

ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ ГОРОДОВ-ПОБРАТИМОВ У РУССКИХ И ИНОСТРАНЦЕВ (НА МАТЕРИАЛЕ ИЗУЧЕНИЯ Г. ПЕРМИ)

© 2010 С.Ю.Жданова, О.И.Кильченко

Пермский государственный университет

Статья поступила в редакцию 21.07.2010

Исследуется проблема взаимодействия человека с окружающей средой. Представлены результаты изучения психологических репрезентаций города Перми у коренных жителей и иностранцев. Выявлены общие и специфические особенности. К числу общих тенденций относится то, что в качестве наиболее значимых и определяющих структурных компонентов психологических репрезентаций города Перми для респондентов выступают пространственный, визуально-эстетический компоненты. Специфические особенности проявляются в том, что в качестве ведущих для иностранцев выступают историко-возрастные («молодой город»), пространственно-географические («отдаленный город»), динамические («занятой город») характеристики, образные компоненты города: эмоционально-эстетический («красивый город»), эмоционально-визуальный («серый город»), эмоционально-познавательный («интересный город»), осязательный («пыльный город»). Иностранцев отличает положительное отношение к городу, активная позиция, связанная с познанием и освоением городского пространства. Жители Перми отличаются дифференцированностью представлений о пространственной организации города, для них значимыми являются статусные и индивидуально-автобиографические характеристики города. При поддержке РГНФ и Министерства промышленности, инноваций и науки Пермского края (проект № 10-06-82-618-а/У)

Ключевые слова: образ города, пространственно-временные характеристики, когнитивные карты города

В контексте проблем психологии взаимодействия человека с окружающей средой особый интерес представляет вопрос об особенностях восприятия человеком городской среды. Обращаясь к истории вопроса, следует сказать, что психология окружающей среды, изучающая взаимодействие человека и среды, является молодой отраслью знания – как самостоятельная, она возникла на рубеже 1980-х. Работы, выполненные в рамках этого направления, посвящены обсуждению методологических принципов исследования, разработке методического инструментария (Ю.Г.Абрамова, Х.Э.Штейнбах, В.И.Еленский, Е.А.Соловьева, Н.Е.Голосова, и др.), эмпирическому изучению конкретных проблем, например, изучению образа разных городов, формирующихся в сознании их жителей – Санкт-Петербурга (Х.Э.Штейнбах, В.И.Еленский), Ярославля (М.М.Андреева, С.А.Трифонов), Екатеринбурга (Е.И.Виноградова), Самары (Т.В.Семенова).

Основой разработки психологии среды в зарубежной психологии послужили труды К. Линча, который одним из первых занялся изучением представлений города в сознании его жи-

телей. Изучая образные представления о собственном городе жителей Бостона, Джерси-Сити, Лос-Анджелеса, К.Линч стремился выявить главные элементы, опираясь на которые человек строит «каркас» образного представления о среде. Таким образом, появился термин «образ города», развитый впоследствии социальной психологией в лице С.Милграма, изучавшего, в частности, психологические карты Нью-Йорка и Парижа¹.

Анализ литературы показывает, что преимущественная часть исследований по проблеме познания городской среды посвящена изучению отдельных характеристик города (пространственно-географических, культурных и т.д.). В то же время мало изученной остается проблема феноменологии познания города как целостного объекта. Кроме того, в существующих исследованиях по данной проблематике в качестве респондентов выступают коренные жители города, вместе с тем, не исследованным до сих пор остается аспект изучения образа города у лиц из иной социокультурной среды (жители зарубежных стран).

С целью изучения пространственно-географических, социокультурных, архитектурных, исторических, информационных характеристик образа г. Перми у представителей зарубежных

¹Жданова Светлана Юрьевна, доктор психологических наук, доцент, заведующая кафедрой психологии развития. E-mail: svitlana@perm.raid.ru

Кильченко Ольга Ивановна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии развития. E-mail: 2520557@inbox.ru

¹ Найссер У. Познание и реальность. Смысл и принципы когнитивной психологии /Пер. с англ. В.В.Лучкова; вступ. ст. и общ. ред. Б.М.Величковского. – М.: 1981.

