

Микляева А.В., Румянцева П.В. **Городская идентичность жителя современного мегаполиса: ресурс личностного благополучия или зона повышенного риска? – СПб.: Речь, 2011. – 159 с.**

Исследование выполнено при поддержке гранта РГНФ 08-06-00297а.

Содержание

Введение

1. Город как объект социально-психологического исследования

1.1. Понятие города. Специфика городского образа жизни

1.2. Столичные и провинциальные города: социально-психологический аспект

2. Городская идентичность личности

2.1. Социально-психологические категории, семантически близкие понятию «городская идентичность»

2.2. Городская идентичность как компонент социальной идентичности личности

3. Место городской идентичности в структуре социальной идентичности жителя мегаполиса

4. Специфика городской идентичности жителей мегаполиса и провинциального города (сравнительный анализ)

5. Становление городской идентичности личности в условиях мегаполиса: возрастной аспект

6. Трансформация городской идентичности в ситуации переезда в мегаполис

7. Методический тренинг «Как помочь будущим студентам адаптироваться к условиям жизни в мегаполисе»

8. Тренинг толерантного отношения коренных жителей крупного города к вновь приезжающим

Заключение

Литература

Приложение 1. Методики диагностики городской идентичности

Проективная методика исследования городской идентичности

Проективный рисунок «Я — житель моего города»

Приложение 2. Программа исследования места различных компонентов в структуре социальной идентичности личности

Введение

По данным социологов, в современной России наблюдается тенденция к урбанизации, которая проявляется как в росте количества городов, так и в интенсивном развитии и укрупнении уже существующих [Казанцев, Светульников, 2004]. Наблюдается активный отток жителей из сельской местности в города, преимущественно крупные. Некоторые ученые склонны даже говорить о том, что в самое ближайшее время можно прогнозировать не просто преобладание городского образа жизни над сельским, а утверждение «всеобщего городского стиля жизни» [Иванова, 2003].

Психология, обращаясь к городской проблематике, чаще всего изучает вопросы, связанные с восприятием архитектуры [Линч, 1986] и городского пространства в целом [Глазычев, 1995 и др.]. Значительно реже предметом исследования становится городская и, шире, региональная ментальность [Акопов, 2002; Иванова, 2003] — выражения группового сознания в определенном историческом времени и пространстве. Между тем, в социально-психологической литературе показано, что пространство является важнейшим источником знаний человека о самом себе, одним из оснований формирования его идентичности [Андреева, 2008; Белинская, Тихомандрицкая, 2001 и др.].

Собственно городская идентичность на сегодняшний день попадает в поле зрения исследователей крайне редко. Тем не менее, согласно нашим исследованиям и исследованиям ряда других авторов [Даудрих, 2000; Микляева, Румянцева, 2008; Самошкина, 2006], она является значимым компонентом социальной идентичности современных россиян наряду с традиционно исследуемыми гендерной, этнической, возрастной и профессиональной идентичностями, более того, поскольку городское пространство — крайне важный компонент социальной среды, можно предположить, что параметры городской идентичности, степень ее целостности, интегрированности, или же, напротив, противоречивости и внутренней конфликтности выступают важным фактором поддержания психологического благополучия личности или же развития дезадаптивных тенденций.

Знания о содержании и путях развития городской идентичности в структуре социальной идентичности личности могут быть важны для понимания социального поведения человека в целом. Однако комплексных психологических исследований этого феномена, охватывающих его содержательный и динамический аспекты и определяющих его место в более широкой структуре механизмов регуляции социального поведения, на сегодняшний день, по нашим сведениям, не проводилось. Наиболее близкими к заявленной теме сегодня оказываются исследования, посвященные городской и провинциальной ментальности,

обращающиеся к характеристике группового сознания горожан, а не к закономерностям идентификационных процессов отдельного человека.

Необходимо отметить, что исследование феномена городской идентичности в свете тенденций к урбанизации образа жизни, повышению территориальной мобильности населения является междисциплинарной проблемой и находит свое отражение в социальной психологии, экологической психологии (психологии среды), социологии, философии, культурологии, а также теории градостроительства. Преломляя данную проблему в пространстве социально-психологической терминологии, можно говорить об актуальности исследования городской идентичности человека, динамики ее содержания, кризисов как показателей течения непрерывного процесса адаптации человека к своим «городским» ролям.

Городская идентичность может рассматриваться как показатель социальной адаптации человека лишь в том случае, когда процесс ее формирования предполагает соотношение образа жизни и стиля социального взаимодействия человека с доминирующим образом жизни и характером взаимодействия, принятым в городе. Носителем этих параметров является городская общность («горожане»), которая транслирует нормативные модели поведения, а также задает ориентиры для осмысления различных элементов физической среды города. Таким образом, городскую идентичность следует рассматривать как компонент социальной (не личностной) идентичности, результат идентификации с группой людей, составляющей население того или иного города, и противопоставления населению других городов. В качестве представителей аут-групп для носителя городской идентичности могут выступать как жители других городов, так и люди, проживающие в сельской местности, благодаря чему 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»). Второе связано с идентификацией с конкретным городом, с ассимиляцией именно его ценностей: «я - петербуржец», «я - москвичка» и т. д., а также определением места данного города в континууме «столичность-провинциальность».

Предлагаемая монография содержит теоретический анализ феномена городской идентичности как компонента социальной идентичности личности, а также результаты эмпирических исследований данного феномена. Объектом исследований выступила городская идентичность как компонент социальной идентичности личности, предметом — характер городской идентичности жителя мегаполиса. Результаты исследований позволили описать место городской идентичности в структуре социальной идентичности жителя мегаполиса, специфику городской идентичности жителей мегаполиса в сравнении с жите-

лями провинциального города, основные этапы становления городской идентичности в различные возрастные периоды, а также трансформации городской идентичности в ситуации переезда в мегаполис. Особое внимание уделено сравнительной роли позитивной городской идентичности как ресурса личностного благополучия на различных этапах жизненного пути, а также дезадапционных тенденциям, которые приносят кризисные явления в сфере формирования городской идентичности, актуализирующиеся, прежде всего, в ситуации смены места жительства.

В качестве отдельного раздела в монографии представлены программы семинара по обучению специалистов (педагогов и психологов) технологиям социально-психологического сопровождения молодых людей — образовательных мигрантов, а также методические материалы, предназначенные для создания программ тренинга толерантного отношения к приезжающим в крупный город людям со стороны коренных жителей. В приложении приведены апробированные методики диагностики городской идентичности.

Город как объект социально-психологического исследования

Понятие города. Специфика городского образа жизни

В психологических исследованиях не представлены определения города как специфического социально-психологического феномена. Теоретический интерес к этому понятию, судя по справочной литературе, проявляют преимущественно социология и экономика. «Социологический словарь» трактует «город» в терминах социальной общности и определяет его как социальную территориальную общность, характеризующуюся высокой концентрацией населения на сравнительно небольшом пространстве, занятого преимущественно вне сферы сельского хозяйства: в промышленности, торговле, сферах обслуживания, управления, науки и культуры [Социологический энциклопедический словарь, 1998]. В определении города, представленном в «Финансовом словаре», акцентируется внимание на экономической специфике городской организации жизни. Город понимается как населенный пункт, который характеризуется значительной численностью населения, состоящего преимущественно из рабочих, служащих и членов их семей, занятых вне сельскохозяйственного производства [Финансовый словарь, 2009].

Необходимо отметить, что в России, как и в ряде других стран, присвоение тому или иному населенному пункту городского статуса закрепляется законодательно и зависит, прежде всего, от количества населяющих его жителей. Численность населения как один из основополагающих принципов придания населенному пункту городского статуса рекомендован Организацией Объединенных Наций. С его помощью проще вести статистику по проблемам урбанизации стран. ООН рекомендует считать городами населенные пункты, где проживает не менее 20 тысяч жителей. Согласно российскому законодательству, статус города может быть присвоен тому населенному пункту, в котором проживают не менее 12 тысяч жителей, причем не менее 85 % населения заняты вне сферы сельскохозяйственных работ. Однако в России есть около 200 городов с населением меньше 12 тысяч человек, городской статус которых определяется либо исторической традицией, либо социально-демографическими процессами, ведущими к постепенному сокращению населения.

Современные социологические исследования констатируют постоянное увеличение доли городских жителей в структуре населения различных стран мира. Если в начале XX века в городах проживало около 13 % жителей Земли, то к началу XXI века этот показатель вырос более чем в три раза и составил 46 % (табл. 1). Социологи прогнозируют, что если прогрессивное развитие городов будет сохранять эту динамику, то каждые 38 лет население городов будет удваиваться.

Таблица 1.

Динамика численности городского населения в период с 1900 с 2005 г. (по материалам World Urbanization Prospects, 2005)

<i>Год</i>	<i>Численность городского населения, млн чел.</i>	<i>Соотношение городского населения с населением Земли, %</i>
1900	220	13
1950	736,8	29,1
1980	1740,6	39,1
2000	2853,9	46,6
2005	3164,6	48,6

Отвечая на вопрос о причинах тотальной урбанизации, социологи подчеркивают, что город, в сравнении с деревней, представляет собой совокупность социальных выгод. Традиционно город не рассматривался в качестве ресурса формирования позитивной идентичности личности, а противопоставлялся жизни в «естественных условиях», но в последние годы ценность городов в сознании людей возросла. Городской образ жизни включает в себя множество привлекательных элементов, таких как дифференциация производственной деятельности, досуга, образования, бытовых условий, средств массовой информации, а также обслуживания, связи, транспорта и т. д., которая порождает разнообразие предложений и возможность выбора [Коган, 1990].

Однако социальные выгоды, представляемые городом, — это лишь одна сторона медали. Инновационность города, обеспечивающая обозначенные выше преимущества, зачастую идет вразрез с природосообразностью, тысячелетиями нарабатываемой и закрепляемой сельским образом жизни [Бондырева, Колесов, 2004]. Психиатрами замечено, что жизнь в большом городе является фактором психопатологизации населения. В отечественной науке подобное исследование было проведено С. Я. Брониным, который на материале 415 москвичей показал, что более 50 % жителей большого города (в его исследовании эта цифра составила 51,8 %) находятся на грани психической нормы, причем около 13 % остро нуждаются в лечении [Бронин, 1998]. Еще более устрашающие данные

были получены американскими психиатрами при обследовании жителей Нью-Йорка [Srole, Langner, Michael, Kirkpatrick, Opler, Rennie, 1978].

Причины такого положения дел, судя по всему, весьма разнообразны. Организация жизненного пространства в городе не предполагает соблюдения архетипических правил «внутреннего» и «внешнего»; «внутреннее» приобретает статус публичного, что на фоне типичного для города снижения качества жилища является фактором возрастания психической напряженности [Штейнбах, Еленский, 2004]. Высокая общая численность населения в городах приводит к повышению анонимности и одновременно к постоянному нарушению границ личного пространства конкретного жителя. Неоднозначность норм поведения, широкий диапазон ролей порождают постоянную необходимость выбора собственной стратегии поведения, что также не способствует психологическому равновесию. В этом смысле очень показательны результаты исследования, в котором на примере индейских женщин, перенесших психотравмирующее событие и сменивших по этой причине место жительства («переезд для исцеления»), было показано, что сельская среда, в отличие от городской, обладает психотерапевтическим эффектом. Женщины, переехавшие в новый город, обнаруживали на новом месте жительства значительно меньше ресурсов для совладания со своими переживаниями, в то время как сельская среда предоставляла выбравшим ее женщинам четкие поведенческие и религиозно-нравственные ориентиры для реорганизации собственной жизни [Stander, 2000].

Таким образом, становится очевидным, что город — это не только географическое, экономическое или социально-демографическое явление, представляющее интерес исключительно для соответствующих наук, но и важнейший объект психологических исследований, прежде всего как фактор личностного развития и психологического благополучия конкретного человека.

Столичные и провинциальные города: социально-психологический аспект

В науке приняты различные основания для классификации городов. По градообразующему фактору выделяют: индустриальные, транспортные, оздоровительные, образовательные, административные, курортные и др., а также многофункциональные города. По численности населения выделяют: мегаполисы (несколько сросшихся городов); крупнейшие города (более 500 тыс. жителей); крупные города (от 250 до 500 тыс. жителей); большие города (от 100 до 250 тыс. жителей); средние города (от 50 до 100 тыс. жителей); малые города (менее 50 тыс. жителей) [Хорев, 1981]. Однако в бытовом сознании одной из самых популярных «классификаций» остается деление городов на «столичные» и «провинциальные» [Ефремова, 2006].

Понятия «столичности» и «провинциальности» традиционно рассматриваются в оппозиции друг другу. При этом основания для дифференциации столичных и провинциальных городов крайне неоднозначны.

К первой группе подобных критериев можно отнести *численность населения*, которая, по мнению В.В. Вагина [1997], является ключевым показателем столичности или провинциальности города. «Столично-провинциальные отношения» между городами складываются не в рамках страны в целом, а в рамках отдельных регионов, крупные города в которых становятся центрами, приобретая «столичный» статус и оставляя средним и малым городам роль областной периферии.

Вторая группа критериев различий между столичными и провинциальными городами связана с *доступностью для населения различных ресурсов*, прежде всего экономических, политических и культурных. Соответственно, можно говорить об экономическом, политическом и культурном критериях.

Экономический критерий связан с уровнем развития промышленности. Для провинциального города характерны доиндустриальный или индустриальный уровень, традиционные технологические подходы, зависимость экономической эффективности преимущественно от внешних факторов: распределения бюджетных ресурсов, получения заказов и т. д. Столичные города, напротив, характеризуются постиндустриальным уровнем развития производства, применением новейших технологий и разработок, разнообразными стратегиями самостоятельной экономической деятельности предприятий.

Политический критерий определяется «объемностью» решений, которые могут самостоятельно приниматься законодательной властью: столичные города в этом смысле зачастую получают определенные свободы в сравнении с провинциальными, что во многом детерминировано и спецификой их экономического положения. Помимо этого, для столичных городов в большей степени, чем для провинциальных, характерен плюрализм политических мнений и позиций.

Культурная специфика столичных и провинциальных городов задана различной степенью доступности «культурных ресурсов» (театров, музеев, выставок и т. д.), а также уровнем интереса к различным культурным событиям, который в столичных городах, как правило, выше, чем в провинциальных [Вагин, 1997].

Третью группу критериев, дифференцирующих столичные и провинциальные города, составляют разнообразные *особенности жизнеустройства их жителей*. Согласно результатам исследований Ж. Д. Ефремовой [Ефремова, 2006], образ жизни, типичный для провинции, отражает основные черты традиционного русского менталитета:

- бинарность, сочетание черт, составляющих абсолютные смысловые противоположности;
- тяготение к одному из полюсов и постоянный переход из крайности в крайность;
- тяга к абсолютным ценностям и связанные с этим утопизм сознания, склонность к глобальному переустройству всей жизни;
- аффективность, преобладание чувственного восприятия над рациональным, приоритет духовно-нравственных ценностей над практическими результатами;
- незрелость индивидуалистического начала;
- консерватизм социально-политических, социально-экономических и ценностных установок населения.

Соответственно, столичный менталитет в значительно большей степени характеризуется внутренней непротиворечивостью базовых убеждений, прагматизмом, рационализмом, представлениями об относительности добра и зла, приоритетом индивидуалистического начала над коллективистическим.

Еще одну группу критериев дифференциации провинциальных и столичных городов предлагает Г. В. Акопов [2002]. Автор называет их ***пространственно-временными критериями***. Для столичных городов, в отличие от провинциальных, типично большое количество значимых событий в единицу времени. Для провинции, напротив, характерно более медленное течение как исторического времени, которое позволяет соотнести актуальный уровень цивилизационного развития города с «эталонными», прогрессивными городами, так и хронологического, определяющего более спокойный «ритм жизни». Кроме того, столичные города отличаются от провинциальных организацией пространства: размерами, характером застройки, удаленностью от центра. Таким образом, дихотомия «столичность — провинциальность» становится мерой пространства и времени.

Опираясь на идеи Г. В. Акопова, Т. В. Иванова [2003] выделяет следующие ***признаки столичности-провинциальности через призму специфического психологического феномена — «городской ментальности»*** как феномена группового сознания:

- городские ориентиры (символы города) — основные достопримечательности города, по которым его узнают даже за его пределами: чем больше таких «символов», тем менее город провинциален, и наоборот;
- городские территории — «дробность» городского пространства, количество административных и представленных в обыденном сознании («психологических») районов: чем меньше районов, тем более провинциален город, и наоборот;

- городские маршруты — «общие» пути, основные улицы города: чем меньше количество маршрутов и их длина, тем более провинциален город, и наоборот;
- высотность — средняя этажность домов в городе, представленная в обыденном сознании: чем выше этажность, тем более столичен город, и наоборот;
- темпоритм — динамичность основных городских процессов (скорость передвижения по городу, скорость распространения информации, скорость речи и др.): чем ниже скоростные показатели, тем более провинциален город, и наоборот;
- психологическое ядро — объекты, наиболее значимые для всех горожан и безошибочно узнаваемые ими: для провинциального города характерно «монолитное» ядро, в столичном городе таких ядер несколько;
- историческое прошлое города — значимые в масштабе страны исторические события, отраженные в сознании жителей города: в провинциальных городах, в сравнении со столичными, таких событий значительно меньше.

В силу формальных различий в численности населения, размерах, а также особенностей менталитета, *проживание в мегаполисе, в сравнении с провинциальным городом, имеет выраженную социально-психологическую специфику.*

Большая численность населения определяет особый, отличающийся от провинциального стиль взаимодействия между жителями мегаполиса. В социальной психологии со времен исследований Ф. Зимбардо, проводившихся в 1970-х гг., известен эффект деиндивидуализации, типичный для больших городов и приводящий к снижению социального контроля за каждым конкретным человеком. Воспользовавшись понятием, которое в 1952 г. было предложено Л. Фестингером, А. Пипетоуном и Т. Ньюкомбом, Зимбардо экспериментально подтвердил предположение о том, что для больших городов типична обезличенность, которая повышает анонимность поступков отдельного человека и позволяет горожанам чаще выходить за рамки нормативного поведения. Для этого эксперимента Зимбардо приобрел два старых автомобиля и оставил их с открытыми капотами и без номерных знаков в двух разных местах: один в Нью-Йорке, другой — в небольшом городке Пало-Альто. Машина, оставленная в Нью-Йорке, за трое суток перенесла 23 эпизода краж и проявлений вандализма, тогда как второй машиной заинтересовался в течение недели только один житель Пало-Альто: он закрыл капот, потому что начинался дождь.

Снижение социального контроля, в свою очередь, приводит к размыванию норм и правил поведения, что создает условия для проявления различных поведенческих девиаций, которые, закрепляясь, ложатся в основу разнообразных городских субкультур. Благодаря этому жители мегаполисов, ежедневно сталкивающиеся с самыми разнообразными поведенческими проявлениями людей, проживающих в том же городе, в целом более то-

лерантны к поведению, выходящему за рамки норм магистральной культуры, в сравнении с населением провинциальных городов.

В провинциальных городах, напротив, возникает специфическая городская община с четкими нормами и правилами поведения. Социальный контроль здесь значительно выше, чем в мегаполисе, поскольку все жители на виду, «все знакомы со всеми». Любой выход за предписываемые рамки нормативного поведения осуждается, уровень толерантности к поведенческим девиациям в провинциальных городах значительно ниже.

Специфические черты жизни в мегаполисе добавляет большая численность населения, благодаря которой возникает эффект краудинга (от англ. crowd — толпа) — специфической формы стресса, вызванного субъективным переживанием нехватки пространства, нарушения личных границ, ограничения личной территории.

Территориальное поведение человека активно исследуется в зарубежной психологии с 1920-х гг. Обобщая полученные результаты, И. Альтман [Altman, 1988] выделил схожие моменты различных определений человеческой территориальности, одни из которых сродни территориальному поведению животных, а другие характерны только для людей:

- территориальность всегда связана с определенным местом, географическим объектом, владение которым может быть как индивидуальным, так и коллективным, причем «владелец» контролирует поведение других людей относительно «своего» места;
- данное место всегда наделено в сознании владельца определенной «функцией»;
- собственная территория всегда обозначается субъективно значимыми «маркерами» — предметами или знаками, несущими информацию о своем хозяине;
- наиболее ярким проявлением территориальности является защитное поведение.

Человек не только владеет некой территорией как физическим объектом, но и проецирует на нее свою личность, внося в нее соответствующие своим представлениям изменения, тем самым делая ее «своей», добавляя к объективной ценности субъективную. По степени присвоенности территории, являющиеся для человека «своими», можно разделить на первичные (как правило, это дом), вторичные (территории, которыми человек пользуется периодически или временно, например, рабочее место) и публичные (места, на которые у каждого есть право, не прикрепленное, однако, к определенному субъекту: парк, площадь и т. д.). Таким образом, «свое» место не обязательно находится в собственности

человека. Однако чем более персонализирована территория, тем острее реакция человека на нарушение ее границ [Нартова-Бочавер, 2008].

Явление краудинга было впервые описано в 1960-х гг. Дж. Б. Колхауном, который смоделировал условия жизни в крупном городе в экспериментах над лабораторными крысами. В начале эксперимента в камеру, имевшую по два «крайних» (с одним входом) и проходных (с двумя входами) отсека поместили такое количество крыс, которое было оптимально для выделенной им площади. С течением времени размножение крыс привело к перенаселению камеры, вследствие которого изменилось поведение животных. Те крысы, которые жили в «крайних» отсеках, создали типичные крысиные семьи с доминантным самцом во главе и отстаивали территорию своего гнезда, не пуская к себе крыс из других отсеков. Напротив, крысы из проходных отсеков, как самцы, так и самки, стали проявлять повышенную активность и агрессивность, в их сообществах фиксировались гиперсексуальность и случаи каннибализма. На основе полученных данных Колхаун предположил, что для каждого биологического вида, в том числе и человека, существует некоторое оптимальное количество совместно проживающих особей, и его превышение приводит к стрессу, вызывающему изменения в поведении [Calhoun, 1962]. Таким образом, само устройство мегаполиса, в отличие от провинциального города, содержит в себе потенциал нервно-психических перегрузок, повышенной напряженности и нервозности жителей.

Отдельного внимания заслуживает специфика контактов жителей города друг с другом. Для больших городов характернее эффект «рваной коммуникативной цепи», заключающийся в отсутствии ответных реакций на поведение партнера по взаимодействию, низком уровне социальной поддержки и социальной солидарности. В провинциальных городах, напротив, распространена «соседская помощь», лежащая в основе довольно сильной социальной поддержки, которую ощущает каждый житель города. Если в больших городах люди зачастую не считают необходимыми знать имена своих соседей по лестничной площадке, то для провинции соседская поддержка и взаимопомощь является важнейшим социально-психологическим ресурсом. В свою очередь, она обуславливает более широкое пространство социализации жителя провинции, не ограниченное семьей и кругом коллег/соучеников [Штейнбах, Еленский, 2004].

В рамках экологического подхода Р. Баркера также было показано, что для большого города, в сравнении с маленьким, в связи с перенаселенностью характерна нехватка социальных ролей, которых оказывается меньше, чем людей. Отсутствие необходимого количества социальных ролей, а также ролевая мобильность (возможность быстрой смены ролей, и, следовательно, социального статуса) также является фактором формирования напряженности во взаимодействии с другими людьми [по: Нийт, 1983].

