SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Research the image of Samara city by students of the different professional groups

Davydkina, Lubov

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Davydkina, L. (2012). Research the image of Samara city by students of the different professional groups. *Modern Research of Social Problems*, 1, 1-18. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-333079

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Basic Digital Peer Publishing-Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:
http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/

Terms of use:
This document is made available under a Basic Digital Peer Publishing Licence. For more Information see:
http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

УДК 316.6

ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗА ГОРОДА САМАРЫ СТУДЕНТОВ РАЗНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУПП

Давыдкина Любовь Владимировна

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия,

г. Самара, Россия

luperf@yandex.ru

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.*

RESEARCH THE IMAGE OF SAMARA CITY BY STUDENTS OF THE DIFFERENT PROFESSIONAL GROUPS

Lubov Davydkina

Povolgskiy State social-humanitarian Academy of Samara, Samara, Russia

luperf@yandex.ru

The article presents results of the research of psychological areas in structure of an image of city of different professional groups: reveals value of psychological zoning of city space during structuring of an image of city. 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.*

Исследования образа пространственной среды, поведения человека в пространстве, в социальной среде современного города стали набирать обороты и вызывать интерес различных научных течений как отклик на усиливающиеся процессы урбанизации.

Проблема образа города, репрезентации городского пространства в сознании субъекта раскрывается в той или иной степени в проблематике таких направлений, как социальная психология (С.Милграм и др.); психология восприятия городской среды и образа города (М. Хейдметс, М. Раудсепп, Т. Нийт, М. Черноушек, Х. Э. Штейнбах, В.И Еленский, С. Милграм, К. Линч, Дж. Голд); психология когнитивных карт (Э. Толмен и др.) и ментальных репрезентаций, а также когнитивных аспектов восприятия и хранения информации (Ч. Осгуд, Дж. Келли, У. Найссер, Р.Л. Солсо); отечественная теория образа и отражения (И.М. Сеченов, В.М. Бехтерев, Б.Г. Ананьев, А.Н. Леонтьев, Б.Ф.Ломов, В.А.Ганзен); в теории деятельности и психосемантике (А.Н. Леонтьев, В.Ф. Петренко, Е.Ю. Артемьева, Ю.К. Стрелков, В.П. Серкин); в теории ментальности и социальных представлений (С. Московичи, С.П. Дырин, Ю.М. Забродин, В.Н. Топоров, В.А. Шкуратов, Н.А. Хренов); в

теории группового сознания (Г.В. Акопов и др.), теории городской ментальности и провинциальности (Т.В. Семенова (Иванова) и др.).

Однако если бросить ретроспективный взгляд на исследования, которые проводились в течение последних 50 лет в рамках разных научных направлений, таких как социология, география, социальная экология, экологическая социология, экопсихология то мы увидим, что полученных в рамках данных направлений данных часто оказывается недостаточно для формирования полноценных объяснительных моделей. Социально-психологический анализ оказывается остро необходим, поскольку позволяет исследовать город не только как социальную общность или систему социальных групп, но и как форму проявления группового сознания, что не входит в рамки других научных направлений.

Предметом нашего исследования являются «психологические районы» как структурный компонент группового образа города Самары студентов разных ВУЗов и профессиональных групп, жителей г. Самара. Предполагается, что «психологические районы» существуют как структурная единица группового образа города и они схожи у студентов разных профессиональных групп.

Целю исследования было доказать существование «психологических районов» в структуре образа города Самара студентов разных ВУЗов и специальностей, выявить механизм формирования «психологических районов», а также дать содержательную характеристику «психологических районов» образа города Самара, выявленных на примере студентов разных профессиональных групп.

Проблема «психологического района» и «психологического районирования», как процесса структурирования образа городского пространства, упирается в проблему образа города и определения подходов к его изучению. Методология нашего подхода к проблеме образа города основывается на четырех основных понятиях:

1. образ города как составляющая городской ментальности;

2. групповой образ города как система социальных представлений;

3. образ города как результат апперцепции;

4. взаимосвязь образа города и социально - пространственного поведения.