стран нами было проведено специальное эмпирическое исследование. В нем приняли участие свыше 160 человек в возрасте от 20 до 56 лет, из числа которых в дальнейшем была сформированы 2 выборки (основная и контрольная соответственно): 1) Представители зарубежных стран (Голландии, Великобритании, Франции, Германии, Сербии, Словении, США, Ирака), имеющие опыт однократного и многократного пребывания в Перми, прибывшие с различными целями (гостевой визит, деловая поездка, трудоустройство, оформление брака), в среднем находящиеся в Перми в течение 27 дней, имеющие различный социальный и профессиональный статус (студенты, инженеры, строители, технологи, секретари, преподаватели школ и вузов), в количестве 64 человек, средний возраст – 37,3 лет. 2) Коренные жители Перми (лица, которые родились и постоянно проживают в Перми; из разных районов) в количестве 80 человек, имеющие различный социальный и профессиональный статус (студенты, инженеры, строители, менеджеры, преподаватели школ и вузов), средний возраст – 38,6 лет.

В качестве эмпирических методов использовались: 1) Метод анализа внешней репрезентации – активность включенности (по Р.Голледжу, цит. по Т.П.Зинченко, 2002), реализующийся в следующих процедурах: а) рисование графического наброска (карты-наброска) Перми, репрезентирующего городскую среду (респондентам предлагалось изобразить г. Пермь); б) узнавание объектов при предъявлении фотоизображений 10 достопримечательностей Перми (методика «Узнаваемость города», направленная на изучение того, какие городские объекты лучше распознаются, запоминаются, какие из них можно назвать «символами» города – Г.В.Акопов, А.Н.Завальный, Т.В.Иванова, 2003). Предъявлялись открытки с изображением различных видов и достопримечательностей Перми: Пермской художественной галереи, театра Оперы и балета, Пермского драматического театра «Театра» (автор – фотохудожник А.Долматов), здания Ротонды в парке им. Горького, памятник А.С.Пушкину в Пушкинском сквере, Дома Грибушина, Дома Мешкова, здания Пермского государственного университета, здания Пермского цирка, здания Театра юного зрителя (дополнительный список)². 2) Метод косвенного оценивания, реализующийся в процедуре составления списка ассоциаций, описывающих г. Пермь и отражающих его особенности (изучение неосознаваемых компонентов представлений о Пер-

ми)³. 3) Метод опроса, реализующийся: а) в методике изучения городских потребностей, позволяющей исследовать групповые представления иностранцев о городских нуждах (респондентам предлагалось перечислить 5 городских потребностей г. Перми)⁴; б) в процедуре анкетирования, направленного на выявление общих сведений о респонденте (пол, возраст, профессия, уровень образования, цель пребывания в Перми, количество визитов, длительность проживания в городе)⁵.

На этапе обработки данных применялся метод контент-анализа графической продукции (в основе категориальной сетки анализа – 5 основных признаков (компонентов) образа города, выделенных К.Линчем (1982) и носящих универсальный характер: пути (городские маршруты), границы (края), районы (городские территории), узлы, городские ориентиры (символы). В ходе анализа карт-набросков использовался сегментарный, тематический подсчет, предусматривающий регистрацию первого появления той или иной категории (объекта) в графическом тексте⁶.

По результатам использования методики «Узнавание города» вычислялся коэффициент узнаваемости объекта и коэффициент узнаваемости города (процентная доля узнаваемых (названных) и частично узнаваемых объектов в общем количестве предъявлений)⁷. Был составлен рейтинг узнаваемости городских объектов. При анализе полученных перечней ассоциаций были выделены ассоциативные семантические универсалии, образуемые неслучайными ассоциациями (использованными 3-мя и большим количеством респондентов) (Е.Ю.Артемьева, 1987; В.П.Серкин, 2004). Обсуждение универсалий позволило прояснить групповые представления испытуемых о городе.