Таким образом, понятия «столичный город» и «провинциальный город» связаны не только с географическим расположением или численностью населения, но и с определенным способом восприятия и организации жизни, что дает основания рассматривать их как особые социально-психологические феномены. Мегалополисы, бесспорно, представляют собой «столичные» города, которые обладают более высоким статусом в сравнении с меньшими, «провинциальными» относительно них городами в силу большей доступности разнообразных ресурсов, важных для эффективного функционирования города как социального организма, однако при этом характеризуются высоким потенциалом психической напряженности населения.

Городская идентичность личности

Социально-психологические категории, семантически близкие понятию «городская идентичность»

В контексте наблюдаемых в современном российском обществе тенденций к урбанизации образа жизни, повышению территориальной мобильности населения остро встают вопросы адаптации человека к месту проживания, освоения содержания связанных с ним ролей. Преломляя эти вопросы в пространстве социально-психологической терминологии, можно говорить об актуальности исследования городской идентичности человека, динамике ее содержания, кризисах как показателях течения непрерывного процесса адаптации к своим «городским» ролям.

Городская идентичность может рассматриваться как показатель социальной адаптации человека лишь в том случае, когда процесс ее формирования предполагает соотношение образа жизни и стиля социального взаимодействия человека с доминирующим образом жизни и характером взаимодействия, принятым в городе. Освоение и «присвоение» физического пространства города, которое чаще всего становится предметом исследования в обсуждаемом контексте, бесспорно, является необходимым, но не достаточным условием успешной адаптации. Оно позволяет «включить» физическую среду города в структуру личностной идентичности человека, однако не объясняет возникновение социально-типичных черт представителя того или иного города, общих для жителей города представлений о себе и о жителях других городов, что можно сделать только обратившись к процессам социальной (не личностной) идентификации человека. Однако, если исследования, проводимые в рамках представлений о городской идентичности как о личностно-идентификационном феномене, довольно широко распространены [см., например Félonneau, 2004; Lalli, 1992 и др.], то социально-идентификационный контекст, судя по всему, на сегодняшний день остается «за кадром». В проведенном нами исследовании предпри-

ната попытка придать понятию «городская идентичность» именно социально-идентификационное значение.

Обзор отечественных и зарубежных публикаций показывает, что в современной научной литературе термин «городская идентичность» практически не используется, за исключением работ философско-культурологической направленности, в которых по законам жанра строгое определение этого понятия не предлагается [см., например, Рабжаева, Семенков, 2003]. Однако психологическая и социологическая литература насыщена сходными терминами, среди которых можно отметить:

- идентичность со средой (environmental identity);
- идентичность с местом (place identity);
- идентичность с местом проживания (settlement identity);
- топологическая идентичность (topological identity);
- идентичность с городом (city identity, urban-related identity);
- территориальная идентичность.

Остановимся на каждом из данных понятий более подробно, акцентируя внимание на их соотнесенность с категориями «личностная идентичность» и «социальная идентичность».

Идентичность со средой (environmental identity) является наиболее широким из обозначенных выше понятий. Уже в работах У. Джемса [1890] и Дж. Мида [1934] подчеркивалось, что элементы физической среды могут интегрироваться в представления человека о самом себе. Согласно Джемсу, «Я» включает «материальное Я», к которому относится не только тело, но и имущество, дом, место проживания. Значимость этого материального измерения «Я» зависит от опыта взаимодействия с физическим миром, а также от отраженных оценок других людей, что особенно подчеркивается в рамках символического интеракционизма.

В современной психологии исследования идентичности со средой опираются на убеждение в том, что в определенно организованном пространстве можно наблюдать характерный тип поведения людей без особых индивидуальных различий, поскольку физическая организация среды накладывает отпечаток на стиль их поведения [Черноушек, 1989]. Рассматривается специфический аспект Я-концепции — «экологическое Я», который отражает близость человека с окружающим миром, оцениваемым в континууме «природный — индустриальный» [Naess, 1989]. На этой основе формируется «экологическая идентичность» — конвенциональные правила взаимодействия между людьми («нами») и средой («другим») [Thomashow, 1995; Weigert, 1997]. Показано также, что источником «экологического Я» является опыт эмоционально-окрашенного контакта со средой [Ког-

pela, Hartig, Kaiser, Fuhrer, 2001]. Имеющийся опыт включается в когнитивные репрезентации «Я», становясь более или менее значимым аспектом представлений человека о самом себе [Schultz, 2000].

В другом исследовании [Clayton, Opatow, 2003] предложена «расширенная концепция идентичности со средой», которая включает восприятие человеком себя в контексте природы, восприятие живых и неодушевленных природных объектов, взаимодействие с природой и взаимодействие с другими людьми в контексте проблем охраны окружающей среды. Соответственно, идентичность со средой имеет как минимум четыре выраженных аспекта:

- осознание человеком себя как компонента природы, имеющего равные права с другими природными объектами;
- способы, которыми человек получает информацию о потребностях среды и тех требованиях, которые она к нему предъявляет;
- эмоциональные связи человека с теми или иными объектами среды;
- членство человека в общностях, объединенных факторами взаимодействия с природной средой: «защитники окружающей среды», «охотники», «землевладельцы» и т. д..

Именно эти параметры диагностирует предложенная авторами *Шкала идентичности со средой*:

1. Я провожу много времени на природе (в лесу, в горах, на озере, на побережье океана).
2. Общение с природой для меня очень важно.
3. Я считаю себя частью природы, не отделенной от нее.
4. Если бы у меня было время или деньги, я бы посвятил себя вопросам помощи природе.
5. Когда я встревожен или подвallen, мне может помочь общение с природой.
6. Для меня важно жить рядом с дикой природой; я бы не хотел все свое время проводить в городе.
7. У меня много общего с людьми, выступающими за охрану природы.
8. Я уверен, что многие современные социальные проблемы могли бы быть решены, если бы люди выбирали образ жизни в гармонии с природой.
9. У меня много общего с людьми, изучающими природное пространство.
10. Мне нравятся сады.
11. Быть частью экосистемы — это важная часть моего «Я».

12. Я чувствую, что крепко связан с той географической территорией, на которой живу, и она дает серьезный импульс к моему развитию.

13. Ответственность за природу своим образом жизни — это мой моральный кодекс.

14. Изучение природы должно быть важной частью обучения каждого ребенка.

15. В целом, то, что я часть природы, составляет важную часть моего представления о самом себя.

16. Для меня лучше жить в небольшой комнате или домике с красивым видом из окна, чем в большой комнате или доме с видом на другие дома.

17. Я действительно люблю выезжать на природу.

18. Иногда я чувствую, что природные объекты (деревья, горы и т. д.) обладают душой.

19. Я бы почувствовал, что потерял большую часть себя, если бы не смог время от времени наслаждаться природой.

20. Я рад, когда мне предоставляется возможность на несколько дней уехать из города.

21. Я никогда не видел произведения искусства, которое было так же красиво, как настоящий закат или горные вершины.

22. Мои личные интересы совпадают с позицией защитников природы.

23. Я чувствую, что природа придает мне душевные силы.

24. В моей комнате есть напоминания о природе, такие как ракушки, камушки и т. д.

Таким образом, с помощью термина «идентичность со средой» обозначается компонент личностной идентичности человека, который позволяет ему ориентироваться в окружающей его среде, формировать отношение к ее различным аспектам и взаимодействовать с ней, прежде всего на основе собственного жизненного опыта. Несмотря на то что некоторые авторы [например, Clayton, Opatow, 2003] указывают на подобие идентичности со средой различным видам «коллективной идентичности», поскольку она способствует формированию чувства общности, осознанию себя как части целого, в качестве «целого» в данном исследовательском контексте выступает социальная группа «экологов», а не «жителей города».

Идентичность с местом (place-identity) — это более широкое понятие, призванное, по мнению некоторых авторов [Twigger-Ross, Uzzell, 1996] продемонстрировать отношения между категориями «идентичность» и «место». С его помощью акцентируется

вопрос о том, почему место становится важным элементом в структуре Я-концепции человека.

Авторы обозначают принципиальную разницу между категориями «идентичность с местом» и «социальная идентичность». С их точки зрения, социально-идентификационный подход ориентирован на исследования идентификации с местом, благодаря которой человек считает себя жителем своего города, включая в структуру Я-концепции обозначения типа «лондонец», «москвич», «мурманчанин» и т. д. В этом смысле термин «идентичность с местом» выражает членство в группе людей, объединенных общей территорией проживания. Однако при таком подходе концепт «места» имеет значение только вначале, а потом игнорируется, поскольку теория социальной идентичности описывает только часть отношений между личностью и средой. Более того, отдельные ученые считают, что рассмотрение идентичности с местом как аспекта социальной идентичности, рядоположенного с другими ее аспектами (гендерным, этническим и т. д.), в принципе неправомерно, поскольку содержание всех остальных аспектов опосредовано местом проживания. Например, Р. Devine [1994] продемонстрировал роль городской идентичности в становлении национальной идентичности личности.

Для понимания сущности «идентичности с местом» Л. Твиггер-Росс и Д. Уцелл обращаются к идеям Дж. М. Брейквелла [Breakwell, 1993] о том, что идентичность может быть определена в терминах развития биологического организма посредством аккомодации, ассимиляции и оценки социального мира, отбор информации для которых определяется четырьмя принципами: отличительные черты пространства, протяженность во времени, ценность социального мира и самооффективность — степень, в которой среда способствует достижению личностно-значимых целей. Таким образом, «идентичность с местом» входит в структуру личностной идентичности человека в контексте ее временного и пространственного компонентов [Lalli, 1992]. Она основана на символическом взаимодействии через экологическое отношение, связанное с определенными ограниченными территориями, принадлежность к которым является основанием для дифференциации и идентификации [Hunter, 1987].

Описан [Proshansky, Fabian, Kaminoff, 1983] ряд функций, которые выполняет идентичность с местом как личностно-идентификационное образование:

- когнитивная функция отвечает за восприятие среды как стабильной и устойчивой;
- смысловая функция определяет способ действия субъекта;
- экспрессивно-потребностная функция связана с субъективными особенностями восприятия среды конкретным человеком;

- преобразовательная функция задает субъективно воспринимаемую степень возможности преобразования среды;
- функция безопасности детерминирует субъективную степень защищенности

В целом, с помощью понятия «идентичность с местом» («place-identity»), относящегося к сфере личностной идентичности, выражается представление о том, что среда сама по себе обладает рядом признаков, обуславливающих течение идентификационных процессов. Социальные условия, в том числе и субъективно отражаемое членство в городской общности, рассматриваются как фактор формирования, а не результат процесса идентификации. Ключевым моментом формирования идентичности с местом выступает личный опыт освоения этого пространства, в том числе и пространства социального взаимодействия.

В этой связи очень показательна программа *интервью, направленного на исследование идентичности с местом* [Twigger-Ross, Uzzell, 1996], которая включает в себя:

1. Вопросы о привязанности к месту («Расскажите о своей привязанности к городу? Чем именно вы связаны с ним?»)
2. Вопросы о переезде («Расскажите о своих первых впечатлениях после того, как вы переехали в этот город? Чем он отличается от того города, где вы жили раньше?» Вопрос задается в то случае, если переезд из другого города состоялся не позднее 10 лет назад; в остальных случаях вопрос задается гипотетически.)
3. Вопросы об условиях жизни («Какие изменения в жизни вашего города вы наблюдаете? Как они влияют на вашу жизнь?»)
4. Вопросы о роли города в самовосприятии («Есть ли такие ситуации, в которых вы специально называете свой город, чтобы описать себя?»)
5. Вопросы о внешней оценке («Как вы думаете, что о вашем городе думают те люди, которые здесь не живут?»)
6. Вопрос об общем отношении к городу («Расскажите подробнее, что вам нравится и не нравится в жизни здесь?»)

Очевидно, что даже вопросы, затрагивающие проблемы ин- и аут-групповых взаимоотношений, трактуются с позиции личного опыта освоения человеком городского пространства, «социально-групповой фильтр» в его отражении не обсуждается, что позволяет соотносить термин «идентичность с местом» с личностно-идентификационными структурами.

Близким по смыслу предыдущему понятию является **«идентичность с местом проживания» (settlement identity)**. Этот термин отражает психологические связи идентичности с материальной средой мест, которые воспринимаются человеком как «домашние».

Эти связи измеряются продолжительностью проживания человека на данной территории, его планами относительно смены нынешнего места жительства (или их отсутствием), дискриминацией городской среды по отношению к пригородной или наоборот [Feldman, 1990].

В отечественной психологии понятие «идентичности с местом проживания» («рай-оном проживания») использует Н. Е. Голосова. Определяя социальную идентичность как субъективное чувство самотождественности и субъективное чувство разделяемости с другими картины мира, она подчеркивает, что среда, понимаемая в широком смысле слова, тоже является элементом этой картины. Идентичность формируется на базе физического мира и таким образом оказывается привязанной к месту. Она играет решающую роль в процессах восприятия среды, которые имеют функциональный смысл для эффективной жизнедеятельности. Образ города складывается из когнитивных, эмоциональных, мотивационных и поведенческо-интенциональных компонентов, благодаря чему он выступает как пространство личных намерений, связанное с историко-социальным контекстом [Голосова, 1997].

«Идентичность с местом проживания», таким образом, в качестве системообразующего параметра, как и в предыдущих случаях, имеет субъективно отражаемую физическую среду города, и, следовательно, столь же тесно связана с феноменами личностной идентификации человека.

Понятие *топологической идентичности (topological identity)* используется в работах М.-Л. Фелонно, где отмечается, что с помощью данного термина появляется возможность перейти от анализа идентичности, связанной с местом проживания, из индивидуально-идентификационного контекста в социально-идентификационный. Термин «топологическая идентичность» включает в себя социально-психологическое измерение, отражающее отношения конкретного человека с той средой, в которой он живет. Топологическая идентичность в этом случае может быть определена как в большей или меньшей степени выраженная склонность человека переживать эмоциональную принадлежность к месту своего проживания, а также к тем людям, которые проживают здесь же. При этом она не является исключительно функцией индивидуального опыта, в ней аккумулируются коллективные, культуральные представления о среде, пути ее осмысления.

Описанные теоретические представления позволили автору выделить два уровня топологической идентичности. Первый из них — идеологический уровень — представлен социальными репрезентациями, заключающимися в соотнесении представлений о собственном городе с образом идеального города, ценностями и нормами, регулирующими повседневное взаимодействие. Пользуясь терминологией И. Гоффмана, можно говорить,

что этот уровень базируется на трансляции стереотипных социальных кодов и ритуалов взаимодействия. Второй уровень назван психологическим, он отражает пространственную ориентацию и восприятие городской среды конкретным человеком и формируется в его индивидуальном опыте. При этом социальный опыт опосредуется индивидуальным: идентификацией с местом проживания, личным опытом проживания, установками относительно предпочтительности этого города в сравнении с другими и т. д.

В структуре топологической идентичности автор выделяет два вида установок: урбанофобические (антигородские) и урбанофилические (прогородские). Первые связаны с предпочтением негородского образа жизни, природной среды, вторые, напротив, основаны на позитивных оценках городского образа жизни и городской среды в целом. Учитывая двухуровневую структуру этих установок, можно отметить, что они не формируются исключительно в индивидуальном опыте, но представляют собой интерперсональный феномен, связанный с групповыми характеристиками, внутригрупповым взаимодействием, групповыми убеждениями и верованиями. Урбанофилические установки у городского жителя свидетельствуют о позитивной топологической идентичности, тогда как урбанофобические установки — неблагоприятный показатель. Важно, что описанные установки являются своеобразными «перцептивными фильтрами», позволяющими не замечать недостатков того типа среды, предрасположенность к которому они выражают [Felonneau, 2004].

В целом, термином «топологическая идентичность», несмотря на заявляемое авторами понятия социально-идентификационное содержание, опять-таки обозначается компонент личностной идентичности человека, базирующийся на персональном опыте взаимодействия человека со средой в единстве ее физического и социального аспектов. При социальном по своей сути содержании репрезентаций и установок, составляющих топологическую идентичность, в качестве ее идентификационного ядра рассматриваются средовые, а не социально-групповые факторы.

Эти выводы подтверждает и анализ *Шкалы «Восприятие городской среды»*, которая предназначена для оценки топологической идентичности [Felonneau, 2004]. Испытуемым предлагается оценить место своего проживания по следующим параметрам:

1. Разбитые окна.
2. Расклеенные объявления.
3. Люди, справляющие нужду в общественных местах.
4. Кругом разрушенные и полуразрушенные дома.
5. Выброшенный на улицу хлам.
6. Зброшенные автомобили.

7. Мусор на тротуаре.
8. Вандализм.
9. Собачьи экскременты.
10. Зброшенные строения.
11. Толкающиеся люди.
12. Люди, плюющие на землю.
13. Шайки молодых людей, разгуливающие вокруг.
14. Высокий уровень шума днем.
15. Люди, мешающие передвигаться.
16. Граффити.
17. Конфликты на улице.
18. Шум ночью.
19. Продажа наркотиков на улице.
20. Группы людей, нарушающих закон.
21. Зброшенные территории, пустыри.
22. Провоцирующее поведение.
23. Люди, мусорящие на улице.

Шкала позволяет оценить степень «социальной загрязненности» городской среды, но не содержание или степень интенсивности с общностью «жители моего города».

Идентичность с городом (city identity, urban-related identity) — это конструкт, в котором еще в большей степени подчеркивается социально-психологический компонент. В контексте этого термина исследование города как физической структуры с социально-психологической точки зрения представляет интерес, прежде всего, в связи с тем, каким образом эта структура способствует или препятствует осуществлению взаимодействия между людьми, насколько она способствует мобильности внутри города и доступности социальных объектов и организаций [Pol, 2002].

Сравнивая понятия «идентичность с городом» и «идентичность с местом», М. Лалли подчеркивает, что «идентичность с городом» — это более узкий термин. Главным аспектом идентичности с городом является социальная сеть ее носителя (семейная, профессиональная, дружеская), и название города — это только символ социальных контактов, которые происходят на его территории. Однако для формирования идентичности с городом недостаточно только осмысления социального опыта. Для идентификации необходимо отделить себя от других людей по принципу «Я живу в этом городе» — «ОНИ живут в другом городе». Для этого жители города определяют характеристики, специфичные для своего города, например, «доброжелательность», «теплота», «гостеприимство», что с

необходимостью означает, что другие города воспринимаются как более «враждебные», «холодные» и «закрытые». За счет этого идентичность с городом выполняет функцию поддержания позитивной идентичности своего носителя.

Эти теоретические предпосылки позволяют автору утверждать, что идентичность с городом не дана объективно, она формируется человеком или группой людей. Компоненты идентичности с городом являются индивидуальными или групповыми атрибуциями, причем важнейший источник этих атрибуций — Я-концепция горожан. Многие характеристики, приписываемое городу, существуют только в восприятии его горожан (например, промышленный город может расцениваться населяющими его людьми как «зеленый» в противоположность другим промышленным городам, хотя у жителей других городов по этому поводу совсем иное мнение). Уникальные атрибуции на абстрактном уровне оформляются в «символах города», которыми могут становиться различные географические, социальные или культурные объекты, причем важно, что они воспринимаются такими не только жителями данного города, но и иногородними людьми, поскольку город — это целостный организм, несводимый к пространству взаимодействия конкретных людей [Lalli, 1992].

Однако, несмотря на использование терминологии, указывающей на социальный (не личностный) уровень категоризации и идентификации человека по городскому признаку, М. Лалли указывает, что идентичность с городом является аспектом личностной идентичности, представляющим собой комплекс связей между человеком и городской средой, благодаря которым город становится обобщенным символом индивидуального опыта. Идентичность с городом — это не просто результат рефлексии личностью своего опыта, но одновременно и источник непрерывности личности, ощущения стабильности, не зависящих от конкретных сиюминутных характеристик социального взаимодействия. На «личностную» природу идентичности с городом указывают и измерения городской идентичности, описанные автором (рис. 1).

Рис. 1. Измерения идентичности с городом [по: Lalli, 1992]

В связи с этим выделяется несколько функций идентичности с городом [Lalli, 1992]:

- город создает идентификационный контекст индивидуальной биографии вне зависимости от происходящих с ним изменений;

- идентичность с городом отделяет горожан от других людей, ощущение принадлежности к городу способствует формированию оценочных атрибуций в контексте дифференциации «Мы» и «Они»;
- чувство «Мы» способствует личностному переживанию комфорта и безопасности.

В исследовании Э. Пол [Pol, 2002] предлагается иная структура феномена идентичности с городом, которая позволяет сблизить это понятие с представлениями о социальной идентичности личности. В качестве измерений идентичности рассматриваются субъективное содержание идентификаций, плотность коммуникативной сети, удовлетворенность социальным взаимодействием и социальная поддержка (рис. 2).

Рис. 2. Общая модель идентичности с городом

По мнению автора данной модели, достижение идентичности невозможно без субъективной включенности в формальные и неформальные сети социальной поддержки, поскольку общность существует не за счет индивидуальных стратегий выживания, а за счет солидарности ее членов, ответственности каждого перед остальными, причем идентификация подразумевает солидарность, способность к сотрудничеству и взаимной помощи (формальная и неофициальная социальная поддержка) в пределах одного поколения и между поколениями. Идентификация требует социального разнообразия (по аналогии с устойчивостью биологического вида), и это предполагает, что каждый горожанин и его семья первоначально имеют собственные способы взаимодействия с той или иной городской «экосистемой», которые в большей или меньшей степени вписываются в общий для всего города нормативный образ жизни. Таким образом, городская идентичность способствует принятию человеком тех норм, которые становятся прототипом его поведения в ситуациях, субъективно связанных именно с данным городом, а не с любым типом городской среды [Pol, 2002].

Исследователями выявлены отдельные факторы, определяющие характер идентификации человека с городом:

- Фактор места рождения. Это фактор был выявлен в 1960-х гг. в исследованиях Х. Трейнен (H. Treinen). Позже было эмпирически показано, что факт рождения в том или ином месте значим не сам по себе, а лишь в связи с существующей в данном месте социальной сетью, в который проходят активные периоды социализации. Тем не менее в исследованиях М. Лалли было установлено, что при одинаковых условиях социализации в детском возрасте, человек, родившийся в данном городе, идентифицируется с ним в

большей степени, чем переехавший в него в раннем детстве. Это дало основания выдвинуть гипотезу о том, что идентификация с городом не является исключительно социальным продуктом [Lalli, 1992].

- Фактор времени. Действие этого фактора заключается в том, что с течением времени проживания человека в определенной физической и социальной среде его связи с ней укрепляются. При этом сила идентификации возрастает, если подключается ресурс групповой памяти, связанный с отражением исторической перспективы города, представленной в различных материальных объектах. Важно, что значение имеет и наличие у города исторического опыта как такового, и ощущение человеком принадлежности к нему и со-бытия с ним.

- Фактор социальных отношений. Эмпирически было показано, что психологическое благополучие жизни в городе связано с шириной социальной сети, которой располагает человек. При этом принципиально важна глубина складывающихся отношений: декларируемые контакты, в отличие от истинных, не являются фактором формирования позитивной идентичности с городом. Кроме того, наиболее ценными в контексте формирования идентичности с городом становятся те отношения, которые предполагали «личностные вложения»), а также переживание межпоколенной и соседской солидарности [Vorkinn, Riese, 2001].

- Наличие собственного дома. Дом является ядром идентичности с городом, которая включает в себя «слои»: дом — район — город в целом [Moser, Ratiu, Fleury-Bahi, 2002]. В исследовании Х. Трейнен было показано, что проживание в отдельном доме более предпочтительно для идентификации с городом, нежели проживание в многоквартирном доме. Кроме того, была эмпирически доказана важность удовлетворенности качеством имеющегося жилья и потенциальной возможностью выбора места постоянного проживания [Lalli, 1992].