Образ города раскрывается через представления о городе и городской жизни, доминирующие в групповом сознании [1]. Он тесно связан с ментальностью, то есть с групповым сознанием, проявленным в определенном пространстве и конкретном историческим времени [2].

Городская среда формирует менталитет своих жителей посредством комплекса географических, социальных, экологических, экономических факторов [3]. С другой стороны, менталитет, через систему социальных представлений, конструктов и транслируемых ценностей формирует модель мира и архетип города, а через них и образ города , или непосредственно воспринимаемой индивидом городской среды [4]. В структурировании образа города огромную роль играют ценностные и потребностные структуры личности субъекта [5, 6, 7, 8].

Если взглянуть на проблему образа города со стороны когнитивной психологии, то пространство города представлено в сознании реципиента элементами двух видов: эйдетическими (имагенами - представлениями разной модальности) и семантическими (логогены - категории-значения) [9, 10, 11]. Имагены имеют несколько уровней абстракции и наполнены эмоциональным содержанием. Логогены – это значения, посредством сетевых отношений связанные с образами (имагенами), а также с другими подобными значениями [9]. И те, и другие элементы в комплексе образуют единый семантический конструкт – когнитивную карту города [12]. Если к этой когнитивной карте подключаются значения, обладающие более высоким уровнем абстракции, то такую систему значений можно определить как «образ города» [13, 14, 15, 16].

Образ города может быть результатом осмысления окружающей действительности как одного индивида, так и коллективным творением (Л.В. Шабанов). Групповой образ города (будем называть его ментальной картой города, опираясь на родственные связи со словом «ментальность») сочетает в себе элементы образа, свойственные каждому из тех, кто внес в него свой вклад. Поэтому, обращаясь к теории социальных представлений, можно утверждать, что образ города группового субъекта представляет собой систему социальных представлений группы о городе, в котором она проживает, и, следовательно, который воспринимает как среду своего обитания, пространство своей жизнедеятельности (Д.В. Полежаев, С. Московичи, Д. Вайшайвер).

Выделенные на основе результатов проведенных К. Линчем исследований 5 элементов образа города - пути, границы, районы, узлы и ориентиры (мы будем называть их «психологическими доминантами») – являются простейшими семантическими элементами структуры образной репрезентации пространства в сознании человека, наподобие слов и понятий, только в образном, неречевом эквиваленте (И. Бидерман, 1993). Они представляют собой не сами объекты городского пространства, а их обобщенную абстрактную характеристику, их ориентировочное значение. Такие абстрактные образные понятия мы обнаруживаем у В.Ф. Петренко в исследованиях невербальной семантики [17].

Выделяя из окружающей среды объект, когнитивные структуры человека формируют образ-имаген (абстрактная схема объекта), смысловое наполнение (семантические связи с другими объектами и значениями-логогенами) и ценностный ранг (уровень потребностной значимости). Вот из таких единичных конструктов и состоит, мы полагаем, когнитивная карта города на ее самом примитивном уровне. Ментальность, как глубинная структура восприятия мира, определяет основной остов структуры группового образа города.

Таким образом, городское пространство отражается в сознании человека в виде целостного образа или когнитивной карты, а структура внутренней ментальной модели, взаимосвязи между ее объектами, взятыми из пространства

городской среды, выстраивается через соотношение этих объектов с уже существующей картиной мира и, в зависимости от сферы потребностей реципиента, приобретает свою особенную индивидуальную организацию.

Структура образа города всегда иерархична. Восприятие объектов городской среды во временной перспективе позволяет считывать информацию о городе (его историческом прошлом, доминирующих ценностях и т.д.) постепенно, организуя ее вокруг базового ядра. При этом, как правило, таким ядром становится объект городской среды, обладающий «максимальным весом» - то есть наибольшей значимостью для индивида (так называемая «психологическая доминанта»). Вся остальная информация о городе, не зависимо от того, несет ли она пространственные или социальные его характеристики, организуется вокруг этой «доминанты» [15, 16]. После того, как определены значимые объекты, которые, в свою очередь, являются объектами удовлетворения потребностей реципиента, наибольший «вес» в его образе города приобретают те объекты городской среды, которые за счет тех или иных (чаще всего объемно-пространственных) характеристик выделяются среди других объектов.