В основу анализа названных испытуемыми городских потребностей была положена классификация потребностей человека Г.В.Акопова

² Жданова С.Ю. Методы исследования представлений о городе Перми // Вестник Прикамского социального института. – Пермь: 2009. – №1 (32). – Серия Философия и социология. – С. 48 – 52.

³ Кильченко О.И. Реконструкция субъективного отображения психики // Психология XXI в.: Тез. междунар. науч.-практ. конф. студ. и асп., 12 – 14 апреля 2001 г. / Под ред. А.А.Крылова. – СПб.: 2001. – С.20 – 22.

⁴ Акопов Г.В., Завальный А.Н., Иванова Т.В. Санкт-Петербург: Взгляд из Самары, или городская ментальность во времени и пространстве // Всероссийская психологическая газета. – 2003. – №4/91. Апрель. – С.31 – 34.

⁵ Жданова С. Ю., Кильченко О. И. Образ города Перми у коренных жителей и иностранцев // Пятая Российская конференция по экологической психологии (26 – 27 ноября 2008). / Науч. ред. М.О.Мдивани. – М.: 2008. – С. 110 – 113.

⁶ Кильченко О.И. Образ города Перми у представителей зарубежных стран // Вестник ПГИИК. Перм. гос. ин-т искусства и культуры. – Пермь: 2008. – № 7.

⁷ Акопов Г.В., Завальный А.Н., Иванова Т.В. Санкт-Петербург: Взгляд из Самары... – С.31 – 34.

(Т.В.Семенова, 2007), в рамках которой выделяются индивидуальные, субъектные, личностные, индивидуальные потребности города. В ходе регистрации городских потребностей также использовался сегментарный, тематический подсчет⁸. В качестве метода математико-статистической обработки данных использовался критерий углового преобразования Фишера. По результатам контент-анализа графических набросков г. Перми, а также составления рейтинга наиболее узнаваемых объектов были выделены «символы города», формирующие «каркас» ментального образа города, оценена такая характеристика Перми, как провинциальность. В ходе контент-анализа карт-набросков г. Перми было выделено 3 типа изображений (таб. 1): 1) Схематичная карта, представляющая собой: а) фронтальное изображение контуров города; б) схематичное изображение частей (районов) города относительно друг друга; в) стереотипное изображение городских объектов, сцен городской жизни. 2) Конкретизированная карта, включающая изображение элементов среды: путей (городских маршрутов), районов и микрорайонов (городских территорий), городских ориентиров (символов). 3) Схематично-конкретизированная карта, совмещающая характеристики изображений первых двух типов.

Таб. 1. Процентная доля типов изображений в графической продукции иностранцев и жителей Перми

Типы изображений	Процентная доля	
	Иностранцы	Жители Перми
Схематичная карта	45	5
Конкретизированная карта	41	86
Схематично-конкретизированная карта	14	9

Результаты исследования показывают, что представители зарубежных стран значимо чаще, чем жители Перми, используют такой тип изображений, как схематичная карта ($\varphi=5,1^{***}$). В то же время жители Перми чаще, чем иностранцы, прибегают в графических набросках города к такому типу изображений, как конкретизированная карта ($\varphi=-4,9^{***}$). Данные эмпирические факты можно объяснить отсутствием у жителей зарубежных стран сформировавшихся пространственных (топографических) представлений о Перми. В рисунках иностранцев (порядка 1/5 части от общего количества рисунков) очерчены границы города (его контур), при этом единст-

венным обозначенным объектом внутри очерченного пространства является линия, символизирующая Каму. Река выступает также в качестве границы (водораздела), которая, с одной стороны, делит город на правый и левый берег (пространство правого берега не дифференцировано), а с другой, – ограничивает центральную часть города от периферии. Изображение Камы присутствует в 50% карт-набросков иностранцев. Таким образом, в сознании представителей зарубежных стран Пермь – это город, расположенный вдоль реки Камы, которую можно рассматривать как символ Перми.