- Фактор социально-экономического развития города. В работах под руководством Э. Пола было установлено, что для глубокой идентификации с городом человеку необходима субъективная удовлетворенность имеющимися в городе и доступными горожанам ресурсами экономического и социального плана [Pol, Castrechini, 2002].

В целом, понятие «идентичности с городом» в отдельных исследовательских концепциях сближается с социально-идентификационной проблематикой, однако в качестве ее ядра рассматриваются субъективно-отраженные системы социальных отношений, представление о которых является преимущественно результатом ассимиляции собственного опыта социального взаимодействия, а не стереотипы, конструируемые «горожанами» как большой социальной общностью, что не позволяет однозначно ставить это понятие в

ряд феноменов социальной идентичности. Это наглядно видно из содержания *Шкалы идентификации с городом* [Lalli, 1992]. Шкала включает в себя 5 семантических блоков, каждый из которых содержит 4 вопроса:

I. Внешняя ценность:

1. Жителям других городов мой город кажется престижным.
2. В сравнении с другими городами жизнь в моем городе имеет множество преимуществ.
3. Мой город можно смело рекомендовать туристам.
4. В моем городе много того, чему завидуют жители других городов.

II. Общая привязанность:

5. Я испытываю родственные чувства по отношению к своему городу.
6. Я воспринимаю себя как жителя моего города (например, «москвича»).
7. В своем городе я чувствую себя по-настоящему дома.
8. Мой город — это часть меня.

III. Связь с прошлым:

9. Я не могу представить своей жизни в другом городе, потому что здесь я получил слишком много.
10. Многие вещи в этом городе напоминают мне о моем прошлом.
11. Меня так много связывает с этим городом, что я теснейшим образом привязан к нему.
12. Я знаю свой город так хорошо, что узнаю его на фотографии любой давности.

IV. Восприятие близости:

13. Когда я прохожу по улицам своего города, я очень остро чувствую, что принадлежу ему.
14. Этот город по-настоящему близок мне.
15. Этот город крайне важен в моей повседневной жизни.
16. Я испытываю сильную свою связь со своим городом.

V. Целеполагание:

17. Я хотел бы остаться в этом городе, что бы ни случилось.
18. Мой город играет значительную роль в моих планах на будущее.
19. Мое будущее тесно связано с этим городом.
20. Предстоящие изменения в городе окажут положительное влияние на мою жизнь.

Как видно, семантический блок «Внешняя ценность» включает в себя вопросы, связанные с отраженными аут-групповыми и ин-групповыми стереотипами, однако доминирующими являются блоки, отражающие личный опыт бытия в городе.

Понятие *территориальной идентичности* предлагается И. С. Самошкиной. Автор подчеркивает, что оно трактуется в терминах социальной идентичности и рассматривается как один из аспектов последней. В структуре территориальной идентичности выделяется три компонента:

- а. когнитивный компонент, который включает себя образ города, представленный в сознании в виде «локусов» (городских ориентиров), территорий (городских районов) и «маршрутов» (путей), а также представление о людях, живущих в том же районе, и представление об идеальном городе;
- б. эмоциональный компонент, в который входят переживания и эмоциональные состояния, связанные с городом;
- с. ценностный компонент, который составляют привязанность к месту, удовлетворенность им, его символическая значимость.

По мнению автора, центральное место в феноменологии территориальной идентичности занимает идентификация с местом проживания («чувство места»), которая может быть представлена как интеграция всех трех структурных компонентов территориальной идентичности. При этом территориальная идентичность жителя определенного района города определяется длительностью его проживания в районе и имеющимся у этого жителя опытом проживания в других районах и городах и не отражает объективные условия проживания. Проявлением территориальной идентичности является территориальное поведение, которое одновременно представляет собой необходимое условие освоения пространства и формирования каждого из трех обозначенных компонентов идентичности [Самошкина, 2008].

На наш взгляд, предлагаемая структура не позволяет сделать вывод о социально-идентификационной природе территориальной идентичности, поскольку, как известно, социальная идентичность предполагает в качестве объекта идентификации не физический объект (территорию), а социальную группу, выделяемую в структуре общества по какому-либо основанию. Отсутствие социальной группы как объекта идентификации позволяет отнести категорию территориальной идентичности к сфере личностной (не социальной) идентификации.

Подводя итог обзору категорий, семантически близких понятию «городская идентичность», необходимо отметить, что эти категории соотносятся преимущественно со сферой личностных идентификаций человека, указывая на неповторимость его опыта

и субъективность отражения физической и социальной реальности городской среды. Это позволяет утверждать, что термин «городская идентичность», трактуемый в социально-идентификационном контексте, описывает особый социально-психологический феномен и может использоваться как самостоятельная категория.

Городская идентичность как компонент социальной идентичности личности

Теоретические основы для анализа городской идентичности как компонента социальной идентичности личности заложены многочисленными исследованиями, выполненными в рамках различных научных школ.

В рамках когнитивно-ориентированных и феноменологических исследований сформулировано положение о субъективизации городской среды как важнейшем условии адаптации человека в ней. С опорой на достижения психологии среды как особого научного направления и, в частности, на высказанном в 1940-х гг. Э. Толменом предположении о существовании «когнитивных карт» как центральном механизме регуляции территориального поведения, в рамках когнитивной психологии были выделены два принципиально разных аспекта «когнитивных карт»:

- когнитивные карты, необходимые для ориентировки в пространстве города (они исследуются преимущественно при проектировании городов и их отдельных районов и отражают собой так называемую «парадигму ГДЕ?»);
- когнитивные карты, связанные с осмыслением пространства города, которые отражают субъективный образ этого пространства, сложившийся в жизненном опыте человека («парадигма ЧТО?»), и лежат в основе городской идентичности.

По мнению К. Линча, ключевая ценность города — способность к передаче, накоплению и развитию внутреннего опыта. Город создает у людей ощущение связанности и преемственности. Одни из важнейших качеств города является его осмысленность, связанная с потребностью человека в ориентации, понимании «Кто я?» и «Где Я?». Узнаваемость места тесно связана с самоидентичностью, поскольку место пробуждает воспоминания [Линч, 1982]. Аналогичные положения высказываются представителями феноменологического направления, по мнению которых городская среда представляет собой мир чувств, мыслей, событий и опыта отдельных людей [Taylor, 1964]. Место, в котором проживает человек, является для него не географическим объектом, а его домом, благодаря чему формируется эмоциональная привязанность к месту [Relph, 1976].

Однако «смысловое пространство» города не является продуктом исключительно индивидуального опыта конкретной личности, оно опосредовано образом города или его

отдельных элементов, отраженным в общественном сознании [Stokols, Shumaker, 1981]. Этот образ — продукт активности особой социальной общности, которую можно назвать «горожане», он включает в себя субъективное восприятие города, оценку имеющихся в городе ресурсов, представления о нормативном образе жизни [Uzzell, Pol, Badenas, 2002], представляя собой, таким образом, социальный конструкт, создаваемый и поддерживаемый представителями городской общности.

В рамках символического интеракционизма было показано, что этот конструкт выступает в качестве одного из критериев социальной дифференциации, позволяющего человеку понять разницу между «собой», «другими» и «средой». Различные объекты среды преломляются в структуре Я-концепции личности в виде тех значений, которые разделяются взаимодействующими по их поводу людьми, благодаря чему эти значения всегда интерсубъективны [Wilson, 1980]. Они выражают социальные и культурные ценности, правила и ожидания, а также персональный опыт личности. В этой связи городская идентичность может пониматься как часть Я-идентичности (в ее социальном аспекте), в силу чего можно предполагать, что она регулирует поведение человека не сама по себе, а во взаимодействии с политическим, этническим и другими компонентами идентичности [Graumann, 1983]. Аналогичные данные получены и отечественными исследователями, показавшими, что городская принадлежность является одной из категорий, дифференцирующих социальные группы в обыденном сознании [Ширков, 2009].

В литературе, близкой нашему исследованию, лежащими в ее основе теоретическими принципами, предложены разнообразные *критерии для анализа городских идентификаций* отдельного человека, большинство из которых связаны со сферой социальных идентификаций личности. Так, в исследовании под руководством Д. Кантера [Canter, Jesuino, Correia, Soczka, Geoffrey, Lalli, Dittmar, 1988] в качестве таких критериев предлагаются:

- общности жителей города, в которые входит человек, плотность и теснота социальных связей;
- представление о городе, которым обладают жители других городов («статус города»);
- модальность идентификации с городом.

Э. Визенфельд и Ф. Джулиани предлагают схожие критерии, добавляя к перечисленным выше критериям субъективной однородности городской общности [Wiesenfeld, Giuliani, 2002].

Известен и более широкий перечень [Valera, Guardia, 2002]:

- территориальный критерий (субъективно воспринимаемые границы территории своего города);
- временной критерий (субъективно воспринимаемая хронология городской жизни, связь индивидуальной хронологии с хронологией городской общности);
- поведенческий (демонстрация типичных для данной городской общности моделей поведения);
- психосоциальный (демонстрация типичного для городской общности образа жизни);
- социальный (субъективное переживание однородности городской общности);
- идеологический (использование культурных и идеологических значений, транслируемых городской общностью).

Таким образом, возникает необходимость трактовать городскую идентичность не только в контексте личностной идентичности человека, но и в аспекте его социальной идентичности.

Опираясь на достижения когнитивной психологии и социального конструкционизма [Бергер, Лукман, 1995; Якимова, 1999], можно сказать, что в самом общем виде социальная идентичность может быть определена как результат процесса социальной идентификации, под которым понимается процесс определения себя через членство в социальной группе, обладающей тем или иным статусом в системе общественных отношений. Это дает основания понимать городскую идентичность как результат идентификации человека с городской общностью как большой социальной группой, занимающей определенное положение в ряду других общностей, выделяемых по признаку городской принадлежности.

Под *городской общностью* нами понимается большая социальная группа, сложившаяся в ходе культурно-исторического развития общества, объединяющая людей, проживающих (или относящих себя к проживающим) в одном городе и разделяющих в силу этого сходные представления о нормах и правилах поведения, выступающие регуляторами их поведения в различных ситуациях социального взаимодействия. Опираясь на положение о целостности субъекта (в нашем случае группового — городской общности) как основании для системности его психологических качеств [Брушлинский, 1994], мы можем рассматривать жителей одного города, составляющих городскую общность, как носителей сходных представлений о своем городе и других городах, которые отражают:

- представления о городе и его роли в жизни страны;
- представления о городских нормах и правилах поведения;
- коллективную историческую память;

- переживания, сопряженные с конкретными местами и территориями;
- представления о нормативном образе жизни горожан;
- представления о нормативных способах взаимодействия и моделях поведения [Borer, 2006].

Известно, что содержание социальных представлений формируется именно на макроуровне. Социальные нормы и ожидания создаются в больших устойчивых социальных группах и позже «доводятся» до конкретного человека в процессе социализации и освоения им разнообразных социальных ролей [Дилигенский, 1994], например, «петербуржца», «москвича» и т. д. Городская общность активно генерирует свои общедоступные символы, которые принимают материальную форму за счет наделения ими различных природных или культурных объектов, способствует появлению чувства принадлежности, усиливая сплоченность горожан, и лежит в основе формирования идентичности с городом [Garcia, Giuliani, Wiesenfeld, 1994]. Социологами показано, что городская общность не представляет собой однородную монолитную группу, а состоит из отдельных подгрупп. Дж. Шерер предложил понятие «городская система» (urbo-system), с помощью которого можно характеризовать локальные городские общности, поддерживающие в течение длительного времени культурное наследие, традиционную экономику, определяющие наличие маленьких, относительно самостоятельных субсистем мегаполиса. Важнейшей характеристикой «городской системы» является специфическая информационная среда, которая создавалась каждой отдельной общностью на протяжении многих лет для обеспечения собственной жизнеспособности, предоставления членам общности ориентиров для идентификации с населением города в целом посредством локальной идентификации с городской подсистемой [Scherer, 2001].

В современной социальной психологии выделяется несколько параметров для анализа больших социальных групп, которые можно применить и к городским общностям: статус группы, представления об устойчивости и легитимности существующей системы статусов, а также характеристики групповых границ.

Статус группы определен ее местом в системе социальной стратификации и обусловлен доступностью для ее представителей разнообразных материальных и духовных ресурсов, а также объемом доступных прав и обязанностей. В рамках теории социальной идентичности принято считать, что членство в низкостатусных социальных группах сопровождается стремлением ее членов покинуть свою группу и присоединиться к более высоко оцениваемой или же сделать свою группу более позитивно воспринимаемой [Tajfel, Turner, 1979]. Это приводит либо к поиску новых оснований для социальной идентификации, либо к усилению актуальной идентификации с низкостатусной социальной

группой. Напротив, для членства в высокостатусной социальной группе, как правило, не характерны выраженные идентификации с группой [Turner, Brown, 2007].

Как было показано выше, один из наиболее популярных измерений статуса города на сегодняшний день является континуум «столичность — провинциальность», причем столичные города обладают более высоким статусом. По всей вероятности, именно этим фактом с социально-психологической точки зрения объясняются тенденция урбанизации вообще и оттока жителей из провинциальных городов в столичные в частности.

Устойчивость существующей системы статусов характеризует меру, в которой позиции группы в системе социальных отношений считаются изменяемыми. Легитимность определяется как степень, в которой статусная структура принимается в качестве законной. В этой связи можно говорить о формализованной легитимности статуса столичных городов в том случае, когда они являются районными, областными, краевыми, республиканскими и т. д. центрами. Помимо этого, можно предполагать значимость культурно-исторической традиции для определения статуса городской общности. Оба обозначенных фактора делают статус конкретного города весьма устойчивым, резистентным к изменениям.

Проницаемость границ показывает, в какой мере члены группы могут покинуть ее и присоединиться к другой социальной группе. При этом характеристика проницаемости несет в себе двойственный смысл. С одной стороны, проницаемость групповых границ может создавать возможности для членов низкостатусных групп повысить свое социальное положение, но в то же время являться угрозой сохранения группового членства для представителей группы с высоким статусом. Поэтому можно предполагать, что проницаемость границ городской общности неоднородна и выше в провинциальных городах, чем в столичных. Тем не менее на фоне других компонентов социальной идентичности (например, гендерного, этнического и др.) границы городской общности в целом довольно проницаемы, на что указывает большое количество межгородских миграций населения [Иванов, 1998].

В качестве фактора, конструирующего принадлежность человека к городской общности, часто рассматривается физическая близость, пространственная локализация места проживания. Однако эмпирические исследования показывают, что физические границы городской территории менее значимы для субъективной дифференциации людей на «своих» и «чужих» по городскому признаку, чем идентификационный механизм категоризации: можно считать «своим» того, кто формально живет за границами города, и «чужими» тех, кто проживает в нем [Uzzell, Pol, Badenas, 2002]. Формирование городской идентичности является, таким образом, результатом процесса социальной категоризации, бла-

годаря которому человек дифференцирует окружающих людей по признаку «житель моего города» или «житель другого города» [Pol, Moreno, Guardia, Iniguez, 2002].

По утверждению В. Н. Павленко [2000], социальная идентичность, компонентом которой является городская идентичность, теснейшим образом взаимосвязана с ингрупповым подобием и межгрупповой дифференциацией. Поэтому, основываясь на положениях теории социальной идентичности Г. Теджфела и Дж. Тернера, можно утверждать, что **городская идентичность — результат процесса социальной категоризации**, основанием для которого выступает принадлежность человека к той или иной городской общности. Социальную ин-группу («группу членства») для человека представляет собственная городская общность. В качестве представителей аут-групп для 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 выражены два смысловых ядра. Первое включает в себя осмысление норм, правил и ценностей городского жителя вообще, в противопоставлении к сельскому образу жизни («я-горожанин»). Второе связано с идентификацией с конкретной городской общностью, с ассимиляцией именно ее ценностей: «я-петербуржец», «я-москвичка» и т. д. в контексте ее социального статуса (рис. 3).

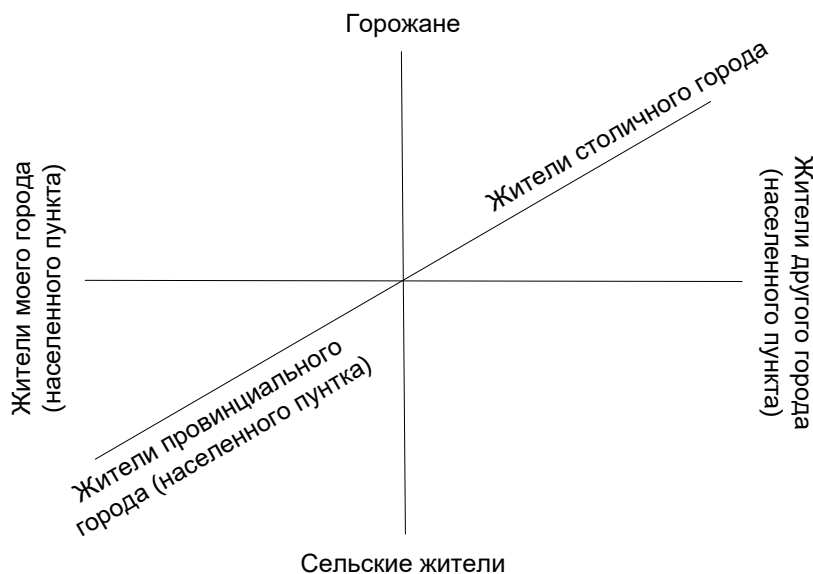


Рис. 3. Основания для социальной категоризации в процессе формирования городской идентичности

Распространяя положения теории социальной идентичности на городскую идентичность как один из ее аспектов, можно предполагать, что, будучи однажды категоризированным в качестве члена определенной городской общности, человек стремится сохранить позитивную городскую идентичность или достигнуть ее, чему способствуют ин-групповой фаворитизм и аут-групповая дискриминация, эффект гомогенности аут-группы, эффект «черной овцы» и др. [Гулевич, Онучин, 2002].

Социальная категоризация по признаку городской принадлежности, представляя собой специфическую активность личности отдельного человека, в то же время отражает сложившиеся в обществе отношения между различными городскими группами, которые преломляются в реальных практиках взаимодействия людей в процессах социальной стереотипизации [Шихирев, 1999]. Поэтому в качестве *содержания городской идентичности* могут рассматриваться стереотипы, характеризующие в обыденном сознании «свою» и «чужие» городские общности (соответственно, авто- и гетеростереотипы), которые формируются по нескольким каналам. Один из них — закрепившиеся практики структурирования, ценностного нормирования и регулирования социального взаимодействия людей. Другой связан с осмыслением (или, чаще всего, мифологизацией) истории «своего» города, его значения в прошлом и настоящем страны.

На уровне межгрупповых отношений (отношений между различными городскими общностями как разновидностями больших социальных групп) стереотипы отражают реальность стратификации общества по вектору «столичность — провинциальность», закрепляя за ней статус «естественной» и «правильной», объясняя сложившиеся отношения между различными городскими общностями и задавая систему ориентиров для городской идентификации отдельной личности. В межличностном взаимодействии они способствуют упрощению процессов познания и оценки других людей, а также регулируют поведение человека в ситуации актуализации его городской идентичности.

Городская идентичность личности формируется в процессе взаимодействия с социальной реальностью, в котором эта реальность субъективно осмысливается в соответствии с имеющейся у человека системой жизненных отношений и потребностей. Это позволяет утверждать, что *городская идентичность обладает смысловой природой*. Известно, что смысл не является исключительно феноменом сознания [Чхартишвили, 1978], и благодаря этому содержание городской идентичности не представлено в полном объеме в сознании человека, но существует в виде «свернутых смыслов», которые, актуализируясь в различных ситуациях социального взаимодействия, начинают транслировать нормы и правила, регулирующие поведение человека.

Признание за городской идентичностью смысловой природы задает ориентиры для выбора методологической парадигмы эмпирических исследований этого феномена, приоритет в которых получают психосемантические и проективные методы. В приложении 1 представлены методики диагностики городской идентичности, разработанные и апробированные в ходе нашего исследования.

Таким образом, городская идентичность в предложенной нами трактовке может рассматриваться как понятие, отражающее аспект идентификации человека с городской общностью как большой социальной группой, занимающей определенное положение в ряду других общностей, выделяемых по признаку городской принадлежности. При этом в качестве стратификационного признака городских общностей может рассматриваться параметр их «столичности — провинциальности», теснейшим образом связанный с распределением социально-экономических и культурных ресурсов. Осмысление общностью своего положения в системе общественных отношений лежит в основе формирования авто- и гетеростереотипов, содержание которых составляет «призму» для индивидуального восприятия социальной реальности в ситуации актуализации городской идентичности.

Место городской идентичности в структуре социальной идентичности жителя мегаполиса

Итак, как отмечалось выше, в нашем исследовании городская идентичность рассматривается в качестве компонента социальной идентичности личности, имеющей, в свою очередь, сложную структуру, которая включает в себя результаты идентификации человека с разнообразными социальными группами. Результаты наших предыдущих исследований позволяют говорить о том, что городская идентичность включена в структуру социальной идентичности жителя мегаполиса в качестве полноправного компонента, наряду с гендерной, возрастной, этнической, религиозной и другими видами социальной идентичности [Микляева, Румянцева, 2008]. Однако известно, что каждый из компонентов социальной идентичности конкретного человека в большей или меньшей степени актуален в структуре его представлений о самом себе, а также в регуляции его поведения в различных ситуациях социального взаимодействия [van Rijswijk, Ellemers, 2002]. Таким образом, характеристика места городской идентичности в структуре социальной идентичности предполагает, во-первых, анализ ее положения в системе представлений о себе, актуальных для человека, и, во-вторых, определение тех ситуаций социального взаимодействия, в которых она оказывается актуальным регулятором поведения.

Анализ места городской идентичности в структуре представлений человека о самом себе проводился с использованием методики «Кто я?» [Kun M., McPartland T.,

1954]. В исследовании принимали участие 178 человек, из них 52 подростка в возрасте 14–15 лет (29 девушек и 23 юноши), 75 взрослых людей в возрасте 25–40 лет (48 женщин и 27 мужчин) и 51 пожилой человек в возрасте старше 65 лет (36 женщин и 16 мужчин), жители Петербурга. Полученные самоописания подвергались контент-анализу, на основании которого рассчитывалась удельная частота встречаемости самоопределений, характеризующих различные компоненты социальной идентичности личности (по количеству упомянутых испытуемым социальных ролей). Результаты представлены на рис. 4.