Социальное и территориальное поведение человека в городе напрямую зависит от того образа пространственной среды, который сложился в его сознании. С другой стороны, этот образ пространства не может возникнуть без процессов освоения, ориентировочной деятельности, социальных отношений, в которых он постоянно уточняется и трансформируется [6,10]. Поэтому в разделении пространства города на районы большую роль играют явления, связанные с поведенческими аспектами, такие как территориальность, пространственная идентификация и персонализация [13, 18, 19].

«**Психологический район» -** элемент социокогнитивной карты (группового образа города), обособленный в сознании субъекта (индивида или социальной группы) от остального пространства города. Такое «обособление» «психологического района» происходит на основании субъективных критериев «психологического районирования».

Хотелось бы отдельно остановиться на экспериментах, проводимых под руководством Т.В. Семеновой [2], т.к. результаты этих экспериментов легли в основу наших исследований.

Т.В. Семеновой проводился эксперимент «психологическое ядро города» («Рисованная карта города»). Целью исследования было определение факторов, влияющих на формирование образа города, а также выявление наиболее значимых для жителей города объектов, которое можно объединить понятием «ядро города» [2].

Под руководством Т.В. Семеновой, а также совместно с Е.А. Батыревой, автором проводился эксперимент «Образ города» (анкета «Мой город»)[1]. Анкета была разработана и впервые апробирована Т.В. Семеновой (Ивановой) и Е.А. Батыревой с целью изучения социальных представлений о городе. В эксперименте Т.В. Семеновой (Ивановой) и Е.А. Батыревой приняли участие 70 человек разного пола, возраста, представляющие все районы города Самары. Наше исследование проводилось в 3 городах Самарской области – в Самаре, Тольятти и Жигулевске.

По результатам исследования был сделан вывод о том, что «психологическое ядро» города Самары находится в Самарском, Ленинском и Октябрьском районах, где расположен «старый Город». Эти районы более детально и четко представлены в сознании горожан как наиболее любимые и красивые. Гораздо хуже представлены нелюбимые районы – Кировский и Промышленный, особенно у жителей центра.

Сравнение результатов между группами, сформированными по району проживания, также показало, что предпочитаемые районы часто совпадают с районом проживания респондентов. В результате выявилось 2 группы предпочтений. В первую группу входят Ленинский, Октябрьский, Железнодорожный и Советский районы, где люди, кроме своего, также отдают предпочтения

[1] Семенова (Иванова) Т.В. Городская ментальность как предмет психологического исследования. – Самара, 2003.

Октябрьскому району; а во вторую - Кировский, Промышленный и Красноглинский районы, где отдают предпочтение еще и Промышленному району.

В отношении *городских территорий* было установлено, что районы в сознании горожан отличаются от административных. Например, Кировский район представлен в городском сознании в виде двух территорий: Безымянский район и Металлург. «На слуху» названия «Приволжский» район (вместо Волжского) и «15й микрорайон», хотя места их точной «дислокации» в пространстве города в городском сознании не определены.

Совмещение результатов исследования по трем городам, Самаре, Тольятти и Жигулевску, показали, что психологические районы существуют всегда, не зависимо от качества административного районирования. Причем в больших городах районирование идет по историческому критерию, в зависимости от времени образования районов. В деревнях и малых городах – по территориальному (по пространственной удаленности частей). В Самаре люди подсознательно «сжимают» территорию города, забывая назвать часть менее значимых для них районов; в Тольятти наоборот, проявляется тенденция компенсировать недостаток районов за счет включения пригородных территорий.

Таким образом, исследование по анкете «Мой город» проводилось с опорой на вербальный когнитивный материал, то есть предметом исследования выступали социальные представления о пространстве города разных социальных групп.

Эксперимент *«темпоритм, или средняя скорость пешеходов»* проводился автором под руководством Т.В. Семеновой в рамках дипломного проекта, целью которого было изучение влияния административных районов, а точнее меры «центральности-провинциальности» этих районов на поведение горожан, в данном случае на изменение их скорости передвижения по пешеходным путям.