В основу анализа компонентов графического образа Перми была положена схема, предложенная К.Линчем (1982). Сравнительный анализ эмпирических данных с применением φ критерия углового преобразования Фишера показал, что в графических набросках жителей Перми значимо чаще актуализируются следующие компоненты образа города: пути (городские маршруты) ($\varphi=6,39^{***}$), районы и микрорайоны (городские территории) ($\varphi=4,36^{***}$), узлы ($\varphi=5,19^{***}$), городские ориентиры ($\varphi=6,1^{***}$), что свидетельствует о большей дифференцированности представлений жителей Перми о пространственной организации города. В ходе исследования также анализировалась представленность в рисунках иностранцев и жителей Перми различных городских объектов. Количество городских объектов, воспроизведенных в картах-набросках Перми иностранными и пермскими респондентами, оказывается примерно одинаковым: 30 и 33 соответственно. Большая часть изображенных объектов имеют отношение к одной территории, так называемому «центру города». Подобная территориальная «монолитность» в отображении городского пространства свидетельствует о такой характеристике Перми, как провинциальность.

Городские объекты, наиболее часто встречающиеся, на ментальных картах представителей зарубежных стран (достопримечательности города): отель «Урал», улица Ленина, Пермская художественная галерея, театр Оперы и балета, Пермь Первая. Таким образом, основными опорными точками, формирующим «каркас» городского пространства Перми в образных презентациях иностранцев, выступают объекты, имеющие архитектурную, историческую и культурную ценность, а также объекты, имеющие принципиальное значение с точки зрения передвижения и размещения в Перми. Городские объекты, наиболее часто встречающиеся на ментальных картах жителей Перми: Пермский драматический театр «Театр», театр Оперы и балета, ЦУМ, ТРЦ «Колизей», городская эспланада, Комсомольский проспект. Таким образом, сим-

⁸ Семенова В.В. Качественные методы: Введение в гуманистическую социологию. – М.: 1998.

волами города для его жителей выступают, наряду с культурно и архитектурно значимыми объектами, крупные торговые центры, берущие на себя функцию обеспечения досуга. Обращает на себя внимание тот факт, что в списке отображенных объектов присутствует большая часть крупных торговых центров Перми: ТРЦ «Колизей», ЦУМ, ТЦ «Алмаз», ТЦ «Айсберг», Гипермаркет «Семья», что также может свидетельствовать о высокой коммерциализации города.

Сравнительный анализ эмпирических данных с применением ϕ критерия углового преобразования Фишера показал, что жители Перми значимо чаще воспроизводят в графических набросках следующие городские объекты: Пермский драматический театр «Театр» ($\phi=6,72^{***}$), театр Оперы и балета ($\phi=4,82^{***}$), ЦУМ ($\phi=3,86^{***}$), Комсомольский проспект ($\phi=2,74^{**}$), в то время как иностранцы значимо чаще, чем жители Пер-

ми, приводят в своих рисунках изображение улицы Ленина ($\phi=-2,74^{**}$).

Образ Перми у жителей зарубежных стран характеризуется большей дифференцированностью представлений о важнейших магистралях Перми. Так, в графических отображениях города у иностранцев присутствуют улицы Ленина (широтная магистраль), Куйбышева (меридиальная магистраль), Комсомольский проспект (меридиальная магистраль), а также улицы Коммунистическая, Горького, Борчанинова. При этом главной, по мнению иностранных респондентов, является улица Ленина, которая представляет собой основной путь передвижения до значимых объектов. В рисунках жителей Перми встречаются изображения 2-х важнейших меридиальных магистралей – Комсомольского проспекта и улицы Сибирской.