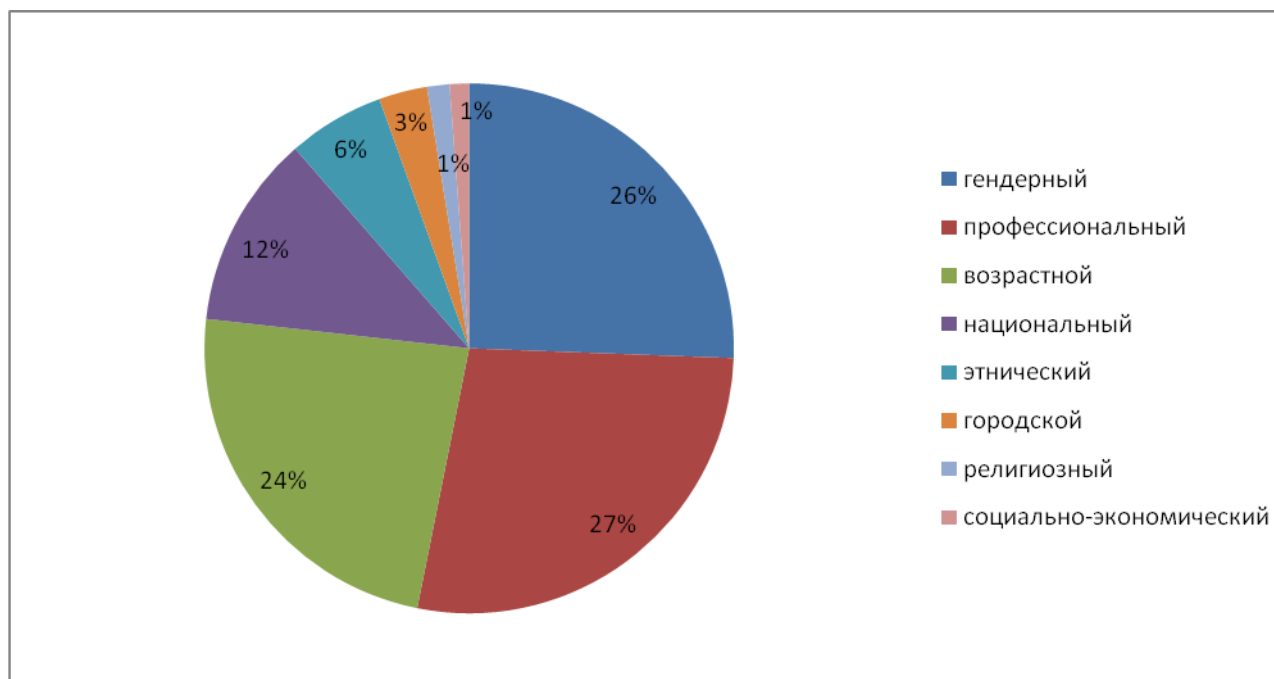


Рис. 4. Значимость городской идентичности личности в структуре социальной идентичности (на материале самоописаний)

Рис. 4 наглядно демонстрирует, что городская идентичность в целом занимает незначительное место в структуре представлений испытуемых о себе. Ее удельный вес в структуре социальной идентичности составляет около 3 %, что значительно меньше, чем субъективная значимость гендерного (26 %), профессионального (27 %), возрастного (24 %), этнического (12 %) и национального (6 %) компонентов. Подобное положение дел, судя по всему, сохраняется на протяжении всего жизненного пути человека (см. раздел «Становление городской идентичности личности в условиях мегаполиса: возрастной аспект»).

Одним из вероятных объяснений этого факта может являться «периферийный» характер городской идентичности, обнаруженный при изучении *спектра ситуаций социального взаимодействия*, в которых этот компонент социальной идентичности оказыва-

ется **актуальным регулятором поведения людей**¹. Как известно, «периферийные» компоненты социальной идентичности, в отличие от «кросс-ситуативных», актуализируются в узком диапазоне социальных ситуаций [Kelly, 1955], что в полной мере характеризует городскую идентичность личности (см. таблицы 2-3).

Таблица 2

Удельный вес категорий, отражающих сферы взаимодействия, в которых актуализируется городская идентичность

Сферы взаимодействия, в которых актуализируются различные компоненты социальной идентичности	Удельный вес
Нерегламентированное взаимодействие с незнакомыми людьми	0.208
Рольное взаимодействие с незнакомыми людьми	0.198
Взаимодействие в семейной сфере	0.123
Взаимодействие в педагогической сфере	0.039
Взаимодействие в профессиональной сфере	0.039
Интимно-личностное взаимодействие	0.123
Взаимодействие с представителями власти	0.217

Таблица 3

Удельный вес категорий, отражающих проблемные сферы, типичные для актуализации городской идентичности

Проблемные области, в которых актуализируются различные компоненты социальной идентичности	Удельный вес
Моральные	0.657
Трудоустройство	0.010
Правовые	0.114
Экономические	0.181
Учебные	0.038
Медицинские	-
Эстетические	-
Бытовые	-
Политические	-
Религиозные	-
Профессиональные	-

Приведенные результаты наглядно показывают, что городская идентичность чаще всего актуализируется в контексте проблемы соблюдения культурных традиций (0,55 от общего числа ответов) и моральных норм (0,11), которые, по мнению испытуемых, составляют содержание роли «горожанина»: «не плевать», «не бросать бумажки на тро-

¹ Программа и методика исследования приведены в приложении 2. В исследовании приняли участие 69 испытуемых — петербуржцев в возрасте от 17 до 67 лет.

туар», «не материться», «уступать место в транспорте», «проявлять терпимость», «уважать пожилых» и т. д. Второе место по значимости занимают юридическая (0,11) и экономическая (0,18) проблематика, которые в сознании испытуемых тесно связаны с правами на получение пособий, дотаций, льгот, а также документальными подтверждениями этих прав, содержащими указание на город проживания. Значительно реже городская идентичность актуализируется в контексте учебной проблематики («Ты же петербуржец, а грамотно писать не умеешь!») и проблематики трудоустройства («Неудивительно, что тебя не берут на работу, ты же не питерский!»).

Сравнивая приведенные данные с аналогичными показателями, полученными при исследовании других компонентов социальной идентичности личности, можно говорить о достаточно узком проблемном контексте актуализации городской идентичности во взаимодействии людей. Так, в отличие от других компонентов социальной идентичности, городская идентичность не актуализируется при возникновении семейных, бытовых, политических, карьерных и т. д. трудностей, фокусируясь вокруг двух основных проблемных сфер: нормативности поведения и экономической поддержки со стороны государства.

В этой связи неудивительно, что в большинстве случаев городская идентичность актуализируется в ситуациях взаимодействия человека с незнакомыми людьми. По всей вероятности, именно в таком взаимодействии городская идентичность имеет наибольшие возможности выполнять функции дифференциации людей на «наших» и «не наших», с вытекающими отсюда требованиями, правами и обязанностями. При тесном межличностном общении дифференцирующие функции городской идентичности отходят на второй план, оставляя приоритетные позиции в регуляции социального поведения гендерному и возрастному компонентам социальной идентичности.

В ряде случаев взаимодействие с незнакомыми людьми, в котором актуализируется городская идентичность, ничем не регламентировано и протекает спонтанно, как реакция одного из партнеров на нарушение тех или иных норм поведения. Так, например, актуализация городской идентичности может быть ответом на поведение случайного прохожего, в высшей степени соответствующее или, напротив, не соответствующее образу «настоящего жителя моего города», или результатом столкновения с иногородним человеком, который демонстрирует незнание принятых в данном городе правил поведения или нежелание им следовать. В других случаях соответствующие условия возникают при взаимодействии в ролевых тандемах: «продавец — покупатель», «работодатель — соискатель», «учитель — ученик» и т. д.

Очевидно, что во всех перечисленных случаях городская идентичность актуализируется под влиянием социально-психологических факторов; в основе этого процесса ле-

жат закономерности социальной перцепции, которые на основании тех или иных признаков (манеры поведения, особенностей речи, внешнего облика и т. д.) позволяют определить партнера как «земляка» или «чужака».

Однако отдельного внимания заслуживает ролевой тандем «чиновник — посетитель», в котором городская идентичность актуализируется в принципиально ином проблемном контексте — контексте решения юридических и экономических вопросов. Городская принадлежность в данном виде взаимодействия трактуется его участниками как основание для предоставления прав (или отказа в них) на получение тех или иных возможностей, преимущественно материально порядка. В этих случаях речь идет о том, что актуализация городской идентичности заложена в саму структуру ситуации взаимодействия и в этой связи неизбежна.

Таким образом, городская идентичность может рассматриваться в качестве периферийного компонента социальной идентичности личности жителя мегаполиса, проявляющегося преимущественно в ситуациях взаимодействия с незнакомыми людьми и имеющего два механизма актуализации: собственно социально-психологический и формально-ситуационный.

Специфика городской идентичности жителей мегаполиса и провинциального города (сравнительный анализ)

Для изучения специфики городской идентичности жителей мегаполиса и провинциального города в условиях современной российской реальности нами было проведено исследование, в котором приняли участие 142 человека в возрасте от 27 до 54 лет, проживающих в городах с различным статусом: 103 испытуемых (из них 58 женщин и 45 мужчин) являлись коренными петербуржцами, 39 испытуемых (22 женщины и 17 мужчин) — коренными жителями городов с более низким статусом (г. Норильск и г. Череповец), которые рассматривались нами в качестве провинциальных городов (в сравнении с Санкт-Петербургом).

В соответствии с изложенными выше представлениями о смысловой природе городской идентичности, для сбора эмпирических данных применялись преимущественно психосемантические методы исследования: ассоциативный эксперимент, открытое анкетирование, «Цветовой анализатор мира» (ЦАМ). Кроме того, использовался метод проективного рисования (рисунок «Я — житель своего города») и модифицированная нами методика «Проективные ситуации» (см. приложение 1). Результаты исследования позволили описать характер городской идентичности жителя мегаполиса и провинциального города,

спектр ситуаций, в которых она актуализируется, а также содержание типичных авто- и гетеростереотипов.

Характер городской идентичности жителей мегаполиса и провинциального города изучался с помощью методик «Десять Я», «Проективные ситуации», «Цветовой анализатор мира», а также проективного рисования.

Анализ ответов испытуемых на вопрос методики «Десять Я» показывает, что городская идентичность занимает в структуре социальной идентичности жителей провинциальных городов большее место, нежели в выборке жителей мегаполиса (0,26 и 0,01 от общего количество социально-идентификационных характеристик соответственно). Эти данные подтверждаются и результатам анализа проективных рисунков на тему «Я — житель своего города» (рис. 4): жители провинциального города значительно чаще изображают на этих рисунках себя (различия статистически достоверны, $t=2,94$, $\alpha<0,05$).

«Я — житель своего города». Мужчина, коренной
«Я — житель своего города». Женщина, коренная
петербурженка, 43 года

«Я — житель своего города». Мужчина, коренной
«Я — житель своего города». Женщина, коренная
норильчанка, 27 лет

Рис. 4. «Я — житель моего города»: типичные рисунки испытуемых из мегаполиса и провинциального города

Тем не менее городская идентичность жителей провинциальных городов, будучи довольно актуальным компонентом их социальной идентичности, достоверно реже носит позитивный характер, нежели городская идентичность жителей мегаполиса. Это наглядно проявилось при анализе результатов, полученных с помощью методики «Цветовой анализатор мира» (табл. 4).

Таблица 4.

Средние ранговые значения, коэффициенты комфортности и напряженности объектов, оцениваемых по методике ЦАМ²

² Звездочками выделены параметры, по которым выявлены статистически значимые различия между выборками (с помощью t-критерия для независимых групп): * — различия значимы на уровне $0,01<\alpha<0,05$; ** — различия значимы на уровне $\alpha<0,01$

<i>Объекты</i>	<i>Средний ранг</i>	
	<i>в выборке жителей мегаполиса</i>	<i>в выборке жителей провинциальных городов</i>
1. Мой город*	4,17	3,80
2. Провинция*	4,09	3,66
3. Жители другого города	4,97	4,83
4. Стабильное место жительства **	2,56	4,12
5. Мегаполис	4,78	4,70
6. Я - житель моего города*	3,53	4,04
7. Переезд*	4,95	4,37
8. Жители моего города*	4,17	3,63

В выборке жителей провинциальных городов ранговый показатель параметра «Я — житель моего города» значимо выше, чем в выборке петербуржцев. В соответствии с принципами обработки данных, представленных в ранговой шкале, это означает, что жители мегаполиса в большей степени принимают данную социальную роль, она для них является более комфортной. Очень показателен в этой связи тот факт, что для жителей провинциальных городов, в отличие от петербуржцев, характерны большая готовность к перемене места жительства, относительно низкая ценность стабильности места жительства.

Интересно, что позитивная городская идентичность жителей мегаполиса формируется несмотря на то, что они в целом ниже оценивают и свой город, и населяющих его жителей. По всей вероятности, подобные низкие оценки обусловлены тем, что собственный город четко ассоциируется испытуемыми с мегаполисом, оценки привлекательности которого низки в обеих выборках. Напротив, жители провинциальных городов ценят свой город значительно выше, что, возможно, связано с более высокой оценкой «провинции» в целом, что будет наглядно продемонстрировано чуть ниже, при анализе городских стереотипов.

Кластеризация объектов, оцениваемых испытуемыми по методике ЦАМ, также свидетельствует о позитивной городской идентичности петербуржцев в сравнении с жителями провинциальных городов (табл. 5). Полученная в выборке петербуржцев кластерная структура наглядно демонстрирует позитивный характер их городской идентичности. В этой выборке в один кластер попали объекты, символизирующие актуальную городскую роль, собственный город, жителей этого города как представителей социальной ин- группы, а также положительные эмоциональные состояния и Я-структуры. Напротив,

объект, символизирующий представителей социальной аут-группы («жители другого города»), оказался в кластере с выраженным отрицательным эмоциональным фоном. Это позволяет утверждать, что городская идентичность жителей мегаполиса основана на строгой категоризации партнеров по взаимодействию в соответствии с их «городской принадлежностью», благодаря которой ин- и аут-группы четко дифференцированы.

Таблица 5.

Результаты кластеризации объектов, оцениваемых по методике ЦАМ

Название кластера	Кластерные структуры	
	Жители мегаполиса	Жители провинциальных городов
Позитивные отношения	Удовольствие, Я - житель своего города , ребенок, друг, жители моего города , человек моей национальности, я идеальное, радость, семья, провинция , Родина, россиянин, Я, Я в будущем, мой город , женщина, мужчина, стабильное место жительства , взрослый	Ребенок, радость, стабильное место жительства , россиянин, человек моей национальности, Я-идеальное, удовольствие, Я в будущем, Родина, женщина, семья, Я
Нейтральные отношения		Я - житель своего города , друг, жители моего города , Я-идеальное, провинция , столица, мой город , женщина, взрослый, мегаполис , мигрант, пожилой человек, столица, переезд , человек другой национальности, гражданин другой страны, жители другого города
Отрицательные отношения	Враг, неудовольствие, презрение, страх, печаль, мегаполис , гнев, мигрант, пожилой человек, столица, переезд , человек другой национальности, гражданин другой страны, жители другого города	

В выборке жителей провинциальных городов подобной дифференциации не наблюдается. Все значимые с точки зрения предмета нашего исследования объекты оказались включены в единый кластер «нейтральных отношений», в котором смешались друг с другом ин- и аут-группы, выделенные по городскому признаку, различные виды городов, а также возможность изменения места жительства, которая в выборке петербуржцев, напротив, тесно связана с отрицательным эмоциональным фоном.

По результатам анализа данных, полученных с помощью методики «Проективные ситуации», возникает впечатление, что для жителей мегаполиса, в отличие от провинциальных жителей, позитивная городская идентичность является нормативной личностной характеристикой. На это указывают существенные различия в содержании вербализуемых героями проективных ситуаций ответов, которые, на наш взгляд, в значительной степени подвергаются воздействию эффекта социальной желательности, и ответов героев «про себя» (табл. 6). Жители мегаполиса декларируют позитивную городскую идентичность своими высказываниями в 76,5 % случаев общения с представителями ин-группы (ситуации 1-4 в таблице 6) и в 96,1 % случаев — при взаимодействии с иногородними (ситуации 5-8), в то время как жители провинциальных городов — только в 52,3 и 68,2 % случаев соответственно. Указанные различия являются статистически значимыми ($t=2,51$, $p<0,05$ для показателя «актуализация позитивной городской идентичности в ситуации взаимодействия с представителями ин-группы» и $t=2,83$, $p<0,01$ для показателя «актуализация позитивной городской идентичности в ситуации взаимодействия с представителями аут-группы», которые были получены при анализе «ответов вслух», приписываемых испытуемыми героям проективных ситуаций).

Таблица 6.

Актуализация позитивной городской идентичности в ситуациях взаимодействия с представителями ин- и аут-групп в выборках жителей мегаполиса и провинциальных жителей (% от общего числа)

Реплика партнера, приведенная в стимульном материале	Актуализация позитивной городской идентичности в «ответах вслух», %		Актуализация позитивной городской идентичности в «ответах про себя», %	
	Жители мегаполиса	Жители провинциальных городов	Жители мегаполиса	Жители провинциальных городов

		<i>родов</i>		<i>родов</i>
1. «Вы читали, что написано в газетах? Кошмар! Нет, нужно срочно уезжать из этого города»	100,0	45,5	88,2	18,2
2. «Как вы могли! Настоящий житель нашего города так никогда бы не сделал! А ведь вы живете здесь всю жизнь!»	41,2	36,3	29,4	27,3
3. «Вы хотите, чтобы на вашем празднике прозвучал гимн города? Или вы предпочитаете другое музыкальное сопровождение?»	64,7	45,5	47,1	45,5
4. «Мы живем в замечательном городе, не так ли? Я горжусь, что живу здесь»	100,0	81,8	88,2	36,3
5. «Как это вы не знаете, кто архитектор этого дома? Я, например, знаю про все достопримечательности своего города»	88,2	27,3	47,1	27,3
6. «Никогда бы не смогла жить в вашем городе! Наш город нравится мне значительно больше»	100,0	90,9	100,0	72,2
7. «Вам повезло, что вы живете в таком замечательном городе! Наш город нравится мне значительно меньше»	96,2	72,7 %	88,2	54,5 %
8. «Я только что переехал в ваш город, теперь тоже буду жить здесь. Не подскажите, где улица Мира?»	100,0	81,8	49,1	27,3
9. «Поздравляю с повышением! Скажите, вы готовы к тому, что оно потребует от вас переезда в провинцию?»	82,3	36,3	88,2	18,2
10. «Представляешь, я переезжаю. С нового года я — москвич»	29,4	27,3	82,3	18,2

Аналогичная ситуация наблюдается и при анализе «мысленных ответов» героев проективных ситуаций, которые, по нашему мнению, в большей степени отражают актуальное состояние городской идентичности личности, нежели скорректированные эффектом социальной желательности вербализуемые конструкции. Если в ответах жителей мегаполиса позитивная городская идентичность актуализируется в 63,2 % ситуаций взаимодействия в рамках ин-группы и 71,7 % случаев взаимодействия с иногородними людьми,

то у провинциальных жителей эти показатели достоверно ниже: 31,8 и 45,3 % ($t=2,94$, $p<0,01$; $t=2,25$, $p<0,05$).

Обращает на себя внимание тот факт, что и на уровне вербального поведения, и на когнитивном уровне герои проективных ситуаций значительно чаще демонстрируют позитивную городскую идентичность в ситуациях взаимодействия с представителями аут-групп, причем эта тенденция характерна для обеих исследуемых выборок. Это еще раз эмпирически подтверждает высказанное выше теоретическое предположение о том, что городская идентичность является компонентом социальной идентичности личности и функционирует по тем же законам, что и ее остальные компоненты.

Те же самые закономерности наблюдаются при анализе готовности жителей мегаполиса и провинциальных жителей к переезду в другой город (см. табл. 6, ситуации 9-10). Провинциальные жители в значительно большей степени ориентированы на смену города, причем как в сторону повышения его статуса, так и наоборот. Городская идентичность жителей мегаполиса в этом контексте статистически более устойчива ($t=2,48$, $p<0,05$; $t=2,61$, $p<0,01$ соответственно).

В этой связи довольно показательны результаты корреляционного анализа, позволяющие утверждать, что позитивная городская идентичность наблюдается в выборке жителей провинциальных городов только у тех испытуемых, которые достаточно высоко оценивают провинциальный статус своего города и демонстрируют низкий уровень тревожности, связанный с жизнью в нем (рис. 5). Появляются основания предполагать, что городская идентичность жителей провинциального города носит внутренне конфликтный характер, связанный со стремлением переехать в большой город на фоне в целом благоприятного отношения к своему городу и его статусу.

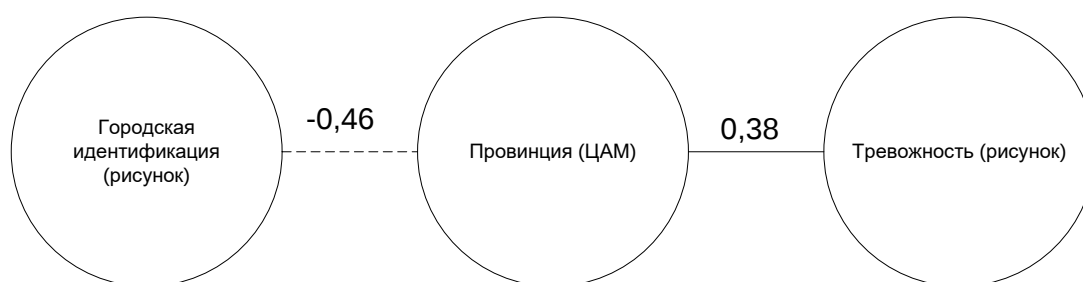


Рис. 5. Фрагмент корреляционной плеяды, отражающий значимые взаимосвязи показателя городской идентификации в выборке жителей провинциальных городов ($p<0,05$)

В выборке жителей мегаполиса устойчивых корреляционных взаимосвязей показателя городской идентификации с другими показателями не выявлено, что говорит о разнообразии и, следовательно, более высокой гибкости механизмов формирования их городской идентичности по сравнению аналогичными процессами в выборке жителей провинциальных городов.

Спектр ситуаций, в которых актуализируется городская идентичность жителей мегаполиса и провинциального города, изучался с помощью анкетирования. Испытуемым предлагалось ответить на вопрос о том, в каких ситуациях они вспоминают о том, что являются жителями своего города (табл. 7).

Таблица 7.

Удельная частота встречаемости статистически устойчивых ответов испытуемых на вопрос «В каких ситуациях вы чаще всего вспоминаете о том, что вы — житель своего города?»

<i>Типичные ответы</i>	<i>Частота встречаемости</i>	
	<i>в выборке жителей мегаполиса</i>	<i>в выборке жителей провинциального города</i>
1. Общаясь с иногородним	0,101	0,310
2. Общаясь с иностранцами	0,051	
3. Приезжая в другой город	0,220	0,254
4. Гуляя по примечательным местам города	0,254	0,126
5. Когда дождь и слякоть, холод	0,031	
6. Когда играет «Зенит»	0,031	
7. Когда про город говорят в «Новостях»	0,061	0,184
8. Стоя в пробке	0,051	
9. В переполненном транспорте	0,053	
10. В день города	0,033	0,063
11. На концерте, в театре	0,053	
12. Помню всегда	0,061	0,063

Представленные результаты свидетельствуют о том, что для жителей провинциальных городов, в отличие от петербуржцев, характерна актуализация городской идентичности в более узком диапазоне социальных ситуаций, преимущественно во взаимодействии с представителями аут-групп, выделенных по «городскому» признаку: при общении

с жителями других городов на «своей» или «чужой» территории (строки 1-3, суммарное значение 0,564). Также довольно значимыми факторами актуализации городской идентичности для жителей провинциальных городов являются упоминание их города в масштабе всей страны, например, в «Новостях» (0,184) или на местном уровне, в связи с той или иной датой (0,063). Символы города, которые могли бы актуализировать городскую идентичность сами по себе, упоминаются испытуемыми, проживающими в провинциальных городах, значительно реже, причем эти символы связаны исключительно с городскими достопримечательностями (0,126).