Практическим выводом из полученных в ходе данного эксперимента результатов стало то, что в разных административных районах города скорость

пешеходов действительно различна, и положительно связана со степенью удаленности района от социально-признаваемого центра города[2].

Результаты этого исследования повлияли на формирование гипотезы о том, что разные районы города обладают разным психологическим «весом» в сознании горожан, что может проявляться не только на уровне сознания или эмоционального отношения, но и на уровне поведенческих реакций.

В проводимом автором пилотажном эксперименте было задействовано семь модификаций опросников (5 вариантов и 2 типа), результаты двух из которых имели решающее значение. Анкеты различались по типу организацией вербального компонента. Разные варианты анкет отличались организацией визуального компонента.

В результате пилотажного исследования наиболее соответствующие целям исследования результаты были получены при использовании анкеты №4, в которой «открытый» вербальный компонент позволял респонденту руководствоваться собственными критериями при выборе значимых для него территорий и районов; а имажинальная часть анкеты представляла собой некий сплав географической карты и «группового образа», где в качестве образной составляющей была использована карта города, а в качестве вербальной - только основные пути и ориентиры «группового образа» города (вариант Е), выделенные в результате обобщения проведенных ранее исследований (Т. В. Семенова (Иванова), 2003, Л.В. Перфильева, 2003-2004, Е.А. Батырева, 2003, О.А. Мартынова, 2003). Это позволило респондентам быстро ориентироваться по карте, находить и указывать места, не связанные с обозначенными на ней объектами, даже в том случае, если у респондента плохо развиты способности к пространственному мышлению, указывая при этом реальные границы выделенных районов.

[2] Семенова (Иванова) Т.В. Городская ментальность как предмет психологического исследования. – Самара, 2003.

В диссертационном 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 городского пространства: менеджеры, инженеры-проектировщики, архитекторы, директор по кадрам, программисты и др.

В целях стандартизации ответов респондентов для последующей статистической обработки 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.

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-Овсеенко», в который входят «Книжка» (Книжный рынок на ул. Антогова-Овсеенко), ул. Антонова-Овсеенко, ВШПП №9, Корпус СамГПУ;

8. «Ипподром», в который входят Ипподром, Самолет-Штурмовик Ил-2, Шоколадная фабрика «Россия» и др.;

9. «Металлург», в который входят Металлург (Парк Металлург, Стадион Металлургов, Стадион «Металлург»), Кладбище, пр. Металлургов, пл. Кирова;

10. «Аврора», центром которого является ТЦ «Аврора»;

11. «Аквариум», центром которого является ТЦ «Аквариум» (см. рис. 1)