Таб. 2. Коэффициент узнаваемости городских объектов в группах иностранцев и жителей Перми

Названия городских объектов	Иностранцы		Жители Перми	
	Коэффициент узнаваемости (в %)	Ранг	Коэффициент узнаваемости (в %)	Ранг
Пермский цирк	34,0	1	33,3	1
Пермская художественная галерея	31,8	2	27,3	4
Театр оперы и балета	22,7	3	24,9	7
Памятник А.С.Пушкину в Пушкинском сквере	15,9	5	29,5	2,5
Театр юного зрителя	15,9	5	25,0	5,5
Дом Грибушина	15,9	5	8,3	10
Пермский драматический театр «Театр»	13,6	7,5	29,5	2,5
Пермский государственный университет	13,6	7,5	19,9	8
Ротонда в парке им. Горького	9,1	9,5	25,0	5,5
Дом Мешкова	9,1	9,5	11,8	9

В целом, по результатам контент-анализ графических набросков г. Перми можно утверждать следующее: в представлениях жителей зарубежных стран и жителей города Пермь наделяется характеристикой провинциальности. Об этом свидетельствуют, во-первых, данные, касающиеся логики районирования городского пространства (выделения административных и психологически предпочитаемых и не предпочитаемых районов Перми). Респонденты обеих групп воспроизводят преимущественно пространственные отношения левобережной (центральной) части города. Правобережная часть представлена в единичных случаях, не дифференцированно, с использованием условного обозначения в виде хвойных деревьев. Во-вторых, перечень достопримечательностей (символов города), обеспечи-

вающих ему узнаваемость, в обеих группах респондентов весьма ограничен: в группе представителей зарубежных стран – 5 объектов, в группе коренных жителей – 6 объектов. Кроме этого, все эти объекты условно сливаются в одну и ту же территорию – монолитный «центр города». В-третьих, количество наиболее часто воспроизводимых путей (городских маршрутов) в рисунках иностранцев и жителей Перми также не велико. Вместе с тем общее количество городских маршрутов, представленных в рисунках жителей зарубежных стран, превышает количество путей в рисунках жителей Перми. Это позволяет сделать вывод о том, что с точки зрения путей передвижения Пермь в ментальных репрезентациях иностранцев обладает меньшей провинциальностью, чем в репрезентациях жителей города. В

ходе исследования был выявлен общий коэффициент узнаваемости г. Перми⁹. В группе представителей зарубежных стран он составил 18,2%, в группе коренных жителей – 23,5%. В соответствии с «коэффициентом узнаваемости объекта» предъявленные на фото городские объекты распределены следующим образом (таб. 2).

Результаты исследования показывают, что с учетом первых 3-х рангов наиболее узнаваемыми объектами, претендующими на статус «символов города», для представителей зарубежных стран выступают Пермский цирк, Пермская художественная галерея, театр Оперы и балета. Для коренных жителей Перми такими объектами являются Пермский цирк, памятник А.С.Пушкину в Пушкинском сквере, Пермский драматический театр «Театр». В ходе исследования также были получены результаты посредством словесно-ассоциативного метода¹⁰. Они свидетельствуют о том, что представители зарубежных стран использовали 69 различных ассоциаций. Ассоциативную семантическую универсалию образуют 12 ассоциаций (встречаются более чем у 3-х испытуемых): большой (11), красивый (5), интересный (5), занятой (5), серый (5), грязный (4), пыльный (3), промышленный (3), отдаленный (далекий) (3), разный, с резкими различиями (3), молодой (3), культурный центр (3). Дважды в выборке респондентов используются 8 ассоциаций: красивые люди, изумляющий, хаотичный, протяженный (растянутый), дружелюбный, переполненный, русский, гостеприимный. Остальные 49 ассоциаций являются единичными (индивидуальными): красивые места, красивые здания, красивые парки, красивые девушки, серые здания, старые здания, новые здания («пермский стиль»), хороший, хорошие люди, большие дороги, есть сады и цветы, большие лесопарки, парки, много леса, университетский, небольшой, развитой, развивающийся, с потенциалом, парадоксальный, неожиданный, привлекательный, романтичный ночью, сверхкричащий, неизвестный, частично современный, частично советский, легкий, спонтанный, неразбросанный, благословенный (что с рекой), на реке, исторический, напряженный (если дороги за образец), балет, литературный центр, амбиции, хорошо организован транспорт, множество автобусов, неустрашимые пешеходы, забавно гулять, различные религии, безобразный, брюзгливые люди, еда с запахом, бомжи валяются, транспортные пробки, много пьяных, злые и агрессивные водители.