Для испытуемых, составивших выборку петербуржцев, перечисленные факторы актуализации городской идентичности тоже оказываются довольно важными. Так, ответы, в которых упоминается взаимодействие с иногородними людьми, в совокупности составляют 0,362 от общего числа, что значимо ниже, чем в выборке жителей провинциальных городов (критерий χ^2 , $0,01 < \alpha < 0,05$). Фактор «внешней» актуализации городской идентичности, за счет упоминания факта городской принадлежности, составляет 0,094 (различия с выборкой жителей провинциальных городов достоверны, критерий χ^2 , $0,01 < \alpha < 0,05$). Зато возрастает доля факторов, отражающих символы города в обыденном сознании: городских достопримечательностей (0,254), объектов культуры (0,053), городской футбольной команды (0,031). Кроме того, важную роль начинают играть признаки мегаполиса: пробки на дорогах (0,051), переполненный общественный транспорт (0,053).

Содержание авто- и гетеростереотипов, характерных для жителей мегаполиса и провинциального города, изучалось с помощью ассоциативного эксперимента с последующим контент-анализом полученных характеристик и расчетом показателей их статистической устойчивости в каждой выборке. Полученные результаты представлены в табл. 8.

Таблица 8.

Удельная частота встречаемости статистически устойчивых характеристик жителя мегаполиса, провинциального города, села, а также собственного города, отмеченных жителями мегаполиса и провинциального города³

Характеристика	Типичный житель мегаполиса		Типичный житель провинциального города		Типичный сельский житель		Типичный житель моего города	
	Провин-	Мегаполис	Провин-	Мегаполис	Провин-	Мегаполис	Провин-	Мегаполис

³ Жирным шрифтом выделены категории, общие для обеих выборок, звездочкой — совпадение характеристик с признаками «жителя моего города».

	циаль- ный город		циаль- ный город		циаль- ный город		циаль- ный город	
Безразличный		0,025						
Гостеприимный							0,045	
Деловой		0,045						0,022*
Деревенская одежда					0,037	0,035		
Доброжелатель- ный			0,050					
Добрый				0,027		0,041	0,045	
Жестокий	0,032							
Есть хозяйство					0,057	0,025		
Замкнутый	0,032							
Занятой	0,032							
Здоровый				0,022		0,032		
Избирателен в контактах	0,032							
Ищет пути в большой город				0,027			0,045	
Культурный								0,021
Медлительный					0,038			
Много работает	0,032							
Начитанный								0,022
Нервный		0,033						
Нехватка време- ни	0,032							
Образованный								0,035
Общительный			0,050	0,032	0,038			
Осторожный						0,005		
Отзывчивый						0,021		
Открытый			0,050	0,032	0,038			
Помогающий другим							0,091	

Простой			0,050			0,032		
Пьющий					0,057	0,086		
Разговорчивый				0,032				
Размеренный			0,050	0,036				
Семейный				0,027				
Спешащий	0,065	0,119						0,057*
Спокойный			0,075	0,094				
Суетливый		0,025						
Трудолюбивый				0,032	0,057	0,086		
Умный								0,022
Усталый	0,032	0,029					0,064*	
Хмурый		0,025						
Хозяйственный						0,026		
Хорошая одежда	0,032	0,029						
Целеустремлен- ный	0,047	0,029						0,035*
Эгоист	0,032							

Наиболее понятен для испытуемых обеих выборок образ типичного жителя мегаполиса (среднее количество характеристик составляет 4,76 и 5,64 соответственно). Испытуемые характеризуют типичного жителя мегаполиса как «спешащего», «усталого», «целеустремленного» и «хорошо одетого». Жители провинциальных городов добавляют к этому списку характеристики, касающиеся занятости жителей мегаполиса («занятой», «много работает», «нехватка времени»), а также целый ряд коммуникативных черт личности с выраженной негативной окраской («эгоист», «замкнутый», «избирательный в общении», «жестокый»). Жители мегаполиса, как и провинциалы, связывают жизнь в большом городе с повышенной занятостью («деловой»), а также со специфическими коммуникативными особенностями людей («безразличный», «нервный», «суетливый», «хмурый»), однако негативная окраска последних характеристик выражена менее, нежели в описаниях жителей провинциальных городов.

Типичный житель провинции, по мнению испытуемых в обеих выборках, представляет собой прямую противоположность жителю мегаполиса в обозначенных выше плоскостях: его жизнь «спокойная», «размеренная», а сам он «общительный» и «открытый». Кроме того, жители провинциальных городов указывают на «доброжелательность» и «простоту» провинциалов, а жители мегаполиса к позитивным коммуникативным свойствам («добрый», «разговорчивый») добавляют соматические («здоровый»), деятельност-

ные («трудолюбивый») и мотивационные («хочет перебраться в большой город») характеристики.

Типичного деревенского жителя и жители мегаполиса, и жители провинциальных городов описывают как «трудолюбивого», «пьющего», «одетого в деревенскую одежду», «имеющего хозяйство». Специфичные для выборок характеристики в целом совпадают с аналогичными характеристиками провинциальных жителей. Испытуемые из провинциальных городов считают деревенских жителей «медлительными», «общительными» и «открытыми», а жители мегаполиса — «отзывчивыми», «простыми», а также «хозяйственными» и «осторожными».

Образы типичного жителя своего города в представлениях исследуемых выборок существенно различаются. Образ «типичного петербуржца» включает в себя множество характеристик «жителя мегаполиса» («спешащий», «деловой», «целеустремленный»), а также ряд позитивно окрашенных характеристик преимущественно когнитивного плана («образованный», «умный», «начитанный»). Характеристики «типичного провинциала» фактически не совпадают, но семантически соответствуют образу «жителя провинциального города» («помогает другим», «добрый», «гостеприимный»). К ним добавляется черта, типичная для «жителя мегаполиса», — «усталость», а также «попытки переехать в большой город».

Таким образом, результаты эмпирического исследования позволяют утверждать, что позитивная городская идентичность чаще актуализируется в ситуации взаимодействия с представителями аут-групп, что подтверждает высказанное выше теоретическое предположение о городской идентичности как компоненте социально идентичности личности, формирующемся и функционирующем по законам социальных идентификаций.

Содержание стереотипов «типичный житель мегаполиса» и «типичный житель провинции» существенно различается, что подтверждает выдвинутое теоретическое предположение о наличии измерения «мегаполис-провинция» в структуре городской идентичности современных россиян.

Петербуржцы определяют свой город как мегаполис. Они видят отрицательные последствия жизни в большом городе, связанные, прежде всего, с высокой занятостью и ослаблением здоровья, однако их негативный смысл нивелируется за счет приписывания типичным жителям своего города положительных когнитивных свойств, а также относительно высокого уровня культуры. Жители Норильска и Череповца отождествляют свои города с провинцией. Закономерно приписывая жителям своего города более позитивные свойства, нежели жителям мегаполиса, они тем не менее стремятся изменить место жительства, что указывает на конфликтную городскую идентичность.

Для жителя мегаполиса позитивная городская идентичность - нормативная личностная характеристика, и представители данной выборки готовы декларировать ее при взаимодействии с представителями аут- и ин-групп. В провинциальных городах ценность позитивной городской идентичности, а также уровень ее распространения ниже, нежели в мегаполисе, что находит проявление в отсутствии выраженной социальной категоризации партнеров по взаимодействию по «городскому признаку», а также в сужении спектра актуализирующих ее ситуаций. Городская идентичность в структуре социальной идентичности жителей провинциального города занимает большее место, чем у жителей мегаполиса, возможно, потому, что носит внутренне конфликтный характер, связанный со стремлением переехать жить в другой город (как правило, столичный город или мегаполис) на фоне положительного эмоционального отношения к своему городу.

Механизмы формирования городской идентичности жителя мегаполиса более разнообразны и гибки, в то время как для жителя провинциального города таким механизмом выступает преимущественно принятие статуса «провинциальности» и его положительная оценка.

Становление городской идентичности личности в условиях мегаполиса: возрастной аспект

Возрастная динамика городской идентичности жителя мегаполиса изучалась с использованием методических средств, перечисленных в начале раздела «Сравнение городской идентичности жителей мегаполиса и провинциального города (сравнительный анализ)». В исследовании в качестве испытуемых приняли участие коренные жители Петербурга разных возрастов:

- дети в возрасте 7-8 лет — 42 человека (24 девочки и 18 мальчиков);
- подростки в возрасте 14-16 лет — 53 человека (31 девочка и 22 мальчика);
- взрослые люди в возрасте 27-54 года — 103 человека (58 женщин и 45 мужчин);
- пожилые люди в возрасте старше 60 лет — 52 человека (25 женщин и 27 мужчин).

Место городской идентичности в структуре социальной идентичности личности на различных этапах жизненного пути изучалось с помощью методики «Кто Я? Десять предложений», а также анкетирования.

Методика «Кто Я? Десять предложений» позволила выявить место городской идентичности в структуре самоописаний личности на различных этапах жизненного пути (табл. 9).

Таблица 9.

Удельный вес показателя городской идентичности личности в самоописаниях людей, находящихся на различных этапах жизненного пути (в сравнении с показателями других компонентов социальной идентичности)

Компоненты социальной идентичности	Удельный вес компонентов в структуре самоописаний			
	младших школьников	подростков	взрослых людей	пожилых людей
Ученический / профессиональный	0,07	0,11	0,02	0,01
Гендерный	0,06	0,08	0,01	0,03
Возрастной		0,06	менее 0,01	0,04
Национальный	0,01	0,02	менее 0,01	0,03
Этнический	0,01	0,02	менее 0,01	менее 0,01
Городской	0,005	0,013	0,003	0,009
Религиозный	менее 0,01	-	менее 0,01	0,01
Социально-экономический	-	-	-	0,02

Как видно, городская идентичность в целом занимает периферийное положение в структуре социальной идентичности личности на всех возрастных этапах, уступая центральное место гендерному, возрастному и профессиональному компонентам. На уровне тенденций можно отметить лишь незначительные колебания значимости городской идентичности для испытуемых разных возрастов.

Так, наиболее значимую роль городская идентичность занимает в структуре самоописаний подростков (0,013) и пожилых людей (0,009). В детском и особенно во взрослом возрастах значимость идентификации с городской общностью ниже практически вдвое (0,005 и 0,003 соответственно).

Можно предполагать, что в детском возрасте процесс социализации направлен преимущественно на формирование «центральных» (то есть регулирующих поведение в широком диапазоне социальных ситуаций) ролей, а периферийные роли начинают активно формироваться позднее, к подростковому возрасту. Как уже было показано в наших предыдущих исследованиях, подростковый период характеризуется наиболее активным течением процесса становления социальной идентичности, освоения социальных ролей и формирования социальных стереотипов не только для центральных, но и для периферийных компонентов в структуре социальной идентичности [Микляева, Румянцева, 2009].

Видимо, именно поэтому городская идентичность оказывается максимально выраженной именно в самоописаниях подростков.

Во взрослом возрасте городская идентичность во многом теряет свою актуальность (по всей вероятности, на фоне общего снижения числа социальных идентификаций, которое очень наглядно представлено в табл. 9). Как отмечалось ранее, к зрелому возрасту число актуальных социальных ролей отдельно взятого человека резко сокращается на фоне устоявшейся иерархии компонентов социальной идентичности на этом этапе жизненного пути, устойчивого предпочтения тех или иных социальных ролей во взаимодействии с людьми. Если центральные компоненты социальной идентичности оказываются достаточно значимыми регуляторами поведения взрослого человека, то периферийные, к числу которых относится и городская идентичность, в этом возрасте значимы только в специфических для них ситуациях социального взаимодействия.

К пожилому возрасту значимость городской идентичности снова несколько возрастает. Анализируя содержание различных социальных ролей пожилого человека, необходимо констатировать, что оно претерпевает существенные трансформации. Закономерно изменяется возрастной статус, профессиональный и социально-экономический статус трансформируются в статус «пенсионера». Гендерная идентичность, как показано многочисленными исследованиями, также претерпевает изменения в контексте переживания старения [Kite, Deaux, Miele, 1991]. Таким образом, центральные компоненты социальной идентичности на этом возрастном этапе оказываются содержательно динамичными, в то время как содержание периферийных компонентов, в том числе и городской идентичности, остается неизменным, выступая таким образом в качестве своеобразного «ресурса идентичности», обеспечивая личностную тождественность и непрерывность на уровне социального взаимодействия.

Исследование ситуаций, в которых актуализируется городская идентичность, проводилось с помощью анкетирования, результаты которого представлены в табл. 10.

Таблица 10.

Удельная частота встречаемости статистически устойчивых ответов испытуемых на вопрос «В каких ситуациях вы чаще всего вспоминаете о том, что вы — житель своего города?»

Типичные ответы	Частота встречаемости			
	в выборке детей	в выборке подростков	в выборке взрослых	в выборке пожилых
Заполняя анкету		0,059		
Общаясь с иногородним		0,029	0,101	0,071

Гуляя по примечательным местам города	0,045	0,294	0,254	0,143
Когда дождь и слякоть		0,029	0,051	
В белые ночи		0,029		
Когда играет «Зенит»		0,147	0,051	
Про город говорят в «Новостях»	0,045	0,059	0,101	0,071
Общаясь с иностранцами		0,088	0,051	
Слыша про москвичей		0,029		
Приезжая в другой город	0,045	0,029	0,220	0,071
Стоя в пробке		0,029	0,051	
На разводке мостов		0,029		
На «Алых парусах»		0,029	0,017	
Объясняя кому-то дорогу		0,029	0,017	
Видя гастарбайтеров		0,029		
В день снятия блокады		0,059	0,033	
На уроках истории СПб	0,591	0,059		
В очередях			0,017	0,071
В переполненном транспорте			0,084	0,212
При столкновении с криминалом				0,071
При получении пенсии				0,142
Когда звучит гимн				0,071
В день города		0,059	0,033	
Помню всегда			0,161	
На концерте, в театре			0,101	
Уступая место в транспорте			0,034	
Нет ответа	0,272			0,071

Для детской выборки самой типичной ситуацией, в которой актуализируется городская идентичность, оказались школьные уроки истории города и разнообразные экскурсии (0,591 от общего числа ответов). Ситуации взаимодействия с жителями других городов и разнообразные городские символы в этом контексте для детей практически не значимы.

В остальных выборках наблюдается абсолютно иная тенденция. Ситуация взаимодействия с жителями других городов чаще всего отмечается взрослыми испытуемыми (0,389) и подростками (0,233), несколько реже — пожилыми людьми (0,142). Различные

символы города, понимаемые таковыми городской общностью в целом, оказываются важным напоминанием о собственной городской принадлежности, прежде всего, для подростков (0,675), а также взрослых (0,535) и пожилых (0,214) людей.

Отдельная категория ответов, которую можно назвать «трудности жизни в моем городе», наблюдается в выборке пожилых людей (0,496). Для этих испытуемых значимыми моментами, актуализирующими городскую идентичность, оказываются разнообразные бытовые трудности, сопровождающие жизнь в большом городе: очереди, большое количество людей в транспорте, высокий уровень преступности и т. д.

В целом, данные, приведенные в табл. 10, позволяют предполагать, что в детском возрасте городская идентичность находится на этапе формирования и складывается лишь к подростковому возрасту.

Характер городской идентичности жителей мегаполиса на различных этапах жизненного пути изучался с помощью методик «Проективные ситуации», «Цветовой анализатор мира», а также анкетирования.

В табл. 11 представлены средние ранговые значения объектов оценки в методике ЦАМ, отражающих содержание различных сторон городской идентичности личности.

Таблица 11.

Средние ранговые значения, коэффициенты комфортности и напряженности объектов, оцениваемых по методике ЦАМ

Объекты (ЦАМ)	Средние ранговые значения			
	в выборке детей	в выборке подростков	в выборке взрослых	в выборке пожилых
Мой город	3,71	5,19	4,17	3,83
Я - житель моего города	4,46	4,51	3,53	4,27
Жители моего города	3,90	5,42	4,17	5,09
Жители другого города	6,15	4,72	4,97	4,92

Несмотря на то что в детском возрасте городская идентичность оказывается относительно незначимым компонентом в структуре формирующейся социальной идентичности, именно для этого возрастного периода характерна наибольшая поляризация ин- и аут-групп, выделенных по принципу «городской принадлежности» (разница в средних значениях оценок объектов «жители моего города» и «жители другого города» составляет 2,25), наиболее выраженные эффекты ин-группового фаворитизма и аут-групповой дискриминации, а также максимальные оценки собственного города. Эти данные наглядно свидетельствуют о том, что городская идентичность начинает формироваться не в подростко-

вом возрасте, а значительно раньше, как минимум в младшем школьном детстве. В этот период закладываются основания для социальной категоризации по признаку городской принадлежности партнера по взаимодействию, представление о себе как о жителе своего города.

Однако необходимо отметить, что на этом возрастном этапе ценность собственной роли «петербуржца» невысока. В этой связи можно предположить, что отмеченная активность в формировании городской идентичности младших школьников обусловлена не только естественным ходом процесса социализации, но и знакомством со школьным предметом «История города», на который указали более половины (22 ребенка) опрошенных, отвечая на вопрос о тех ситуациях, в которых они вспоминают о своей городской принадлежности. В рамках этого предмета, с одной стороны, ребенок получает представления о своем городе, нормах и правилах поведения в нем, но, с другой стороны, сталкивается с необходимостью соответствовать требованиям, предъявляемым ролью петербуржца, несмотря на то, что не имеет личного опыта реализации этой роли (как уже отмечалось в разделе «Место городской идентичности в структуре социальной идентичности жителей мегаполиса», городская идентичность актуализируется преимущественно при взаимодействии с жителями других городов или с представителями власти, в отношении которого семилетний ребенок, как правило, имеет весьма ограниченный опыт). Таким образом, вероятно, что формирование городской идентичности в младшем школьном возрасте во многом спровоцировано спецификой учебной программы, в силу чего ее содержание понимается ребенком, но не принимается в полном объеме.

Рис. 6. «Я — житель своего города». Мальчик, 7 лет, 1 класс

Для подростков и взрослых людей характерна менее выраженная поляризация ин-и аут-групп, выделенных по основанию городской принадлежности» (разница в средних значениях оценок объектов «жители моего города» и «жители другого города» составляет 0,70 и 0,80 соответственно). Однако в выборке подростков, в отличие от взрослых, наблюдаются эффекты, прямо противоположные ин-групповому фаворитизму и аут-групповой дискриминации: подростки оценивают «чужую» группу выше, чем «свою». Для них характерны самые низкие оценки и собственной роли петербуржца (4,51), и города в целом (5,19). В качестве предварительной гипотезы можно предполагать, что подобное положение дел обусловлено типичной для этого возрастного периода реакцией эмансипации, распространяющейся, в частности, и на ценности магистральной культуры, заложенные в содержании роли «петербуржца». На это косвенно указывает тот факт, что при перечис-

лении ситуаций, в которых вспоминается собственная городская принадлежность, практически каждый третий подросток (16 из 53 опрошенных) привели примеры ситуаций, в которых им делали замечания, ссылаясь на то, что петербуржцу не пристало вести себя подобным образом. Кроме того, в подростковом возрасте ярче, чем в других возрастных группах, прослеживается тенденция актуализации городской идентичности в тех ситуациях социального взаимодействия, которые носят фрустрирующий характер (этот показатель во фрустрирующих и нейтральных ситуациях составляет 73,1 и 26,9 % соответственно). Эта тенденция наблюдается при взаимодействии как с представителями ин-групп, так и с «чужими» группами. На наш взгляд, эти данные свидетельствуют о том, что в данной возрастной группе индивидуальные потребности личности в уважении доминируют над содержанием ее социальных идентификаций. Тем не менее выдвинутое предположение относительно природы низкой комфортности городской идентичности на фоне ее относительно высокой значимости в структуре социальной идентичности, по нашему мнению, нуждается в дополнительной эмпирической проверке.

В выборке взрослых людей, напротив, наблюдаются эффекты, типичные для социальной идентичности личности в целом и ее отдельных компонентов. «Своя» городская общность оценивается взрослыми людьми выше, чем «чужие». На этом фоне наблюдается самая высокая среди всех выборок оценка своей городской роли (3,53), несмотря на довольно сдержанное отношение к городу как таковому, которое, как отмечалось в предыдущем разделе, вероятнее всего обусловлено рефлексией «издержек» жизни в мегаполисе. Можно констатировать, что в период взрослости городская идентичность жителя мегаполиса, невзирая на очевидно периферийное положение в структуре социальной идентичности личности, полностью сформирована и внутренне непротиворечива, благодаря чему она имеет возможность выступать регулятором социального поведения человека в специфичных для нее ситуациях (см. раздел «Место городской идентичности в структуре социальной идентичности жителей мегаполиса»).

Для пожилых людей характерно практически полное отсутствие поляризации ин- и аут-групп (разница в средних значениях оценок объектов «жители моего города» и «жители другого города» составляет 0,17) при относительно высоких оценках своей городской роли (4,27) и города в целом (3,83), которые указывают на позитивный характер городской идентичности. Этот факт может объясняться предположительно самым большим (в сравнении с другими выборками, принявшими участие в исследовании) опытом взаимодействия с людьми, проживающими в других городах и/или переехавшими в Петербург из других населенных пунктов, который, как известно, приводит к снижению стереотипиза-

ции взаимодействия и способствует нивелированию эффектов ин-группового фаворитизма и аут-групповой дискриминации [Hummert, 1999].

Представленные выводы подтверждаются также результатами корреляционного анализа, приведенного на рис. 7-10.

В структуре идентификационных параметров детей ролевая позиция «Я - житель моего города» занимает не слишком важное место (см. рис. 7). Для этого показателя была выявлена единственная взаимосвязь, свидетельствующая о положительном эмоциональном фоне соответствующего конструкта. Однако взаимосвязей с другими ролевыми конструктами, так же как и с показателями обобщенного самовосприятия («Я», «Я в прошлом», «Я в настоящем», «Я в будущем» и др.) он не имеет, что наглядно иллюстрирует его периферийное положение, низкую значимость для данной выборки.

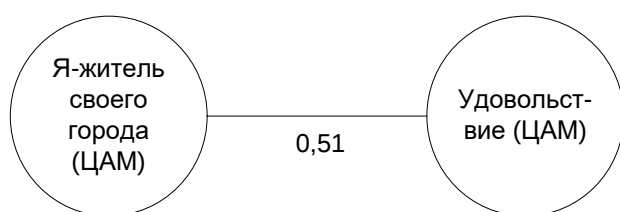


Рис. 7. Фрагмент корреляционной плеяды, отражающий значимые взаимосвязи рангов показателя «Я - житель моего города» в выборке детей

В выборке подростков, напротив, конструкт «Я — житель моего города» включен в актуальный образ себя и представления о своей жизни (см. рис. 8). Так же, как и в выборке детей, для него характерен позитивный эмоциональный фон, однако, в дополнение к этому, он оказывается включен в систему личностно- и социально-идентификационных конструктов («Я», «Я-идеальное», «семья», «россиянин», «ребенок»). Тем не менее обращает на себя внимание тот факт, что подростки противопоставляют «свой город» «мегаполису», не считают его таковым.

Известно, что плотная структура корреляционных связей свидетельствует об уязвимости, «хрупкости» описываемого с ее помощью феномена. Большое количество корреляционных связей, полученных в выборке подростков, таким образом, свидетельствует о том, что, будучи в целом сформированной, городская идентичность в этом возрасте еще не является самостоятельным ресурсом личностного благополучия, она «склеена» с другими социальными конструктами, через которые определяет себя человек.

