование «психологических районов» в структуре образа города Самара разных профессиональных групп, выявить психологические районы образа города Самара, дать им содержательную характеристику. Исследование проводилось при помощи авторской анкеты «Образ города». В исследовании принимало участие 262 человека – студенты разных ВУЗов г. Самары и контрольная группа работающих респондентов – 24 чел. Группа студентов была представлена следующим образом: 45 студентов 1 и 2 курсов Самарской государственной архитектурно-строительной академии (СГАСУ), обучающихся по специальности «архитектура»; студенты 2-4 курсов факультета психологии Самарского государственного педагогического университета (СГПУ) – 58 чел.; студенты Высшей школы приватизации и предпринимательства (ВШПП) – 55 чел., обучающиеся по специальностям «Менеджмент в организации» и «Финансы и кредит»; студенты 4 курса Самарского государственного профессионально-педагогического колледжа (СГО СГППК), обучающиеся по специальности «Автомеханик» – 56 чел.; студенты 2-4 курсов Самарского государственного университета (СамГУ), обучающиеся по специальностям «Социальный работник» и «социальный педагог». Группа работающих респондентов была равным образом распределена по полу (12 женщин и 12 мужчин), возраст респондентов варьировался в пределах 21 – 54 года, образование – высшее, место жительства – г. Самара. В группу вошли представители профессий, задачи которых тем или иным образом соприкасаются с проблемами восприятия городско-

⁸ Ментальность россиян (специфика сознания больших групп населения России) / Под ред. И.Г.Дубова. – М.: 1997. – С. 12.

⁹ Семенова (Иванова) Т.В. Указанное соч.

¹⁰ Когнитивная психология. Учебник для вузов / Под ред. В.Н.Дружинина, Д.В.Ушакова. – М.: ПЕР СЭ, 2002. – С. 131.

¹¹ Завалова Н.Д., Ломов Б.Ф., Пономаренко В.А. Образ в системе психической регуляции деятельности. – М.: «Наука», 1986. – С. 8 – 19.

¹² Линч Кевин. Образ города. – М.: Стройиздат. 1982. – С. 186 – 234.

го пространства: менеджеры, инженеры-проектировщики, архитекторы, директор по кадрам, программисты и др.

Карта города была разделена на 128 частей или зон, каждой из которых был присвоен порядковый номер (всего 128 зон). Когда респондент выделял на карте города «место качественного своеобразия», в матрицу вносились номера «зон», которые принадлежат указанной территории. Подсчитывалась относительная частота упоминания каждой «зоны», и на основе этих данных выстраивался *график распределения частот* для каждой группы респондентов. При помощи критерия хи-квадрат, критерия U Манна-Уитни, было доказано сходство частотных карт всех групп, то есть сходство их «психологических районов». Все «зоны», в зависимости от частоты, ранжировались по «силе». «Сверхсильные» по значимости «зоны» имели частоту 0,6 и более, «сильные» – от 0,4 до 0,6, «средние по силе» – от 0,2 до 0,4, «слабые» – от 0,1 до 0,2. Подобным образом было произведено ранжирование объектов, упоминаемых респондентами как образующие «мест качественного своеобразия». Самые «сильные» объекты ментальной карты города приобрели статус «психологической доминанты». При помощи кластерного анализа экспериментальные группы были разделены на 2 категории: 1) группа студентов и работающих респондентов, 2) группа студентов СГАСУ. Выделенные группой студентов и работающих респондентов «места качественного своеобразия» были организованы в кластеры. Таким образом, выявлялась структура ментальной карты города для каждой из экспериментальных групп. «Психологические районы» формировались на основе результатов кластерного анализа «мест качественного своеобразия» и частотного анализа «зон». В каждом «психологическом районе» определялось «психологическое ядро» – «психологическая доминанта» или система «доминант», обладающая максимальной «силой» в структуре «психологического района». Дендограммы, полученные при помощи кластерного анализа, демонстрируют структуру группового образа города и выделенных «психологических районов», описывая систему связей между «местами качественного своеобразия». «Психологические районы», полученные с помощью анализа частот, демонстрируют более грубые, усредненные отношения приоритета одних «зон» к другим. Социальные установки, сформированные в отношении выделенных «психологических районов», а также эмоциональное отношение

к ним выявлялось при помощи контент-анализа обобщенного описания системой TextAnalyst (НПИЦ «МикроСистемы»). На основе результатов опроса групп студентов ВШПП, СГПУ, СГО СГППК, СамГУ и группы работающих респондентов удалось выделить следующие «психологические районы»:

1. «Исторический центр города», в который входят как площадь им. Куйбышева, ОДО, пл. Славы, ЦСК ВВС, Вечный огонь, Старая набережная, Пл. революции; «Ленинградка» (ул. Ленинградская, «Самарский Арбат»;
2. «Район ладьи», в который входят Ладья (комплекс «Ладья»), Новая набережная, Звезда (КРЦ «Звезда»), «Козловский дом», Областная библиотека им. Ленина, Фонтан на Осипенко, ул. Осипенко (так называемая «Сипа»);
3. «Район ботанического сада», психологической доминантой которого является Ботанический сад («Ботанический овраг»);
4. «Район загородного парка», психологической доминантой которого является Загородный парк;
5. «Район парка Гагарина», психологической доминантой которого является Парк им. Ю.Гагарина;
6. «Район ЖД вокзала», в который входят ЖД вокзал, Набережная р. Самары (п. Запанской), мост р. Самара;
7. «Район Антонова-Овсенко», в который входят «Книжка» (книжный рынок на ул. Антонова-Овсенко), ул. Антонова-Овсенко, ВШПП 9, Корпус СамГПУ;
8. «Ипподром», в который входят ипподром, самолет-штурмовик Ил-2, шоколадная фабрика «Россия» и др.;
9. «Металлург», в который входят (завод «Металлург», парк «Металлург», стадион «Металлург»), кладбище, Пр. металлургов, пл. Кирова;
10. «Аврора», центром которого является ТЦ «Аврора»;
11. «Аквариум», центром которого является ТЦ «Аквариум» (см. рис. 1)

Любовью населения пользуются «психологические районы», выполняющие рекреационную функцию («Исторический центр города», «Район ботанического сада», «Район загородного парка»), оцениваются как эстетически привлекательные («Исторический центр города»), либо имеют хорошо запоминающиеся, своеобразные объекты, отличающие эти районы от других («Район ладьи», «Район железнодорожного вокзала», район «Ипподром»). Высоко оцениваются «рай-

оны», где проходят массовые мероприятия – «Исторический центр города», «Район ладьи» «Район парка Гагарина». Нейтральное отношение сформировано к «районам», связанным с местом проживания и обучения («Район Антонова-Овсенко»). Негативные установки сформированы по отношению к району «Аврора», который ассоциируется с большим количеством транспорта и неблагоприятной экологической обстановкой, а также выполняет функцию так называемых «городских ворот» наряду с «Районом железнодорожного вокзала». Район «Ипподром», основными доминантами которого являются самолет-

штурмовик Ил-2 и ипподром, ассоциируется с гипермаркетами, развлекательными и торговыми комплексами. К району «Металлург» распространено двойственное отношение: группой футбольных болельщиков он воспринимается как место проведения массовых мероприятий (игр «любимой команды «Крылья Советов») и место отдыха, а значит, по отношению к нему сформирована положительная установка; остальные воспринимают этот район с негативной установкой – как один из отдаленных от центра и слабо развитых районов, населенных «футбольными фанатами» и «криминальными элементами».