В ходе описания г. Перми коренные жители привели 71 различную ассоциацию. Ассоциатив-

ную семантическую универсалию составили 17 ассоциаций: город-миллионник (11), большой (10), родной (9), грязный (7), город развлечений (6), Кама (5), культурная столица Поволжья, грязь (4), дом, краевой центр, промышленный центр, знакомства, город надежд, общение, один из центров образования Уральского региона, злые люди, любимый (3). Дважды в выборке респондентов встречаются 10 ассоциаций: балет, Пермь II, Родина, никакая архитектура, без метро, индустриальный центр, город со своей историей, город возможностей, мегаполис, Пермь Великая. Оставшиеся 44 ассоциации являются единичными (индивидуальными): столица Пермского Края, великий, культурный центр, развивающийся, промышленный город, соль, неповторимый аромат, милое сердцу, самый крутой, растянувшийся, город на Каме, большая деревня, семья, друзья, слякоть, шумный, серый, злой, бездушный, некачественно, плохая вода, мозаика, которую не собрали, некрасивый, огромная свалка, хаос, бешеный ритм жизни, город суеты, город работы, Урал, Молотов, Строгановы, Мешков, Дягилев, сибирский тракт, «Башня смерти», люди, скучный, сердце Урала, безобразие, плохой, странные памятники, город заводов и фабрик, усталые лица людей, город соблазнов.

Сравнительный анализ ассоциативных семантических универсалий в выборках иностранцев и коренных жителей показал, что в групповых представлениях испытуемых о Перми есть как общие, так и специфические (различающиеся) компоненты образа города. Общими являются следующие компоненты образа Перми: пространственный («большой город»), визуально-эстетический («грязный город»). Общей также является характеристика статуса города – экономического («промышленный город, центр») и социокультурного («культурный центр, культурная столица»). Специфическими в групповых репрезентациях городской среды у иностранцев являются следующие образные компоненты: эмоционально-эстетический («красивый город»), эмоционально-визуальный («серый город»), эмоционально-познавательный («интересный город»), осязательный («пыльный город»). Представители зарубежных стран указывают историко-возрастные («молодой город»), пространственно-географические («отдаленный город») характеристики, а также характеристики динамичности («занятой город») и контрастности («разный, с резкими различиями город»). Таким образом, важнейшей составляющей образа г. Перми у иностранцев выступают эмоциональные компоненты, свидетельствующие в целом о положительном отношении респондентов к городу, об активной позиции, связанной с познанием и

⁹ Акопов Г.В., Завальный А.Н., Иванова Т.В. Санкт-Петербург: Взгляд из Самары – С.31 – 34.

¹⁰ Лурия А.Р. Язык и сознание. – М.: 1979.

освоением городского пространства. Кроме этого, обращенность к историческим характеристикам, а также характеристиками динамичности и контрастности свидетельствует о тенденции к децентрации в восприятии города, демонстрируемой жителями зарубежных стран.