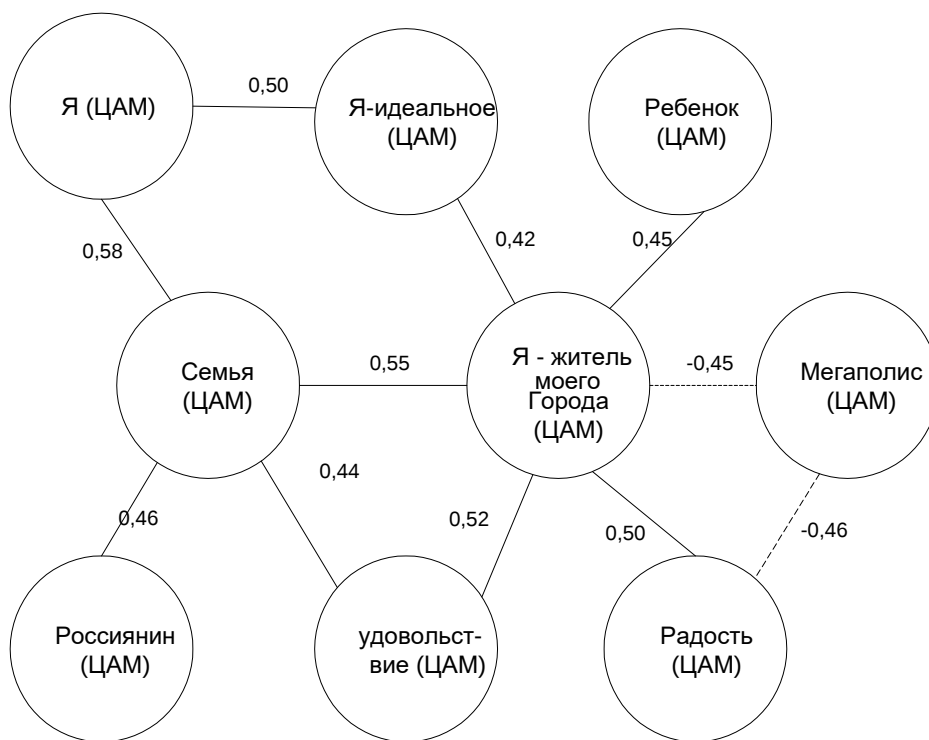


Рис. 8. Фрагмент корреляционной плеяды, отражающий значимые взаимосвязи рангов показателя «Я - житель моего города» в выборке подростков

Во взрослом возрасте городская идентичность, судя по описывающим ее корреляционным связям (см. рис. 9), становится самостоятельным компонентом социальной идентичности личности, выполняющей функцию самокатегоризации и категоризации партнеров по взаимодействию по признаку городской принадлежности.

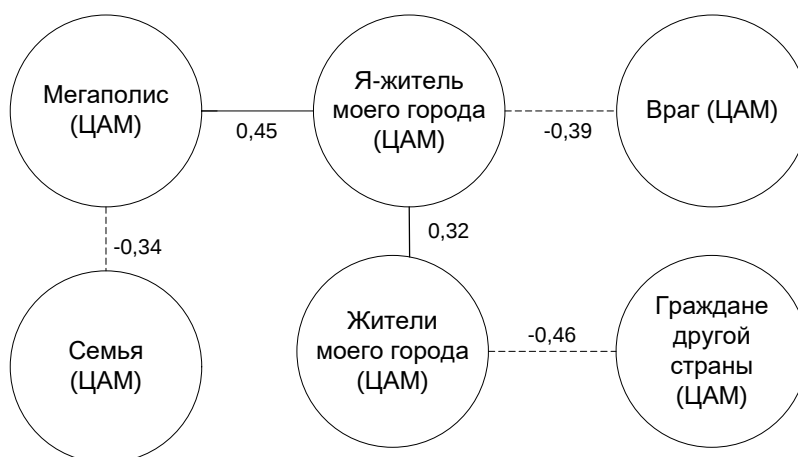


Рис. 9. Фрагмент корреляционной плеяды, отражающий значимые взаимосвязи рангов показателя «Я - житель моего города» в выборке взрослых людей

Особую роль городская идентичность начинает играть в пожилом возрасте. По всей вероятности, именно положительная идентификация пожилого человека в качестве жителя своего города создает определенную основу для ощущения стабильности социальной среды, положительного самоотношения, является связующим звеном временного аспекта идентичности личности, обеспечивая связь между «Я» и «Я в прошлом» (см. рис. 10). Однако при этом функция категоризации отходит на второй план, городская идентичность начинает в большей степени играть роль «личностного ресурса», чем регулятора социального взаимодействия. Довольно плотная структура корреляционных связей при этом указывает на непрочность данного конструкта, который может разрушиться в результате перемены места жительства, разрушения привычной сети социальных (прежде всего, семейных) связей.

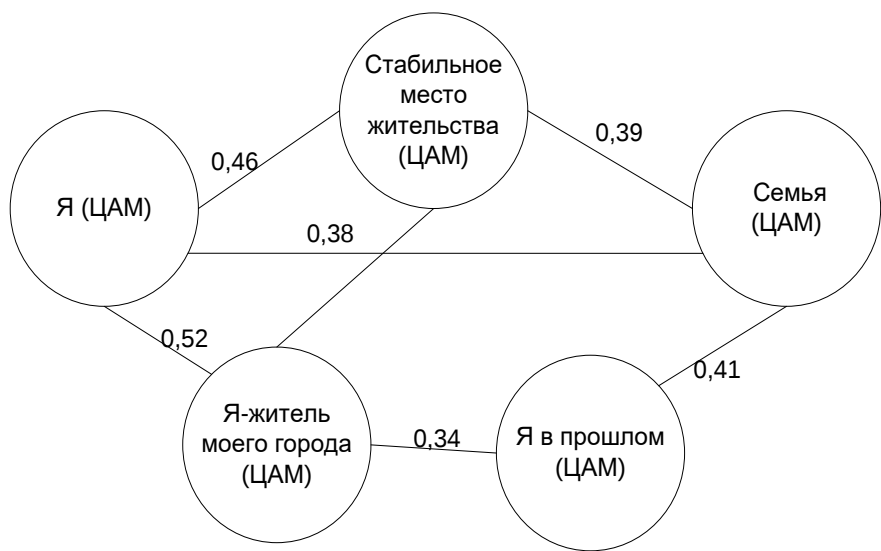


Рис. 10. Фрагмент корреляционной плеяды, отражающий значимые взаимосвязи рангов показателя «Я - житель моего города» в выборке пожилых людей

Эти выводы подтверждаются и результатами, полученными с помощью методики «Проективные ситуации» (табл. 12).

Таблица 12.

Средние значения количественных показателей по методике «Проективные ситуации»

Оцениваемый параметр	Среднее значение
----------------------	------------------

	в выборке детей	в выборке подростков	в выборке взрослых	в выборке пожилых
Актуализация позитивной идентичности при взаимодействии с «чужими»	2,93	3,11	3,47	3,50
Актуализация позитивной идентичности при взаимодействии со «своими»	2,93	3,23	3,47	3,16

В детской и подростковой выборках наблюдаются самые низкие значения показателей актуализации позитивной городской идентичности в различных ситуациях социального взаимодействия. В выборках пожилых и особенно взрослых людей эти показатели значительно выше.

Данные результаты уточнялись с помощью анализа ответов испытуемых на каждую из предложенных «Проективных ситуаций» (табл. 13).

Таблица 13.

Актуализация позитивной городской идентичности в ситуациях взаимодействия с представителями ин- и аут-групп в различных возрастных группах (% от общего числа)⁴

Реплика партнера, приведенная в стимульном материале	Актуализация позитивной городской идентичности, %			
	в выборке детей	в выборке подростков	в выборке взрослых	в выборке пожилых
1. «Вы читали, что написано в газетах? Кошмар! Нет, нужно срочно уезжать из этого города»	86,7 / 53,8	53,6 / 73,1	100 / 88,2	76,3 / 89,9
2. «Как вы могли! Настоящий житель нашего города так никогда бы не сделал! А ведь вы живете здесь всю жизнь!»	75,3 / 21,4	52,6 / 28,0	41,2 / 29,4	9,7 / 9,7
3. «Вы хотите, чтобы на вашем празднике прозвучал гимн города? Или вы предпочитаете другое му-	61,9 / 35,1	53,8 / 26,9	64,7 / 47,1	35,7 / 18,2

⁴ В таблице обычным шрифтом указаны данные, характеризующие декларативный уровень городской идентичности («ответ вслух»), жирным шрифтом — данные, характеризующие реальную идентичность («ответ про себя»).

зыкальное сопровождение?»				
4. «Мы живем в замечательном городе, не так ли? Я горжусь, что живу здесь»	87,5 / 42,3	81, 8 / 68,2	100 / 88,2	92,4 / 72,3
5. «Как это вы не знаете, кто архитектор этого дома? Я, например, знаю про все достопримечательности своего города»	52,9 / 26,7	46,1 / 19,2	88,2 / 47,1	52,0 / 24,8
6. «Никогда бы не смогла жить в вашем городе! Наш город нравится мне значительно больше»	54,2 / 75,6	4,3 / 88,5	100 / 100	74,8 / 92,0
7. «Вам повезло, что вы живете в таком замечательном городе! Наш город нравится мне значительно меньше»	89,7 / 41,7	87,5 / 68,7	96,2 / 88,2	83,3 / 50,3
8. «Я только что переехал в ваш город, теперь тоже буду жить здесь. Не подскажете, где улица Мира?»	80,9 / 70,2	62,5 / 67,5	100 / 49,1	75,3 / 33,7
9. «Поздравляю с повышением! Скажите, вы готовы к тому, что оно потребует от вас переезда в провинцию?»	35,7 / 70,4	60,1 / 74,6	82,3 / 88,2	66,3 / 60,4
10. «Представляешь, я переезжаю. С нового года я — москвич»	28,6 / 83,4	19,8 / 91,8	29,4 / 82,3	17,8 / 82,1

Представленные результаты наглядно свидетельствуют о том, что позитивная городская идентичность - нормативная характеристика для жителя мегаполиса вне зависимости от возраста. Во всех без исключения выборках уровень декларируемой позитивной идентичности в среднем выше, нежели ее реальные показатели. Особенно ярко эта тенденция проявляется в детской выборке, в которой декларируемая позитивная городская идентичность превышает реальную более чем на 25 % в шести из десяти случаев. При этом чаще всего такое положение дел наблюдается при анализе ответов детей в рамках тех проективных ситуаций, которые характеризуют взаимодействие с представителями ин- группы (строки 1-4 таблицы). Это косвенно подтверждает высказанное выше предполо- жение об «искусственном» характере городской идентичности в данном возрасте, которая

формируется не стихийно, благодаря контактам с представителями городских аут-групп, а в ходе процессов направленного обучения и воспитания.

В выборках взрослых и пожилых людей наблюдается схожая тенденция, однако в отличие от выборки детей, наибольшие расхождения между декларируемой и реальной идентичностью наблюдаются в ответах испытуемых на те проективные ситуации, в которых описывается взаимодействие с представителями аут-групп, выделенных по признаку городской принадлежности. Это свидетельствует о сформированности городской идентичности, использовании признака городской принадлежности человека как основания для социальной категоризации на этих этапах жизненного пути на фоне нормативности позитивного характера собственных городских идентификаций.

Относительное исключение из общей тенденции составляют подростки, в выборке которых чаще, чем в других исследуемых группах, наблюдается более высокий показатель реальной идентичности, в сравнении с декларируемой (в пяти из десяти случаев). Этот факт можно трактовать в контексте проблемы подросткового негативизма как специфической для этого возраста особенности коммуникации с окружающими людьми в целом.

Однако эффект нормативности позитивной городской идентичности, судя по всему, наблюдается только в ситуациях, не требующих от человека прямого выражения отношения к своему городу в целом, и отходит на второй план тогда, когда партнер по взаимодействию ожидает высказывания негативных оценок в адрес собственного города (ситуации 6, 9 и 10 в таблице). Вероятно, в этих ситуациях на первое место в регуляции поведения выходят другие социальные нормы, несмотря на актуализацию позитивной городской идентичности.

Возрастная динамика содержания авто- и гетеро- городских стереотипов изучалась с помощью ассоциативного эксперимента с последующим контент-анализом полученных характеристик и расчетом показателей их статистической устойчивости в каждой выборке (табл. 14).

Таблица 14.

Удельная частота встречаемости статистически устойчивых характеристик жителя мегаполиса, провинциального города, села, а также собственного города, отмеченных испытуемыми разных возрастов⁵

Характеристика	Типичный житель мегаполиса				Типичный житель провинциального города			
	<i>Дети</i>	<i>Под-</i>	<i>Взрос</i>	<i>Пожи-</i>	<i>Дети</i>	<i>Под-</i>	<i>Взрос</i>	<i>По-</i>

⁵ Жирным шрифтом выделены категории, общие для нескольких выборок, звездочкой — совпадение характеристик с признаками «жителя моего города».

		<i>рост- ки</i>	<i>лые</i>	<i>лые</i>		<i>рост- ки</i>	<i>лые</i>	<i>жи- лые</i>
Активный		0,045 *						
Бедный					0,291			
Безразличный			0,024					
Богатый	0,149 *							
Деловой			0,045 *	0,101				
Диалект								0,052
Добрый					0,073	0,082	0,027	
Доверчивый								0,052
Дружелюбный						0,033		
Есть бизнес	0,075							
Есть дом, квартира	0,178 *							
Есть машина	0,149 *							
Жизнерадостный						0,033		
Занятой				0,041				
Здоровый							0,022	
Хочет в большой город							0,027	
Культурный				0,041*				
Нервный			0,033					
Неторопливый						0,098		
Неуверен в себе								0,057
Образованный		0,034 *		0,061*				
Общительный							0,032	
Олигарх	0,135							
Отзывчивый						0,049		0,097
Открытый							0,032	

Плохо одет						0,033		
Простой						0,049		
Разговорчивый							0,032	
Размеренный							0,036	
Семейный						0,033	0,027	
Скромное жилье					0,146			
Спешащий		0,131 *	0,119 *	0,061*				
Спокойный						0,164	0,094	0,103
Суетливый			0,025					
Трудолюбивый				0,043*		0,066	0,032	0,052*
Улыбчивый								0,056
Умный	0,075 *							
Усталый		0,068	0,029					
Хмурый			0,025					
Хорошая одежда			0,029	0,061*				
Целеустремленный		0,034	0,029 *					0,052
Эгоист		0,045 *						
Характеристика	Типичный сельский житель				Типичный житель моего города			
	<i>Дети</i>	<i>Под- рост- ки</i>	<i>Взрос- лые</i>	<i>Пожилые</i>	<i>Дети</i>	<i>Под- рост- ки</i>	<i>Взрос- лые</i>	<i>Пожилые</i>
Активный						0,046		
Бедный	0,098							
Богатый					0,071			
Веселый		0,031		0,057		0,046		
Деловой							0,022	
Деревенская одежда			0,035					
Добрый	0,048	0,031	0,041			0,031		

Есть дом, квартира					0,128			
Есть машина					0,102			
Есть скот	0,291							
Есть хозяйство	0,146		0,025					
Заботливый		0,061						
Здоровый			0,032					
Интеллигент								0,038
Интересный		0,031						
Колхозник	0,049							
Коммуникабель- ный						0,031		
Крутой					0,102			
Культурный							0,021	0,102
Ленивый						0,031		
Лицемерный						0,046		
Моло- деж.субкультуры					0,317			
Начитанный							0,022	
Невежественный		0,031						
Необычный					0,051			
Образованный						0,031	0,035	0,057
Общительный				0,074				
Отзывчивый		0,061	0,021					
Плохо одет		0,031						
Пожилой	0,073							
Помогающий дру- гим		0,031						
Простой		0,031	0,032					
Пьющий		0,031	0,086			0,031		
Работает в поле		0,031						
Рано встает		0,061						
Спешащий						0,076	0,057	0,038
Спокойный		0,046						
Трудолюбивый		0,046	0,086	0,132*				0,038

Умный					0,128		0,022	
Хозяйственный	0,049		0,026	0,065				
Хорошая одежда								0,038
Целеустремленный							0,035	
Эгоист						0,031		

Уже в детской выборке прослеживается большое количество совпадений образа «жителя мегаполиса» и «жителя моего города». Ключевой особенностью статуса «жителя мегаполиса» для детей является высокий уровень материального достатка («богатство», «есть машина», «есть квартира»), и именно по этому признаку дети противопоставляют свою городскую общность жителям провинциальных городов и сел, которые «бедны», имеют «скромное жилье».

Для стереотипов, распространенных в детской выборке, типична тенденция акцентирования внешней атрибутики той или иной социальной общности, внимание к тем аспектам ее образа жизни, которые доступны непосредственному наблюдению, что очень ярко наблюдается при анализе образа «типичного сельского жителя», который практически на 50 % состоит из характеристик деревенского быта. Информация о личности представителей различных городских общностей составляет не более 15 % от общего объема содержания городских стереотипов и представлена в континууме «ум — доброта», причем его первый полюс связывается с ин-группой, а противоположный атрибутируется провинциалам и сельским жителям. На наш взгляд, этот факт подтверждает гипотезу о том, что городская идентичность на этапе младшего школьного детства еще не сформирована в полной мере, ассимиляция авто- и гетеростереотипов, распространенных в собственной городской общности, только начинается.

В подростковой выборке также наблюдается практически полное совпадение образов «типичного жителя мегаполиса» и «типичного жителя моего города», несмотря на то, что, согласно результатам корреляционного анализа, представленным выше, подростки Санкт-Петербурга не считают свой город мегаполисом. Житель Петербурга, так же как и житель мегаполиса, характеризуется как «спешащий», «активный», «нервный», «эгоистичный», «образованный», «неприветливый», «лицемерный» и «усталый». Эти характеристики в полном соответствии с законами восприятия аут-групп, описанными в социальной психологии, противостоят параметрам образов «типичного провинциала» и «типичного сельчанина» — «спокойных», «простых», «отзывчивых» и «плохо одетых». Единственными характеристиками, объединяющими образы представителей ин-группы и аут-групп

и дифференцирующими «Санкт-Петербург» и «мегаполис», оказались «доброта» и «веселость».

Очевидно, что смысловыми ядрами формирования типичных образов представителей ин- и аут-городских групп для подростков являются энергетические и коммуникативные особенности жителей, отражающие активность жизненной позиции личности и особенности ее отношений с другими людьми. Взаимоотношения людей в мегаполисе, в частности в Петербурге, представляются подросткам значительно менее комфортными, а уровень энергозатрат значительно более высоким, по сравнению с небольшими населенными пунктами.

Тот факт, что подростки, не считая свой город мегаполисом, тем не менее приписывают ему характеристики, связанные в их сознании именно с большим городом, может объясняться расхождением между негативной окраской слова «мегаполис», распространенной в обыденном сознании, и тенденцией к поддержанию позитивного образа ин-группы. По всей вероятности, именно благодаря этому в образ «типичного жителя моего города» наряду с негативно окрашенными характеристиками «жителя мегаполиса» включаются позитивные свойства («добрый», «веселый»).

Однако подростки оказались единственной возрастной группой, в которой в содержание автостереотипа включены характеристики, имеющие очевидно отрицательную окраску: «лень», «эгоизм», «лицемерие» и др. Этот факт подтверждает высказанные выше предположения о том, что городская идентичность подростков, будучи в целом сформированной, содержит в себе потенциал внутриличностного конфликта.

В выборке взрослых тенденция совпадения образов «типичный житель моего города» и «типичный житель мегаполиса» выражена несколько меньше, чем в остальных возрастных группах. В сознании взрослых, петербуржцы похожи на жителя мегаполиса своей деловой хваткой и высоким темпом жизни: «деловитостью», «целеустремленностью», «нехваткой времени». Однако многочисленные особенности населения мегаполиса, предполагающие очевидные отрицательные оценки («безразличный», «нервный», «суетливый», «хмурый» и т. д.) противопоставляются положительным качествам «жителя своего города»: «начитанности», «образованности», «культурности», «уму». Эти качества, судя по всему, формируют отдельное смысловое ядро городских автостереотипов и компенсируют негативные коннотации «мегаполиса», что весьма важно для поддержания высокой оценки ин-группы позитивной идентичности отдельной личности. Тем не менее в образе типичного петербуржца, представленном в выборке взрослых, отсутствуют коммуникативные характеристики, которые «со знаком плюс» весомо представлены в образах провинциальных и сельских жителей («доброта», «отзывчивость», «гостеприимство» и т. д.).

Обращает на себя внимание тот факт, что в образе «типичного сельского жителя», полученном при анализе ассоциаций взрослых людей, зачастую присутствуют характеристики, иллюстрирующие внешнюю атрибутику сельского образа жизни, этот образ оказывается наименее «психологичным». В этой связи можно предположить, что для взрослых жителей Петербурга в процессах самокатегоризации по городскому признаку наиболее значимым оказывается измерение «столичный житель — провинциальный житель».

В выборке пожилых людей образы «типичного жителя мегаполиса» и «типичного жителя своего города» также имеют довольно много общих характеристик и в значительной мере противопоставляются «типичному жителю провинциального города» и «типичному сельскому жителю». Таким образом, в представлениях пожилых людей Санкт-Петербург — это именно мегаполис, со всеми присущими ему положительными и отрицательными особенностями.

Наиболее значимыми свойствами, отличающими жителя Санкт-Петербурга, по мнению пожилых людей, так же как в выборке взрослых являются характеристики, имеющие отношение к уровню образования и общей культуре: «интеллигент», «культурный», «образованный». Интересно, что у подростков, как уже отмечалось, смысловыми ядрами формирования типичных образов представителей ин- и аут-городских групп являются энергетические и коммуникативные особенности жителей, отражающие активность жизненной позиции личности и особенности ее отношений с другими людьми, что, по всей видимости, отражает объективно существующие различия в социальной ситуации развития, характерной для обеих возрастных групп.

В целом, данные результаты показывают, что автостереотипы, входящие в структуру городской идентичности пожилых людей, достаточно позитивны: из отрицательных характеристик встречается лишь «серый», причем это свойство, с точки зрения наших пожилых респондентов, не зависит от места жительства: им обладает не только петербуржец, но и житель любого мегаполиса, а также провинциал и человек, проживающий в сельской местности.

Таким образом, по результатам нашего исследования можно говорить о том, что формирование городских авто- и гетеростереотипов по мере взросления человека проходит классический путь «от внешнего во внутреннее», начинается с усвоения представлений о внешних атрибутах образа жизни той или иной городской (сельской) общности и лишь затем сопровождается накоплением конструкторов, относящихся к особенностям личности их представителей. Другая прослеживаемая закономерность заключается в том, что на начальных этапах формирования городской идентичности аут-группы в сознании носителя идентичности «слипаются», обладают схожими психологическими характеристика-

ми, которые заметно дифференцируются лишь на этапе взрослости. Таким образом, можно предполагать, что в формировании городской идентичности первым значимым шагом является категоризация «моя городская общность — другие общности», а частные категоризации («городская общность — сельская общность», «столичная городская общность — провинциальная городская общность») возникают позднее.

Универсальными смысловыми ядрами городских стереотипов, согласно результатам проведенного исследования, выступают энергетические и коммуникативные характеристики представителей различных городских (сельских) общностей. Специфичными для определения «жителей мегаполиса», и, в частности, петербуржцев, оказываются деловые качества, а также уровень образованности и культуры.

Подводя итоги характеристике полученных эмпирических данных, необходимо отметить, что городская идентичность является периферийным компонентом социальной идентичности личности жителя мегаполиса на любом этапе его жизненного пути. Тем не менее позитивная городская идентичность для жителей Петербурга носит нормативный характер и является предписываемой особенностью личности.