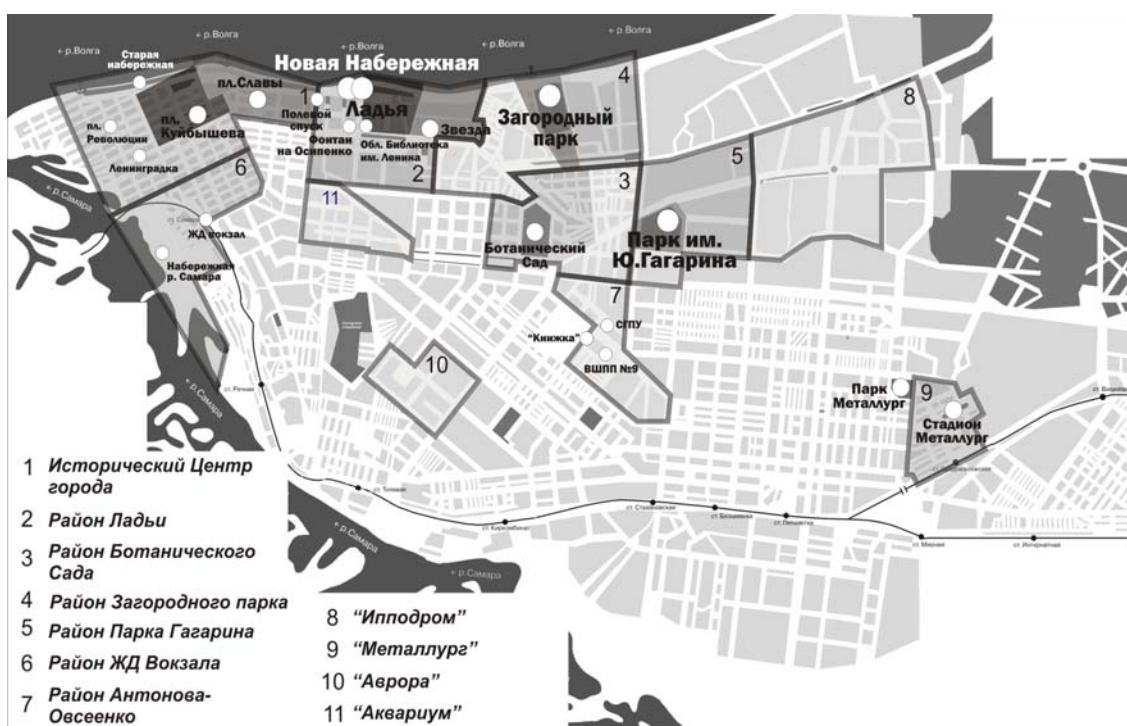


Рис.1. «Психологические районы» групп студентов ВШПП, СГПУ, СГО СГППК, СамГУ и работающих респондентов

Архитекторы (Студенты СГАСУ) выделяют 8 «психологических районов»: 1) «Культурный центр города»; 2) «Экономический центр города»; 3) «Старый город» или «Исторический центр города»; 4) «Набережная и прибрежная зона»; 5) «Промышленная зона»; 6) «Рабоче-производственная зона»; 7) «Срединная зона»; 8) «Периферия, зона скучных советских бежево-голубых домов». «Психологические районы» студентов СГАСУ отличаются от «психологических районов» студентов других ВУЗов и группы работающих респондентов *составом наименований* (чаще всего указываются наименования, хорошо распространенные в градостроительной и социологической литературе: «промышленная зона», «срединная зона»), *формой районирования пространства* («психологические рай-

оны» архитектора – это не система «мест качественного своеобразия», а однородные пространственные категории профессионального сознания), *семантическим содержанием* (если в характеристиках психологических районов «неархитекторов» преобладают такие выражения, как «там хорошо», «я это место хорошо запомнил», «замечательное место» и т.д., то в характеристиках архитекторов фигурирует понятие «зона» с последующим описанием ее качества: «зона, насыщенная объектами культуры и обслуживания», «зона релаксации» и т.д.). Выделено 10 критериев «психологического районирования» городского пространства: 1) по *потребностно-территориальному* принципу («место проживания», «место учебы», «место работы»); 2) по критерию *самоидентификации* («стадион Ме-

таллург» – «являюсь болельщиком футбольной команды»); 3) по *эстетическому* принципу («красивое место»); 4) по *виду деятельности*, характерному для данной территории («с Ж/д вокзала я уезжаю домой», «я там живу», «там отдыхаю»); 5) по *историческому* принципу («архитектура прошлых веков», «новая застройка»); 6) по принципу *эмоциональной привязанности*: («связаны приятные воспоминания», «там хорошо»); 7) по *социально-территориальному* принципу («проживают родственники», «место бывшего проживания»); 8) по *интересам* («опера», «футбол»); 9) в соответствии с бытующими *социальными представлениями* («еврейский район», «гопнический район»); 10) по *архитектурно-градостроительному* принципу («узкие улочки», «высотки-девятиэтажки»). В качестве критерия районирования не проявляется «соседство» (Дж. Голд), слабо проявляется

районирование по социально-экономическому критерию (С.Милграм¹³).

Исследование аспектов отражения психологических районов в структуре группового образа города Самары еще раз подчеркивает важность гармоничной организации среды, позволяющей с максимальной отдачей использовать ее потенциал. Представленное исследование дает возможность взглянуть на город глазами его жителей, выявляет проблемные места, которые не всегда могут обнаруживаться профессионалами – градостроителями, социологами, архитекторами. А полученные результаты подчеркивают необходимость развития концепции *человекоориентированного* градостроительства.

¹³Милграм, Стенли. Эксперимент в социальной психологии. – СПб: Изд-во «Питер», 2000. – С. 79 – 115.

RESEARCH OF TRADITIONAL PSYCHOLOGICAL AREAS IN THE CITY IMAGE STRUCTURE OF SAMARA CITIZENS

© 2009 L.V.Perfilyeva °

Volga region state social-humanitarian academy

The article presents results of the research of psychological areas in structure of an image of the city of different professional groups: value of psychological zoning of city space during structuring of an image of city is revealed. The author partitions and describes psychological areas and criteria of zoning of a group image of Samara city; compares psychological areas of different professional groups, describes the structure of psychological area, reveals the concept of a psychological dominant and a psychological core.

Keywords: group consciousness, city mentality, an attitude, social representations, spatial representation, a group image of city, a mental map, cognitive map, psychological area, a psychological dominant, a psychological core.

°Perfilyeva Lubov Vladimirovna, the manager-consulter of Open Company " COMFORT-SERVICE ", the degree-seeking student of social psychology chair.