В представлениях о Перми у его жителей преобладают статусные («город-миллионник», «краевой центр», «один из центров образования Уральского региона»), индивидуально-автобиографические (с точки зрения индивидуальной истории респондентов – «родной», «дом», «знакомства», «общение»), социокультурные («город развлечений») характеристики. В образе города присутствуют также пространственный («Кама») и эмоциональный («город надежд», «злые люди», «любимый») компоненты. В целом, можно выделить 2 тенденции, проявляющиеся в содержании ментальных репрезентаций г. Перми у его коренных жителей: подверженность влиянию стереотипов и проявление эгоцентрической позиции по отношению к городу как объекту восприятия (город воспринимается сквозь призму субъективного опыта).

В соответствии с подходом Г.В.Акопова, А.Н.Завального, Т.В.Ивановой (2003), город может быть рассмотрен как особая многофункциональная система, включающая в себя индивидуальные, субъектные, личностные и индивидуальные особенности и соответствующие им потребности. Результаты контент-анализа позволили выделить следующие различия в группах коренных жителей Перми и иностранных граждан.

В группе иностранных респондентов были выделены потребности: 1) индивидуальные – 19,6% (потребности в улучшении экологии, в чистоте воздуха, воды в реке Каме, улиц, хорошем освещении, в большем озеленении города); 2) субъектные – 49,02% (потребности в обеспечении порядка на улицах и безопасности движения, улучшении обслуживания в городском транспорте, хороших дорогах, в снижении цен, улучшении инфраструктуры, в качественных продовольственных и промышленных товарах); 3) личностные – 12,75% (потребности в открытости со стороны жителей Перми, в знании ими английского языка, в культуре общения, в большем количестве развлекательных центров); 4) индивидуальные – 18,63% (потребности в сохранении памятников архитектуры и улучшении современной архитектуры, в реставрации старинных зданий и превращении их в музеи, в поддержании театральных традиций, в лучшей информированности относительно достопримечательностей города, потребности в метро и новых мостах через Каму).

В группе коренных жителей Перми были выделены потребности: 1) индивидуальные – 35,15%

(потребности в чистоте улиц, хорошем освещении, в большем озеленении города, своевременной замене труб); 2) субъектные – 43,75% (потребности в хороших дорогах и парковках, в улучшении обслуживания в городском транспорте, в бесплатных спортплощадках, в детских садах, улучшении инфраструктуры, в новом аэропорте); 3) личностные – 10,16% (потребности в заинтересованных, бескорыстных людях в правительстве, в мэре-патриоте, сильном человеке); 4) индивидуальные – 10,94% (потребности в сохранении и реставрации памятников культуры и архитектуры, в новом стадионе, аквапарке, потребности в метро и новом мосте через Каму)

Первые две позиции в рейтинге групп потребностей, обозначенных респондентами обеих групп, занимают субъектные и индивидуальные потребности, однако выраженность индивидуальных потребностей в ответах коренных жителей Перми выше, чем в ответах иностранцев. Таким образом, Пермь в представлениях жителей зарубежных стран и коренных ее жителей в первую очередь город-индивид и город-субъект.

Выводы. Результаты исследования позволяют выявить как общие, так и специфические особенности в образе города Перми у иностранцев и коренных жителей города Перми.

1. К числу общих тенденций можно отнести то, что в качестве наиболее значимых и определяющих структурных компонентов психологических репрезентаций города Перми выступают пространственный («большой город»), визуальное-эстетический («грязный город») компоненты. В представлениях жителей зарубежных стран и жителей города Пермь наделяется характеристикой провинциальности. Обе группы респондентов уделяют большое внимание такой характеристике городской среды как статус города, считают, что Пермь имеет важный экономический («промышленный город, центр») и социокультурный статус («культурный центр, культурная столица»).