В период младшего школьного детства городская идентичность находится на этапе становления, и, в частности, в условиях Санкт-Петербурга, формируется не в процессе естественной социализации, а благодаря воспитанию и обучению. Ее содержание складывается по принципу «от внешних атрибутов к характеристике личности», первичная категоризация строится в континууме «моя городская общность — чужие городские общности».

В подростковом возрасте городская идентичность в целом оказывается содержательно сформированной, однако находится в тесной взаимосвязи с другими идентификационными феноменами, в силу чего не выполняет функцию регуляции социального взаимодействия в полном объеме.

Взрослые люди характеризуются сформированной городской идентичностью, которая, в случае актуализации, играет роль регулятора социального поведения личности. Содержание городской идентичности (авто- и гетеростереотипы) в этот период максимально дифференцировано, в нем наглядно прослеживаются все измерения городской идентичности.

В пожилом возрасте идентификация с ролью петербуржца создает основу для ощущения стабильности социальной среды и положительного самоотношения человека. В содержании городской идентичности пожилых людей доминируют те характеристики ин-группы, которые также способствуют поддержанию их положительного самоот-

ношения. В итоге, городская идентичность становится для пожилого человека важнейшим ресурсом личностного благополучия.

Трансформация городской идентичности в ситуации переезда в мегаполис

В исследовании, посвященном изучению трансформации городской идентичности в ситуации переезда на постоянное место жительства в мегаполис, приняли участие 210 человек, составивших три выборки. В первую выборку вошли взрослые люди (возраст от 31 до 49 лет), переехавшие на постоянное место жительства в Петербург из провинциальных городов со стажем проживания в Петербурге от 3 до 22 лет: 81 человек, из них 49 женщин и 32 мужчины. Во вторую выборку попали 26 взрослых людей (возраст от 34 до 46 лет), переехавших в Петербург из Москвы со стажем проживания в Петербурге от 2 до 18 лет. В качестве контрольной группы выступили взрослые — коренные петербуржцы. Характеристика контрольной выборки, а также перечень методов исследования, приведены в предыдущем разделе.

В исследовании была описана *специфика трансформации городской идентичности в различных ситуациях: ситуации переезда из провинциального города в мегаполис («повышения статуса») и переезда из столицы («понижение статуса»)*. Эта разница очень наглядно прослеживается на рисунках испытуемых (рис. 11).

«Я - житель моего города». Женщина, 37 лет, переехала в Петербург из провинции 4 года назад
Женщина, 37 лет, переехала в Петербург из провинции 12 лет назад
Женщина, 41 год, переехала в Петербург из Москвы 5 лет назад

Рис. 11. «Я - житель моего города». Типичные рисунки жителей переехавших из провинциальных городов и Москвы

Признаком, объединяющим трансформацию городской идентичности в ситуации переезда в другой город с повышением или понижением статуса места проживания, выступает конфликтный характер городской идентичности. Если для коренных петербуржцев характерны выраженная дифференциация ин- и аут-групп, а также проявления ин-группового фаворитизма и аут-групповой дискриминации, которые обнаружены в результате кластеризации объектов, оцениваемых по методике ЦАМ (табл. 15), то для жителей Петербурга, переехавших из других городов, выраженная ин- и аут-групповая дифференциация не характерна. Если в контрольной выборке все объекты, связанные с позитивной

городской идентичностью («Я — житель своего города», «мой город», «жители моего города») оказались в одном кластере, противопоставленном кластеру, объединяющему оценки аут-групп, то в обеих экспериментальных выборках эти объекты семантически «склеены». Более того, полученная кластерная структура наглядно показывает, что петербуржцы, ранее проживавшие в других городах, испытывают затруднения в оценке нынешней городской ин-группы по вектору «столичность — провинциальность».

Таблица 15.

Результаты кластеризации объектов, оцениваемых по методике ЦАМ, в экспериментальной и контрольной выборках

кластер	Кластерные структуры		
	В выборке петербуржцев	В выборке переехавших из провинции	В выборке переехавших из Москвы
Позитивные идентификации	Удовольствие, Я-житель своего города , ребенок, друг, жители моего города , человек моей национальности, я идеальное, радость, семья, Родина, россиянин, Я, Я в будущем, мой город , женщина, мужчина, стабильное место жительства, взрослый	Столица , женщина, удовольствие, семья, радость, стабильное место жительства, Я-идеальное, Родина, Я в прошлом, Я в будущем, ребенок, Я — житель моего города , друг, россиянин, человек моей национальности, Я, провинция	Я, Я - житель моего города , Я в прошлом, Я в будущем, Родина, россиянин, друг, семья, радость, женщина, мужчина, стабильное место жительства, удовольствие, ребенок
Нейтральные отношения		Переезд, гражданин другой страны, мигрант, взрослый, человек другой национальности, мужчина, пожилой человек, житель другого города , мегаполис , мой город	Село, деревня, граждане другой страны, житель другого города, гражданин другой страны, человек другой национальности, провинция , житель моего города , столица , человек моей национальности, мегаполис , мой город

Отрицательные отношения	Враг, неудовольствие, презрение, страх, печаль, гнев, мигрант, пожилой человек, столица , переезд, человек другой национальности, гражданин другой страны, жители другого города, провинция	Страх, неудовольствие, презрение, печаль, враг, гнев	Враг, неудовольствие, презрение, гнев, страх, печаль, переезд, мигрант
-------------------------	---	--	--

Интересно, что некоренные петербуржцы оценивают свою городскую принадлежность выше, чем коренные, однако напряженность их городских идентификаций существенно выше (табл. 16). Та же самая тенденция наблюдается в отношении оценки собственного города.

Таблица 16.

Средние ранговые значения, коэффициенты комфортности и напряженности объектов, оцениваемых по методике ЦАМ

Стимульные категории (ЦАМ)	Оценки и коэффициенты								
	В выборке петербуржцев			В выборке переехавших из провинции			В выборке переехавших из Москвы		
	Средний ранг	Комфортность	Напряженность	Средний ранг	Комфортность	Напряженность	Средний ранг	Комфортность	Напряженность
Я-житель моего города	3,53	0,45	0,06	3,44	24,00	0,14	2,44	1,25	0,33
Мой город	4,47	0,88	0	4,36	7,33	0,28	4,00	2,00	0,11

Отдельного внимания заслуживает тот факт, что для коренных петербуржцев, согласно данным, полученным с помощью проективного рисования, городская идентичность представляет менее актуальный компонент социальной идентичности, нежели для приезжих. Средние показатели идентификации в рисунках составляют 2,35 в выборке коренных петербуржцев, 2,56 в выборке приезжих их провинциальных городов и 3,56 в выборке бывших москвичей (по 5-балльной шкале), что указывает на повышение актуальности городской идентичности в структуре социальной идентичности личности в тех ситуациях, в которых ее содержание претерпевает трансформацию.

При этом результаты исследования позволяют говорить о том, что актуальная городская идентичность бывших жителей провинциальных городов и бывших москвичей имеет определенную специфику. Жители Петербурга, переехавшие из провинциальных городов, с трудом расстаются с идентификацией «Я — житель провинциального города», она входит в структуру их социальной идентичности наряду с идентификацией «Я — петербуржец», повышая напряженность последней идентификации. Бывшие москвичи, напротив, в большей степени демонстрируют эффекты ин-группового фаворитизма и аут-групповой дискриминации (см. табл. 15-16), однако для них характерно своеобразное «утаивание» своей новой городской идентификации. Как видно, в частности, из табл. 17, бывшие москвичи демонстрируют позитивную городскую идентичность «Я — петербуржец» реже, чем испытывают соответствующие переживания в реальности.

Таблица 17.

Актуализация позитивной городской идентичности в ситуациях взаимодействия с представителями ин- и аут-групп в экспериментальных и контрольной группах (% от общего числа)⁶

Реплика партнера, приведенная в стимульном материале	Актуализация позитивной городской идентичности		
	В выборке петербуржцев	В выборке переехавших из провинции	В выборке переехавших из Москвы
1. «Вы читали, что написано в газетах? Кошмар! Нет, нужно срочно уезжать из этого города»	100,0 / 88,2	84,1 / 71,7	81,6 / 54,3
2. «Как вы могли! Настоящий житель нашего города так никогда бы не сделал! А ведь вы живете здесь всю жизнь!»	41,2 / 29,4	50,6 / 36,7	18,4 / 45,7
3. «Вы хотите, чтобы на вашем празднике прозвучал гимн города? Или вы предпочитаете другое музыкальное сопровождение?»	64,7 / 47,1	46,8 / 46,8	18,4 / 45,7
4. «Мы живем в замечательном городе, не так ли? Я горжусь, что живу	100,0 / 88,2	100,0 / 92,3	92,5 / 92,5

⁶ В таблице обычным шрифтом указаны данные, характеризующие декларативный уровень городской идентичности («ответ вслух»), жирным шрифтом — данные, характеризующие реальную идентичность («ответ про себя»).

здесь»			
5. «Как это вы не знаете, кто архитектор этого дома? Я, например, знаю про все достопримечательности своего города»	88,2 / 47,1	73,4 / 46,8	18,4 / 0
6. «Никогда бы не смогла жить в вашем городе! Наш город нравится мне значительно больше»	100,0 / 100,0	100,0 / 93,3	54,3 / 45,7
7. «Вам повезло, что вы живете в таком замечательном городе! Наш город нравится мне значительно меньше»	96,2 / 88,2	86,4 / 56,2	66,8 / 66,8
8. «Я только что переехал в ваш город, теперь тоже буду жить здесь. Не подскажете, где улица Мира?»	100,0 / 49,1	65,7 / 44,6	0 / 45,7
9. «Поздравляю с повышением! Скажите, вы готовы к тому, что оно потребует от вас переезда в провинцию?»	82,3 / 88,2	56,7 / 76,5	9,2 / 45,7
10. «Представляешь, я переезжаю. С нового года я — москвич»	29,4 / 82,3	19,8 / 72,7	28,1 / 45,7

Обобщая данные, представленные в табл. 17, а также результаты проективного рисования, можно отметить следующие «конфликтные» моменты городской идентификаций некоренных петербуржцев, в связи с переездом повысивших или понизивших статус своего места жительства.

Переезд в мегаполис из провинциального города, сопровождающийся повышением статуса места проживания, приводит к напряженности в процессе формирования идентификации «Я — житель моего города». Эта напряженность связана с сохранением идентификации «Я — житель провинциального города». Однако мотивация возвращения в провинцию в этой выборке отсутствует, более того, наблюдается готовность к последующей смене места жительства по принципу дальнейшего повышения его статуса (см. строки 9-10 табл. 17).

Переезд в мегаполис, связанный с понижением статуса места проживания, приводит к декларативному занижению степени своей идентификации с ролью «Я — житель

моего города»: в выборке испытуемых, переехавших в Петербург из Москвы, наблюдаются самые низкие показатели декларируемой позитивной городской идентичности при сопоставимых с другими выборками показателях реальной городской идентичности. Этот факт позволяет предположить, что, в отличие от аналогичного процесса в ситуации переезда в мегаполис из провинции, трансформация городской идентичности в случае переезда из города с более высоким статусом носит развернутый характер и требует участия сознания. Другим отличием является готовность бывших москвичей к последующим сменам места жительства не только с повышением, но и с понижением его статуса, что наглядно видно из строк 9-10 табл. 17.

Можно отметить и ряд содержательных различий в городских идентификациях коренных и некоренных петербуржцев, полученных с помощью процедуры свободного ассоциирования с последующим расчетом статистической устойчивости семантических единиц (табл. 18).

Таблица 18.

Категории, используемые испытуемыми экспериментальных и контрольной выборок при характеристике типичных представителей ин- и аутгрупп⁷

Характеристика	Типичный житель мегаполиса			Типичный житель провинциального города		
	В выборке переехавших из провинции	В выборке петербуржцев	В выборке переехавших из Москвы	В выборке переехавших из провинции	В выборке петербуржцев	В выборке переехавших из Москвы
Безразличный	0,041*	0,025				
Деловой		0,045*				
Дерганый	0,037					
Доброжелательный				0,059		0,092
Добрый					0,027	
Доволен работой				0,042		
Думает о деньгах			0,054			

⁷ Жирным шрифтом выделены категории, общие для нескольких выборок, звездочкой — совпадение характеристик с признаками «жителя моего города»

Занятой	0,042*					
Здоровый					0,022	
Ищет пути в большой город					0,027	
Любит комфорт			0,054			
Медлительный				0,063		
Модный	0,039*		0,057			
Неброско одет				0,059		0,061
Невеселый	0,037*					
Нервный	0,038	0,033				
Образованный			0,057			
Общительный					0,032	
Озабоченный			0,085			
Отзывчивый				0,063		
Открытый					0,032	
Разговорчивый					0,032	
Размеренный					0,036	0,057
Семейный					0,027	
Современный			0,054			
Спешащий	0,132*	0,119*	0,136*			
Спокойный				0,084	0,094	0,182
Суетливый		0,025				
Трудолюбивый					0,032	
Умный			0,057			
Усталый		0,029	0,085			
Уравновешен- ный						0,061
Ухоженный	0,040					
Хмурый		0,025				
Хозяйственный						
Хорошая одеж- да		0,029				
Целеустремлен- ный		0,029				

<i>Характеристика</i>	<i>Типичный сельский житель</i>			<i>Типичный житель моего города</i>		
	В выборке переехавших из провинции	В выборке петербуржцев	В выборке переехавших из Москвы	В выборке переехавших из провинции	В выборке петербуржцев	В выборке переехавших из Москвы
Безразличный			0,065	0,034		
Деловой					0,022	
Деревенская одежда	0,053	0,035	0,091			
Добрый		0,041				
Есть хозяйство		0,025				
Замкнутый						0,054
Занятой				0,052		0,059
Здоровый		0,032				
Культурный				0,034	0,021	0,059
Ленивый			0,091			
Любит свой город						0,071
Модный				0,041		0,054
Начитанный					0,022	
Невеселый				0,033		0,054
Необразованный			0,096			
Образованный					0,035	0,054
Озабоченный						0,071
Осторожный		0,005				
Отзывчивый		0,021				
Простой	0,050	0,032				
Пьющий	0,039	0,086	0,193			
Размеренный	0,050					
Современный				0,053		
Спешащий				0,052	0,057	0,109
Стремительный				0,039		
Трудолюбивый	0,059	0,086				

Тяжелая жизнь			0,096			
Умиротворенный	0,039					
Умный				0,034	0,022	
Усталый				0,032		0,116
Хозяйственный	0,102	0,026				
Целеустремленный					0,035	

Полученные результаты свидетельствуют о том, что переезд из провинциального города в мегаполис усиливает самокатегоризацию индивида в измерении «сельский житель — городской житель». Если в сознании коренных жителей провинциального города образ жителя их города частично совпадает с образом «типичного сельского жителя», то в выборке испытуемых, переехавших в Петербург из провинции, подобные совпадения полностью отсутствуют, что, вероятно, связано с субъективно более высоким статусом нынешнего места жительства по сравнению с предыдущим, чего не наблюдается в выборке бывших москвичей.

Образ «типичного петербуржца» в выборках приезжих более чем на 60% совпадает с образом «типичного жителя мегаполиса», который, согласно результатам ЦАМ, в целом имеет негативную эмоциональную окраску. В обоих описаниях присутствуют такие качества, как «безразличный», «усталый», «невеселый», «занятой», «спешащий» и т. д., большинство из которых имеют негативную окраску. В выборке коренных петербуржцев таких совпадений насчитывается менее 35 %, причем большинство качеств нейтральны или окрашены позитивно: «деловой», «целеустремленный». Таким образом, можно констатировать, что автостереотипы коренных петербуржцев более позитивны, нежели автостереотипы переехавших в этот город на постоянное место жительства. Учитывая имеющиеся в психологии данные, касающиеся феномена ингруппового фаворитизма, а также результаты современных зарубежных исследований, свидетельствующих, что наиболее яркое проявление ингруппового фаворитизма характерно для ранних стадий членства индивида в определенной социальной группе, можно еще раз констатировать, что городская идентичность петербуржцев, переехавших из других городов, несет в себе потенциал внутриличностного конфликта, связанного с недооценкой нынешнего места жительства. На наш взгляд, это связано с плотной «склейкой» конструктов «мегаполис» и «Петербург» в сознании испытуемых, трудностями в определении специфических черт петербуржцев, отличающих их от жителей других крупных городов. Кроме того, отдельно необходимо от-

метить типичное для приезжих из провинциальных городов усиление самокатегоризации в измерении «сельский житель — городской житель». Если в сознании коренных жителей провинциального города образ жителя их города частично совпадает с образом «типичного сельского жителя» (см. раздел «Специфика городской идентичности жителей мегаполиса и провинциального города»), то в выборке испытуемых, переехавших в Петербург из провинции, подобные совпадения полностью отсутствуют, что, вероятно, связано с субъективно более высоким статусом места жительства по сравнению с предыдущим.

Сравнительное исследование городской идентичности людей, переехавших из других городов и имеющих различный стаж проживания в мегаполисе, проводилось с применением корреляционного и критериального анализа. На основании полученных результатов можно сделать вывод о том, что петербуржцы, переехавшие из провинциального города или столицы, характеризуются различным течением адаптационного процесса (см. рис. 12-13).

Жители Петербурга, переехавшие из провинциальных городов, по мере увеличения стажа проживания в Петербурге обретают позитивную идентификацию «Я — петербуржец», а образ мегаполиса, продолжая оставаться тесно связанным с образом Петербурга, постепенно приобретает положительную эмоциональную окраску. Однако городская идентичность оказывается несамостоятельным компонентом социальной идентичности, ее содержание переплетается с этнической и национальной идентичностями. В этой связи вероятно, что вновь сформированная городская идентичность относительно редко играет роль самостоятельного регулятора социального поведения бывших жителей провинциальных городов.

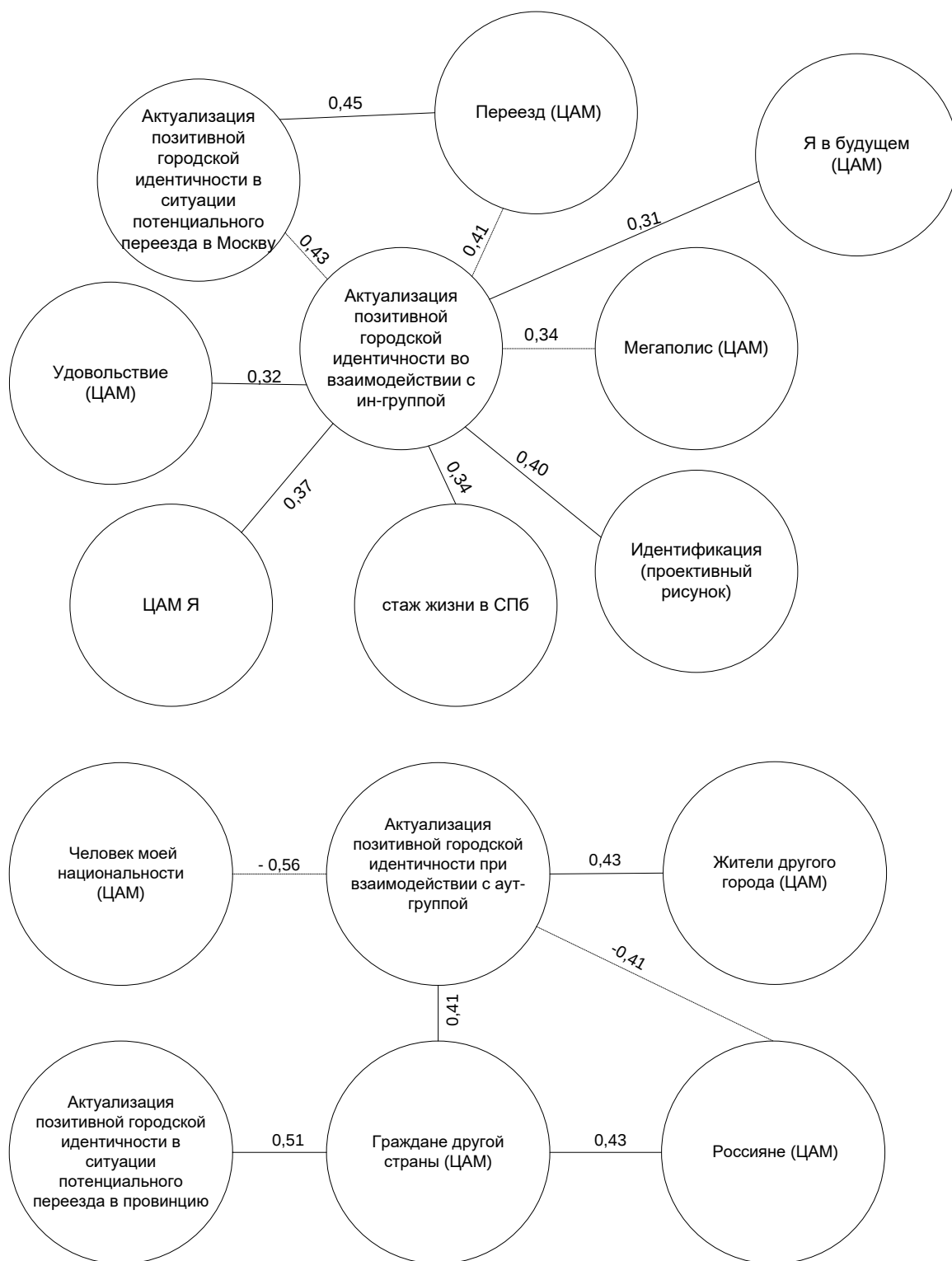


Рис. 12. Фрагмент корреляционной плеяды, отражающий взаимосвязи показателей городской идентичности в выборке испытуемых, переехавших в Петербург из провинциальных городов

Бывшие москвичи, напротив, обладают такой городской идентичностью, которая выступает в качестве самостоятельного регулятора их социального поведения в случае

актуализации. Однако по мере увеличения стажа проживания в Петербурге в данной выборке возрастает контекстная тревожность, особенно в связи с представлениями о себе в будущем, что, судя по всему, указывает на трудности в принятии более низкого статуса нынешнего места жительства в сравнении с предыдущим.

