

СРЕДОВАЯ САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ ЧЕРЕЗ МЕНТАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ ГОРОДА И СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИДЕНТИЧНОСТИ ЛИЧНОСТИ

Е.С. ИВАНОВА, О.Е.ХАЛАЛЕЕВА, КАФЕДРА ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ, ГР.629-1

г. Томск, ТУСУР

Научный руководитель: В. В. Орлова - проф., д.соц.н каф. ФиС., директор НОЦ СГТ ТУСУР

В условиях глобального мира средовая идентификация становится фактором, серьезно корректирующим процессы не только российского, но и мирового развития.

Ключевые слова: средовая идентификация, менталитет, ментальные карты

SREDOVAJ SELF-IDENTIFICATION THROUGH MENTAL IMAGES OF THE CITY AND INFORMATIVE CHARACTERISTICS OF IDENTITY

Khalaleeva O. E.

In a global world sredovaâ identification becomes a factor seriously curative processes not only Russian, but also of world development.

Keywords: sredovaâ identification, mentality, mental maps

Основой самоидентификации личности в изменившихся условиях является не столько базовая потребность в самоуважении, сколько потребность в смысле, в понимании, что способствует наилучшей адаптации и усилению чувства контроля над собственной жизнью. Средовую идентичность можно рассматривать не только в настоящем времени, т.е. кто есть «Я» здесь и сейчас, но и в контексте прошедшего и будущего времен, что позволяет в целом отследить путь развития личности, а также построить стратегию развития на будущее. А непосредственная среда обитания большего количества людей – город - целостная, комплексная среда, обладающая личностно–смысловым наполнением обитания человека. Через специфику восприятия можно познать жизненный мир и обозначить проблемы субъектов городских отношений. В конечном счёте, это позволит лучше понять поведение горожан. В этом и заключается актуальность исследований по представленной теме.

Говоря о средовой идентичности, как о компоненте социальной идентичности, можно разделить ее на временную идентичность и непосредственно средовую идентичность. Непосредственная средовая идентичность в данном случае является городской идентичностью. В качестве представителей групп-носителя городской идентичности могут выступать как жители других городов, так и люди, проживающие в сельской местности. Можно предположить, таким образом, что в содержании городской идентичности представлены два смысловых ядра. Первое включает в себя осмысление норм, правил и ценностей городского жителя вообще, в противопоставлении к сельскому образу жизни («я-горожанин»). Причем в рамках этого контекста, человек не просто живет в городской среде, он к ней относится на основе личностных позиций, установок и интенций. Второе связано с идентификацией с конкретным городом, с ассимиляцией именно его ценностей: «я-петербуржец», «я-москвичка» и т.д. В качестве отдельного аспекта процесса подобных идентификаций может выступать субъективная оценка «столичности-провинциальности» своего города. [3]

Прежде, чем предлагать методики исследования средовой, в частности городской идентичности, необходимо сформировать понятийный аппарат. В рамках данной темы важно сформулировать междисциплинарное понятие «менталитета», так как из различных подходов к этому определению нельзя сформулировать более верный. Поэтому, менталитет – социально-культурный сознательно-бессознательный феномен, который представляет собой слой исторической памяти, «спрессованного» социального опыта как предыдущих, так и ныне живущих поколений, предопределяющий синхронизацию переживаний и алгоритмов социального действия большинства членов социума, обеспечивая его целостность в пространстве и времени в различных, в том числе и в критических, условиях общественного развития. [1]

Проблема идентичности, изучающаяся с применением разной степени формализованных методик, как правило, исследуется с помощью стандартизованных интервью через вопросы с

предлагаемыми вариантами ответов на них. Однако для всестороннего и глубокого изучения такой сложной и многоаспектной темы, как идентичность, недостаточно использовать только строго стандартизированные методики.

Особенностью исследований социальной идентичности является то, что они посвящены феномену, который имеет глубокую личностную основу и практически не поддается изучению с помощью прямых вопросов. Поэтому на начальном этапе исследования, как правило, важно сначала составить представление о сути наблюдаемого явления, о внутренней структуре идентичности, о том, какой она видится разным "носителям" в "поле" и осознаётся ли на уровне эмоций, чувств или рассудка, рефлексии.

Образ города – это также субъективный, личностный процесс восприятия, понимания, ощущения горожан. Географически (или физически) город представляет собой, прежде всего, особое трехмерное пространство. Но субъективное восприятие этого пространства более многомерно: как говорит Линч, город – это не только то, что может увидеть глаз, не только то, что может услышать ухо; это пространство, которое можно воспринимать не только органами чувств непосредственно, но и на уровне абстракций и воображения, и даже темпорально: оно различно в разное время суток, днем и ночью, зимой и летом.

Для исследования данного вопроса, исходя из темы, необходимо привлекать непосредственно качественные методики. Здесь наиболее интересным представляется метод ментальных карт, который можно назвать основным, а тест М.Куна и Т.Макпартленда «Кто я?» дополняющим. С помощью последнего содержательные характеристики идентичности личности переносятся и трактуются в контексте средовой самоидентификации. Свою модификацию данного теста представила Румянцева Т.В. в книге «Психологическое консультирование».

Что касается основного метода исследования, то опираясь на концепцию К. Линча, можно дать следующую трактовку ментальных карт: ментальные карты - восприятие окружающей среды индивидуумом. Это индивидуальная карта известного человеку места. Ментальные карты можно исследовать: спрашивая путь к ориентиру или месту; прося выполнить набросок места или описать его; прося назвать как можно больше мест за короткое время.[4]

В распоряжении социолога ментальные карты – это исследовательский метод и одновременно продукт применения этого метода. Получаемые в итоге карты суть спровоцированные, или целевые (выполненные для целей проводимого исследования) документы.[2]

Таким образом, изученная теоретическая основа и подобранный инструментальный аппарат исследования помогут изучить средовую идентификацию через ментальные образы города и содержательные характеристики идентичности личности.

Литература

1. Ашхамахова, А. А. Феномен менталитета: анализ зарубежных исследований / А. А. Ашхамахова // Современное право. - 2006. - N 1. - С. 62-66.
2. Веселкова, Н. В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования / Н. В. Веселкова // Социология: методология, методы, математическое моделирование. - 2010. - N 31 (июль-декабрь). - С.5-29.
3. Каракова, Т. В. Средовая интервенция в формировании городской ментальности / Т. В. Каракова, К. Д. Барова // Промышленное и гражданское строительство. - 2010. - N 8. - С.11-13.
4. Линч, К. Образ города/ К. Линч ; ред. А. В. Иконников ; пер. В. Л. Глазычев. - Москва : Стройиздат, 1982. – 328с.