2. Наряду с общими тенденциями были выделены также специфические особенности в образе города Перми. Данные особенности проявляются в том, что в сознании представителей зарубежных стран Пермь – это город, расположенный вдоль реки Камы, которую можно рассматривать как символ Перми. В качестве ведущих для иностранцев выступают образные компоненты городской среды: эмоционально-эстетический («красивый город»), эмоционально-визуальный («серый город»), эмоционально-познавательный («интересный город»), осязательный («пыльный город»). В отличие от коренных жителей представители зарубежных стран чаще называют историко-возрастные («молодой город»), пространственно-географи-

ческие («отдаленный город») характеристики, а также характеристики динамичности («занятой город») и контрастности («разный, с резкими различиями город»).

3. Иностранцев отличает положительное отношение к городу, активная позиция, связанная с познанием и освоением городского пространства. Основными опорными точками, формирующим «каркас» городского пространства Перми в образных репрезентациях иностранцев, выступают объекты, имеющие архитектурную, историческую и культурную ценность, а также объекты, имеющие принципиальное значение с точки зрения передвижения и размещения в Перми. Для иностранных граждан значимыми являются индивидуальные потребности (потребности в улучшении экологии, в чистоте воздуха, воды в реке Каме, улиц, хорошем освещении, в большем озеленении города) и субъектные (потребности в обеспечении порядка на улицах и безопасности движения, улучшении обслуживания в городском транспорте, хороших дорогах, в снижении цен, улучшении инфраструктуры, в качественных продовольственных и промышленных товарах).

4. Жители Перми отличаются дифференцированностью представлений о пространственной организации города, чаще по сравнению с иностранцами изображают: пути (городские маршруты), районы и микрорайоны (городские территории), узлы, городские ориентиры. По сравнению с иностранцами жители города Перми в большей мере ориентированы на статусные, индивидуально-автобиографические, социокультурные характеристики города. Символами города для его жителей выступают, наряду с культурно и архитектурно значимыми объектами, крупные торговые центры, берущие на себя функцию обеспечения досуга. Значимыми являются субъектные и индивидуальные потребности, однако выраженность индивидуальных потребностей в ответах коренных жителей Перми выше, чем в ответах иностранцев (потребности в чистоте улиц, хорошем освещении, в большем озеленении города, своевременной замене труб). Полученные результаты исследования могут быть использованы в качестве рекомендаций в сфере туристического менеджмента, при разработке стратегии культурной политики г. Перми, учтены в плане архитектурной застройки города (в частности, в решении вопроса сохранения такой характеристики, как узнаваемость города Перми).

TWIN CITIES FOR RUSSIAN AND FOREIGNERS: PECULIARITIES OF PSYCHOLOGICAL REPRESENTATIONS

© 2011 S.U.Zhdanova, O.I.Kilchenko^o

Perm State University

In the article the problem of man and environment interrelation is investigated. The study results of the psychological representations of the Perm city by native citizens and foreigners are presented. The generic and specific peculiarities are determined. As far as the generic peculiarities are concerned it is important to note that the most significant elements of the psychological representations are the spatial and the visual-aesthetic ones. As for the specific features the key structural elements, singled out on the basis of foreigners' perception study, are historical and age-specific («young city»), spatial and geographic («remote city»), dynamic («busy city»), the image components as well are emotional and aesthetic («fine city»), emotional and visual («the grey city»), emotional and cognitive («interesting city») and tactile («dusty city»). Foreigners seem to have a positive and active attitude towards the city, that is expressed by the perception and assimilation. The citizens of Perm seem to have a varied conception of the spatial organization of the city, the most significant characteristics for them are the status, the individual and autobiographic ones.

Keywords: image of the city, space-time characteristics, cognitive maps of the city.

^oSvetlana Yuryevna Zhdanova, D. Sc. in Psychology, Associate Professor, Head of the Psychology of Development department. E-mail: svitlana@perm.raid.ru
Olga Ivanovna Kilchenko, Cand. Sc. in Psychology, Associate Professor of the Psychology of Development department. E-mail: 2520557@inbox.ru