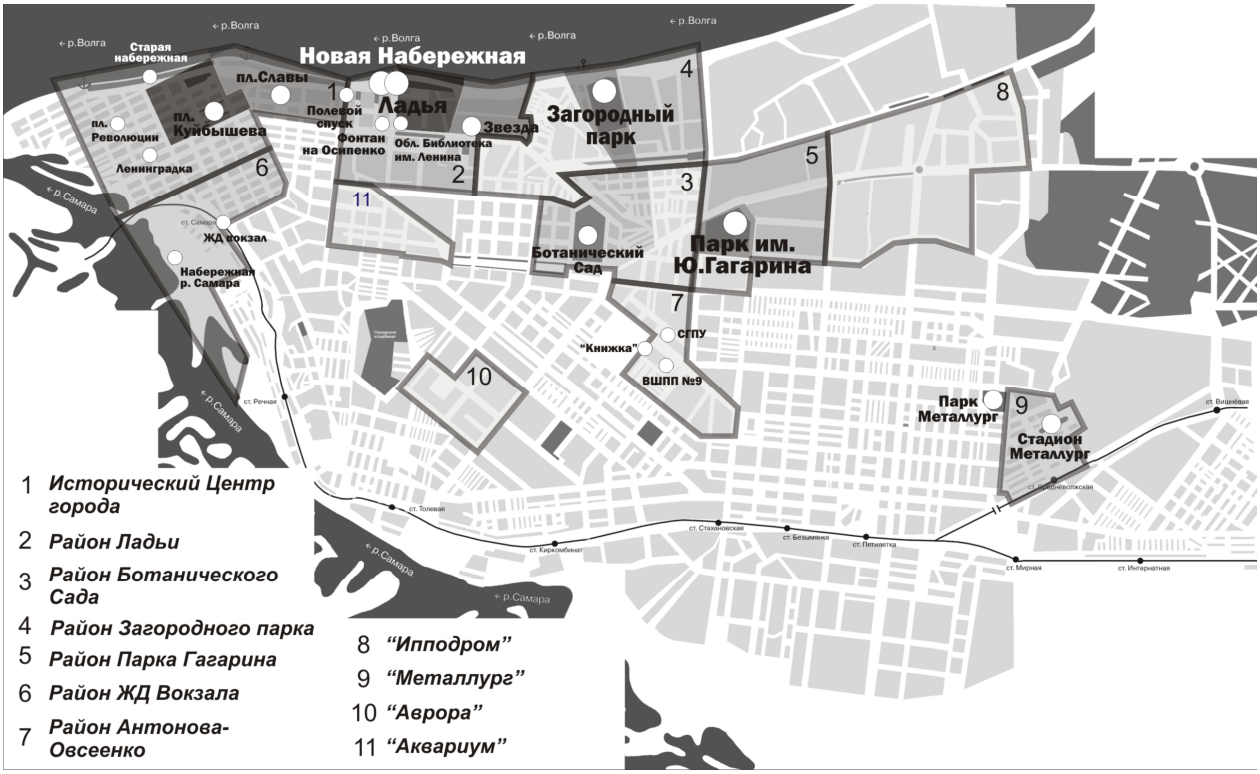

Рис. «Психологические районы» групп студентов ВШПП, СГПУ, СГО СГППК, СамГУ и работающих респондентов.

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 «районы», 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-Овсеенко»). 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 Железнодо-

рожного 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 слаборазвитых районов, населенных «футбольными фанатами» и «криминальными элементами».

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-голбых 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 районы» 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.)

В результате исследования было выделено 10 критериев «психологического районирования» городского пространства: 1. по *потребностно-территориальному* принципу («место проживания», «место учебы», «место работы»); 2. по критерию *самоидентификации* («стадион Металлург» - «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. п*о социально-территориальному* принципу («проживают родственники», «место бывшего проживания»); 8. по *интересам* («опера», «футбол»).; 9. в соответствии с бытующими с*оциальными представлениями* («еврейский район», «гопнический район»), 10. по *архитектурно-градостроительному* принципу («узкие улочки», «высотки-девятиэтажки»). В качестве критерия районирования не проявляется «соседство» [13], слабо проявляется районирование по социально-экономическому критерию [16].

Результаты исследования позволили сделать следующие выводы:

- «психологические районы» действительно являются структурным компонентом образа города. Они могут различаться по своей структуре (как, например, у групп архитекторов и психологов), но выявляются всегда с характерной регулярностью у всех экспериментальных групп. «Психологические районы» схожи у разных профессиональных групп студентов. Однако «психологические районы» группы студентов СГАСУ имеют отличия от «психологических районов» остальных групп в силу особой профессиональной компетентности ее членов. Выделенные «психологические районы» образа города архитекторов имеют однородную структуру и являются элементом их профессионального сознания; можно сказать, архитекторы «мыслят город районами». В то время как психологические районы других экспериментальных групп проявляются как своеобразные комплексы «психологических доминант».

- социальные установки и стереотипы как качественные характеристики «психологических районов» слабо связаны с эффектами территориальности, групповой идентичности и самоидентичности, а гораздо более связаны с качествами городской среды (эстетичностью, представимостью, историческими характеристиками), а также с потенциальными возможностями, которыми обладает среда для удовлетворения потребностей субъекта восприятия.

Представленное исследование показывает, что социально-психологический подход к исследованиям группового образа города и поведения городского субъекта может быть использован при разработке генерального и стратегического планов развития в решении проблем архитектурно-пространственного и социального благоустройства, социально-экономического развития города. Представляемое исследование призвано, в первую очередь, обозначить границы психологической базы концепции человекоориентированного градостроительства.

Литература

1. Акопов Г.В. Проблема сознания в Российской психологии: Учеб. пособие./ Акопов Г.В. Проблема сознания в Российской психологии: Учеб. пособие. – М.: Издательство Московского психолого-социального института, 2004;

2. Семенова (Иванова) Т.В. Городская ментальность как предмет психологического исследования. / Семенова (Иванова) Т.В. Городская ментальность как предмет психологического исследования. – Самара, 2003;

3. Дырин С.П. Содержание термина «менталитет социальной общности»/ Дырин С.П. Содержание термина «менталитет социальной общности»// Тезисы конференции Провинциальная ментальность России в настоящем и будущем – Самара: СамГПИ, 1994;

4. Забродин Ю.М. Категория социального пространства в изучении менталитета / Забродин Ю.М. Категория социального пространства в изуче-

нии менталитета// Тезисы конференции Провинциальная ментальность России в настоящем и будущем – Самара: СамГПИ, 1994;

5. Пидодня Ю.А. Ценности как одна из составляющих образа города //Пидодня Ю.А. Ценности как одна из составляющих образа города // Спец. выпуск Известий Самарского научного центра РАН Актуальные проблемы психологии», №2, 2006 – Самара, 2006;

6. Леонтьев А.Н. Образ мира / Леонтьев А.Н. Образ мира // Избр. психолог. произведения, М.: Педагогика, 1983;

7. Петухов В.В. Образ мира и психологическое изучение мышления / Петухов В.В. Образ мира и психологическое изучение мышления \\Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология.1984, №4., С. 13-20;

8. Доценко Е.Л. Межличностное общение: семантика и механизмы./ Доценко Е.Л. Межличностное общение: семантика и механизмы. – Тюмень: ТОГИРРО, 1998;

9. Солсо Р. Л Когнитивная психология – Пер. с англ. – М.: Тривола, 1996;

10. Ломов Б.Ф. Вопросы общей, педагогической и инженерной психологии. / Ломов Б.Ф. Вопросы общей, педагогической и инженерной психологии. – М.: Педагогика, 1991;

11. Лурия А.Р. Язык и сознание. / Лурия А.Р. Язык и сознание. – М: Изд-во Моск. ун-та, 1979;

12. Толмен Э. Когнитивные карты у крыс и у человека / Толмен Э. Когнитивные карты у крыс и у человека//Хрестоматия по истории психологии. Под ред. Гальперина П. Я., Ждан А. Н. – М.: Изд-во МГУ, 1980;

13. Голд Джордж. Психология и география. Основы поведенческой географии./ Голд Джордж. Психология и география. Основы поведенческой географии. - М.: Прогресс, 1990.;

14. Блинникова И.В. Роль зрительного опыта в репрезентации окружающего пространства/ Блинникова И.В. Роль зрительного опыта в репре-

зентации окружающего пространства// Ментальная репрезентация: динамика и структура. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998;

15. Линч Кевин. Образ города. / Линч Кевин. Образ города. - М.: Стройиздат, 1982;

16. Милграм, Стенли, Эксперимент в социальной психологии. /Милграм, Стенли, Эксперимент в социальной психологии. – СПб: Изд-во «Питер», 2000;

17. Петренко В.Ф. Основы психосемантики./ Петренко В.Ф. Основы психосемантики. – СПб.: Питер, 2005;

18. Плюснин Ю.М. Пространственное поведение человека (методы проксемических исследований). / Плюснин Ю.М. Пространственное поведение человека (методы проксемических исследований). – Новосибирск, 1990;

19. Андреева Г.М. Социальная идентичность: временные и средовые компоненты /Андреева Г.М. Социальная идентичность: временные и средовые компоненты// Психология личности в трудах отечественных психологов. СПб.: Питер, 2000.

Рецензент:

Семенова Татьяна Вениаминовна, д.пс.н., доцент, профессор кафедры социальной психологии Поволжской государственной социально-гуманитарной академии