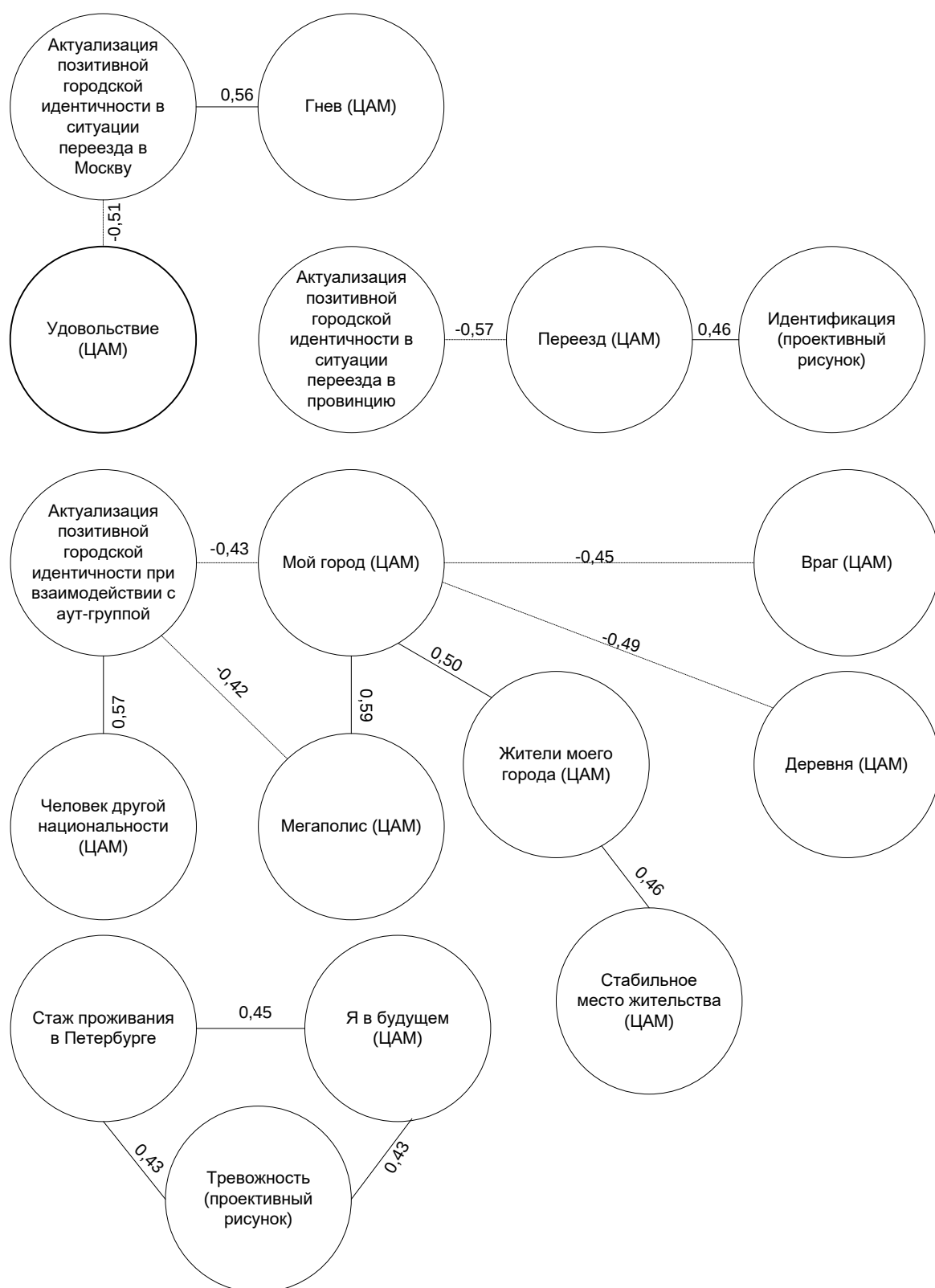


Рис. 13. Фрагмент корреляционной плеяды, отражающий взаимосвязи показателей городской идентичности в выборке испытуемых, переехавших в Петербург из Москвы

Результаты критериального анализа позволяют утверждать, что наиболее острый период адаптации приходится на первый год проживания на новом месте, причем наибо-

лее «уязвимые места» зависят от направления изменения статуса места жительства (табл. 19). В ситуации повышения статуса места жительства в их числе можно назвать низкую оценку нынешнего места жительства и отсутствие четкой дифференциации ин- и аут-групп. Напротив, при понижении статуса места жительства наблюдается «защитное спокойствие», признаком которого является заниженная контекстная тревожность.

Таблица 19.

Характеристики городской идентичности, достоверно различающиеся у испытуемых с различным стажем проживания в Петербурге⁸

Эмпирические показатели	Средние значения показателей в зависимости от стажа проживания в Петербурге		
	0-1 год	1-3 года	более 3 лет
В выборке переехавших из провинциальных городов			
Мой город (ЦАМ)	5,06	4,12	3,91
Актуализация городской идентичности с ин-группой («Проективные ситуации»)	2,12	2,98	3,09
Актуализация городской идентичности с аут-группой (проективные ситуации)	1,92	3,01	3,12
В выборке переехавших из Москвы			
Тревожность (проективное рисование)	1,34	2,95	3,57

Необходимо отметить, что в случае, если проживание в мегаполисе носит временный характер, динамика адаптационного процесса аналогична той, которая наблюдается при переезде на постоянное место жительства. К четвертому году жизни в мегаполисе жители провинциальных городов обладают в общих чертах сформированной городской идентификацией «Я — петербуржец», для москвичей типично возрастание контекстной тревожности (табл. 20).

Таблица 20.

⁸ t-критерий Стьюдента, $\alpha < 0,05$

Характеристики городской идентичности, достоверно различающиеся у испытуемых, приехавших в Петербург на несколько лет (врем.) или на постоянное проживание (пост.)

Эмпирические показатели	Стаж проживания					
	0-1 год		1-3 года		более 3 лет	
	Врем.	Пост.	Врем.	Пост.	Врем.	Пост.
1	2	3	4	5	6	7
В выборке приезжих из провинциальных городов						
Мой город (ЦАМ)	5,11	5,01	4,13	4,10	3,89	4,07
Актуализация городской идентичности с ин-группой (ПС)	1,98	2,17	2,92	3,00	3,00	3,11
Актуализация городской идентичности с аут-группой (ПС)	1,91	1,94	3,01	3,00	3,21	2,98
В выборке приезжих из Москвы						
Тревожность (ПР)	1,24	1,33	2,98	2,89	3,57	3,58

Заканчивая характеристику трансформации городской идентичности, необходимо отметить, что в случае переезда на постоянное место жительства в другой город, независимо от модальности изменения статуса места проживания, наблюдается конфликтный характер городской идентичности, трудности в оценке «столичности-провинциальности» новой городской ин-группы.

В случае изменений, сопровождающихся повышением статуса места жительства, трансформация городской идентичности сопровождается повышением психической напряженности, связанной с сохранением идентификации «Я — житель провинциального города» на фоне отсутствия мотивации возвращения в провинцию и усиления самокатегоризации в изменении «сельский житель — городской житель». По мере увеличения периода проживания в мегаполисе, бывшие жители провинциальных городов обретают позитивную городскую идентичность, образ города получает положительную эмоциональную окраску. Однако сформированная городская идентичность играет роль самостоятельного регулятора социального поведения бывших жителей провинциальных городов относительно редко.

Трансформация городской идентичности в ситуации переезда на новое место жительства с понижением его статуса сопровождается декларативным занижением степени своей идентификации с новой городской ролью. В этом случае изменения в структуре социальной идентичности осознаются ее носителем в большей степени, чем в ситуации повышения статуса нового места жительства.

Наиболее острый период адаптации приходится на первый год проживания на новом месте, городская идентичность становится весьма актуальной, ее актуализация сопровождается повышением напряженности. К 3-4 году активная фаза трансформации городской идентичности заканчивается. Эта тенденция характерна не только для людей, переехавших на новое место жительства «насовсем», но и для тех, кто приехал в мегаполис на ограниченный срок, от нескольких месяцев до нескольких лет.

Полученные результаты указывают на необходимость разработки программ социально-психологического сопровождения личности в процессе адаптации к жизни в мегаполисе с акцентом на создание условий для формирования позитивной городской идентичности. При этом одним из важных аспектов психологического сопровождения человека на этапе адаптации к новому городу является создание условий для осознания собственной жизненной перспективы, вероятности и условий смены места жительства в будущем, а также ресурсных аспектов проживания на нынешнем месте жительства.

Методический тренинг «Как помочь будущим студентам адаптироваться к условиям жизни в мегаполисе»

Пояснительная записка

Одной из весьма распространенных причин переезда в другой город является так называемая образовательная миграция — переезд на новое место жительства с целью получения образования. Чаще всего образовательная миграция предполагает переезд в город с более высоким статусом, в частности, в мегаполис. Так, например, по данным Госкомстата и Министерства образования России, в 1998—2001 годах иногородние студенты очных отделений вузов Петербурга составляли около 38 % от общего количества студентов дневной формы обучения, что соответствовало более чем двум третям общей доли мигрантов в населении Петербурга на тот период [Сафонова, 2003].

В подавляющем большинстве случаев люди, приезжающие в мегаполис «за образованием», — это юноши девушки в возрасте 17-20 лет, недавно окончившие школу и находящиеся на этапе определения своего дальнейшего жизненного пути, сопровождающемся активным развитием личности. Несмотря на то что социологи рассматривают образовательную миграцию как «мягкий» тип пространственного перемещения, в сравнении, например, с вынужденной миграцией, очевидно, что для молодых людей подобная смена

места проживания представляет собой непростую жизненную ситуацию. Сам по себе переезд в другой город уже предполагает необходимость сориентироваться в непривычном пространстве, создать новый круг общения, менять свой образ жизни, сложившиеся шаблоны поведения. Однако трудности иногороднего студента этим не ограничиваются. Известно, что образовательная миграция, помимо территориальной мобильности предполагает изменение социального статуса, необходимость освоения новых социальных ролей, которые сами по себе создают дополнительное напряжение, являющееся фоном адаптации к новым условиям жизни.

Сегодня во многих вузах, располагающих психологической или социально-педагогической службой, ведется работа, направленная на содействие адаптации студентов, в том числе и иногородних, к образовательной среде учебного заведения, в то время как программы психологического сопровождения студентов на этапе адаптации к новому для них городу на сегодняшний день практически отсутствуют. В итоге социологи констатируют распространенность такой стратегии адаптации, в рамках которой иногородний студент оказывается закрытым для нового опыта. Такая закрытая стратегия предполагает создание иногородними студентами специфической коммуникативной сети, в которую «отбираются» преимущественно люди с аналогичным статусом — статусом мигранта: земляки; студенты, проживающие в общежитии. Именно мигрантская среда начинается восприниматься как группа членства («Мы») и ей активно противопоставляется аут-группа («Они») — коренные жители города, в том числе и однокурсники [Сафонова, 2003]. В итоге возникает барьер, который затрудняет адаптацию иногороднего студента к новому месту проживания, предполагающую освоение новой городской роли, ассимиляцию сопряженного с ней ценностно-смыслового содержания, формирование позитивной городской идентичности, которая, как известно, является индикатором успешной социально-психологической адаптации [Барабанова, Щетинина, 2005].

Эта стратегия выглядит особенно неконструктивной на фоне отмечаемого сегодня многими иногородними студентами стремления остаться после окончания обучения в вузе в мегаполисе. Молодые люди предполагают, что мегаполис, в сравнении с их родным городом, предоставит им больше шансов для профессиональной и личностной самореализации, позволит достигнуть более высокого уровня жизни [Глотов, Спиридонова, 2006]. Очевидно, что успешная реализация подобных планов требует ассимиляции среды (в широком смысле) нового города, удовлетворения от реализации новой городской роли, а также активного участия человека в жизни своей новой городской ин-группы, что противоречит описанной выше «закрытой» стратегии адаптации.

Опираясь на результаты проведенного нами исследования, мы можем с большой долей вероятности предполагать, что в основе выбора «закрытой» стратегии адаптации к новой городской роли лежит негативная стереотипизация мегаполиса и населяющих его людей. Благодаря ей иногородние абитуриенты приезжают в свой «новый город» с системой представлений о нем, во многом не соответствующей действительности. Особенно ярко эта тенденция проявляется в том случае, когда в мегаполис приезжает абитуриент из села [Буянова, 2006], статус которого меняется не только по вектору «провинциальность — столичность», но и в плоскости «город — село».

Таким образом, актуальной становится задача подготовки будущих образовательных мигрантов к адаптации к условиям жизни в большом городе, реализации которой посвящена предлагаемая ниже методическая разработка.

Цели семинара: обучение специалистов (педагогов, психологов, социальных работников) технологиям социально-психологического сопровождения молодых людей, находящихся на этапе подготовки к переезду из небольшого города в мегаполис.

Задачи семинара:

- информирование об особенностях жизни в мегаполисе (в сравнении с небольшим городом), закономерностях процессов адаптации к жизни в мегаполисе;
- обучение базовым принципам психологического сопровождения;
- анализ основных «мишеней» социально-психологического сопровождения человека, находящегося на этапе переезда в мегаполис, с привлечением личного опыта участников тренинга;
- демонстрация социально-психологических технологий, способствующих повышению адаптационного потенциала личности на этапе переезда в мегаполис, предназначенных для использования в групповой работе с молодыми людьми.

Участники семинара: педагоги, психологи, социальные работники, вовлеченные в работу по социально-психологическому сопровождению молодых людей, находящихся на этапе подготовки к переезду из небольшого города в мегаполис (7-28 человек).

Продолжительность семинара: 2 дня по 8 академических часов, с 1-2 перерывами по 30-45 минут, 1 день — 4 часа (всего 20 академических часов). После каждого перерыва необходимо начинать следующий фрагмент занятия с психогимнастической разминки (примеры разминок приведены ниже).

Требования к ведущим семинара. Семинар проводят двое ведущих, имеющих высшее психологическое или педагогическое образование, обладающие навыками групповой работы, а также опытом работы со студенческой молодежью.

Требования к помещению. Для проведения занятий желательно иметь такое помещение, в котором достаточно места для того, чтобы организовать круг и индивидуальные рабочие места за партами. Помещение должно быть оборудовано доской, флип-чартом, желательна возможность использования аудио- и видеоаппаратуры.

Форма работы. Работа ведется в режиме семинара-тренинга, основными формами работы является общий круг или работа в малых группах, мини-лекции ведущих. Методический аспект семинара представлен, помимо прочего, комментариями ведущих по поводу каждого этапа работы (цели, специфика использования в молодежной группе, «подводные камни»), которые наиболее уместны на этапе подведения итогов дня.

Содержание семинара

День 1

Приветствие, представление ведущих, объявление темы семинара, его целей и задач

Время: 10 минут.

Цель: знакомство участников с целями семинара.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущие представляются, кратко характеризуют свой профессиональный опыт, более подробно останавливаются на целях и задачах семинара. Необходимо отдельно подчеркнуть, что методический семинар — это особая форма работы, в которой объединяются элементы личностной групповой работы и обучения. Практика психологической работы такова, что взять технологию, разработанную кем-то «для себя» и «под себя», и начать ее применять в собственной профессиональной деятельности невозможно, поскольку, как мы знаем, основным «инструментом» психологической поддержки и помощи является личность психолога, которая уникальна и неповторима. Поэтому в качестве обучающей задачи в рамках методического семинара рассматривается не механическая передача четко ограниченной технологии, а создание условий для формирования умения самостоятельно выстраивать такую технологию под свою личность и под свой профессиональный опыт. В рамках такой «авторской» технологии могут использоваться как методические приемы, предлагаемые в рамках семинара и опробованные на собственном опыте, так и любые другие средства, отвечающие целям и задачам сопровождения молодых людей, находящихся на этапе подготовки к переезду из небольшого города в мегаполис.

Знакомство. Упражнение «Визитка»

Время: 20 минут.

Цель: знакомство участников семинара с ведущими и друг с другом.

Материалы: бумага для записей формата бейджа, цветные карандаши, фломастеры, маркеры, основа для бейджей (по числу участников).

Ход. Участникам предлагается сделать себе визитку, соблюдая три условия. Во-первых, на визитке должно быть указана та форма обращения, которая будет приемлема для участника в рамках семинара. Во-вторых, визитка должна отражать род профессиональной деятельности участника. В-третьих, оформление визитки должно быть информативным, то есть каким-то образом отражать личность, настроение, планы и т. д. ее хозяина.

Визитки изготавливаются индивидуально, затем прикрепляются к одежде. В общем круге организуется представление визиток. Участникам предлагается представиться группе и пояснить оформление своей визитки. В процессе этого упражнения ведущие отмечают для себя уровень профессионально-психологической подготовки группы с тем, чтобы в дальнейшем строить работу с его учетом (например: «группа, в которой доминируют профессиональные психологи», «группа педагогов, не имеющих психологического образования» и т. д.). По окончании ведущий обращает внимание на определенный дискомфорт, испытанный некоторыми участниками группы в процессе выполнения упражнения (не называя конкретных людей), и напоминает о правилах психологической безопасности, которые необходимо соблюдать в течение семинара.

Введение правил групповой работы

Время: 20 минут.

Цель: определение правил групповой работы.

Материалы: бумага для записей, ручки, флип-чарт или лист ватмана, маркеры.

Ход. В зависимости от профессиональной подготовленности группы правила групповой работы могут представляться разными способами.

В случае, если в группе доминируют практикующие психологи, специалисты с высшим психологическим образованием, свод правил может быть составлен ими самостоятельно, используя, например, методику «дерева»: сначала участники работают в парах, составляя список правил, необходимых для комфортной групповой работы, затем пары объединяются в четверки, корректируя и дополняя свои списки, затем — в группы по 8 человек и т. д. до тех пор, пока подгруппы не объединятся в единую группу с общим списком правил, которые фиксируются на флип-чарте (листе формата A1) и остаются в рабочем помещении до окончания семинара.

В случае, если группа состоит в основном из участников, не имеющих психологического образования, правила могут предложить ведущие, комментируя каждое из них с точки зрения того, почему его важно соблюдать и как именно оно влияет на безопасность

пространства семинара. Здесь особенно важно подчеркнуть, что сформулированные правила являются универсальными, и их необходимо проговаривать и соблюдать в работе с любой группой, в том числе при организации работы с целевой группой молодых людей.

В обоих случаях необходимо отразить, как минимум, следующие правила:

- Конфиденциальность (все, что происходит в рамках семинара, не выносится за пределы рабочего помещения).
- Безопасность (в рамках семинара неприемлемы проявления агрессии ни на словах, ни физически).
- Взаимоуважение (уважаем свое и чужое время; выслушиваем мнения, высказывания, чувства участников группы, не перебивая).
- Равноправие (у каждого участника есть неповторимый жизненный опыт, каждый участник представляет собой ценность для группы).
- Понятность высказывания (говорим понятно для всех: не используем сленговые выражения, научные термины, слова на иностранных языках, или же объясняем то, что было сказано, «по-русски»)
- Я-высказывания: каждый участник говорит себе и про себя, не интерпретируя действия или высказывания других.
- Правило «Стоп» (участник в любой момент может сказать «стоп!», если он не желает обсуждать какой-либо вопрос или участвовать в каком-то упражнении).
- Правило «пятнадцати минут» (хотя время семинара регламентировано, у ведущего есть резерв в 15 минут, которыми он распоряжается в зависимости от динамики работы группы).
- Посещение группы невозможно в состоянии алкогольного или наркотического опьянения.

По окончании обсуждается вопрос о том, есть ли такие правила, которые будут трудны для соблюдения, и, в случае положительного ответа, в чем именно будет заключаться трудность.

Упражнение «Ожидания»

Время: 20 минут.

Цель: создание условий для рефлексии участниками ожиданий от работы в рамках семинара.

Материалы: флип-чарт (или лист бумаги формата A1), маркеры, ручки, карточки по числу участников:

Я буду доволен, если в результате участия в семинаре:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Ход. Участники получают карточки, которые необходимо заполнить в режиме индивидуальной работы. Перед началом работы участников предупреждают, что ответы будут зачитываться группе, но без указания авторства. По окончании работы участники сдают заполненные карточки ведущим.

Ведущие зачитывают ответы в общем круге, на флип-чарте фиксируют ответы участников, отмечают наиболее популярные ответы. Готовый список обсуждается по принципу «насколько это реально?». Ведущие уточняют цели, задачи и формат семинара.

Упражнение «Кто Я?»

Время: 20 минут.

Цель: создание условий для рефлексии участниками места городской идентичности в структуре их представлений о самих себе.

Материалы: бумага для записей, ручки, скотч.

Ход. Участникам предлагается в течение 7 минут дать как можно больше ответов на вопрос «Кто Я такой?», фиксируя их на листе бумаги. Затем листы прикрепляются себе на грудь с помощью скотча. Отводится 5 минут на то, чтобы участники походили по помещению, посмотрели на записи, сделанные друг другом.

В обсуждении поднимаются следующие вопросы:

- Какие впечатления возникли в ходе этого упражнения?
- Что общего в самоописаниях?
- Какова роль городской принадлежности в самоописаниях?
- В каких ситуациях городская принадлежность становится для человека особенно важной? Почему?
- Чем сложна в этом смысле ситуации переезда в другой город?

Упражнение «Мой город»

Время: 30 минут.

Цель: создание условий для рефлексии участниками отношения к собственному городу.

Материалы: мел или бумажный скотч.

Ход. На полу с помощью мела или бумажного скотча размечается «десятибалльная шкала», один из полюсов которой обозначается знаком «+», а другой — «-». Участникам последовательно предлагаются вопросы, ответ на которые предполагает необходимость занять подходящее место на «шкале». После того как все участники группы «ответили» на вопрос, каждому предлагается прокомментировать свой выбор.

Вопросы:

- Я много знаю о городе, в котором живу.
- Я люблю свой город.
- Мой город — самый лучший город в мире.
- Я очень рад, что живу именно в этом городе.
- Я с удовольствием переехал бы в другой город.

Рисунок «Я - житель моего города»

Время: 30 минут.

Цель: создание условий для рефлексии участниками собственной городской идентичности.

Материалы: бумага для рисования, простые и цветные карандаши, ластики.

Ход. Организуется индивидуальная работа. Участникам предлагается нарисовать рисунок на тему «Я - житель моего города». Ведущие подчеркивают, что умение рисовать здесь не принципиально, главное — передать идею любыми выразительными средствами. Время рисования ограничивается 15 минутами.

По завершении рисования каждый участник представляет свой рисунок группе. Обсуждаются сходства и различия в рисунках. Ведущие знакомят участников с принципами интерпретации тематических проективных рисунков (см. приложение 1). Результатом становится формулирование категории «городская идентичность»

Мини-лекция «Что такое городская идентичность и зачем она нужна» с последующей работой в малых группах

Время: 30 минут.

Цель: формирование представлений о структуре и функциях городской идентичности, о значимости позитивной городской идентичности для личностного благополучия человека.

Материалы: бумага формата А3, фломастеры.

Ход. Ведущие в сжатом виде сообщают группе информацию, касающуюся городской идентичности личности. В мини-лекции должны быть отражены, как минимум, следующие проблемы:

- Что такое городская идентичность, из чего она складывается?
- Какие измерения городской идентичности существуют?
- Что такое «городская роль» и «городской статус»?
- Каковы критерии «столичности» и «провинциальности» городов?
- Каким образом городская идентичность участвует в регуляции социального поведения человека?
- Что такое городские стереотипы, какими они бывают?
- Почему человеку важно обладать позитивной городской идентичностью, что она ему дает?
- Как формируется позитивная городская идентичность?
- Что может помешать формированию позитивной городской идентичности?
- Каким образом городская принадлежность может становиться основанием для дискриминации личности?

Материал, необходимый для подготовки к мини-лекции, представлен в предыдущих разделах книги. По окончании мини-лекции организуется работа в подгруппах по 3-5 человек. Подгруппам предлагается на листах бумаги схематически изобразить те моменты мини-лекции, которые обозначали бы потенциально проблемные моменты для человека в контексте обсуждаемой темы. Результаты представляются в общем круге.

Упражнение «Городская дискриминация» (с параллельной отработкой навыков активного недирективного слушания)

Время: 60 минут.

Цель: создание условий для рефлексии собственного опыта дискриминации по принципу городской принадлежности, отработка и закрепление приемов активного слушания.

Материалы: оборудование для видеосъемки и видеопросмотра, памятки по числу участников группы:

Правила активного недирективного слушания:

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Разговор возможен только в том случае, если собеседник настроен на общение.• Доброжелательный настрой, выражающийся в открытой позе, комфортной динамике контакта глаз.• Отсутствие оценок личности и поступков говорящего по шкале «хорошо-плохо». |
|---|

- Избегание вопросов в стиле «допроса»: необходимо строить предложения в утвердительной форме, делать паузы.

Внимание к собственным чувствам, не следует подменять «разговор о собеседнике» «разговором о себе».

Приемы активного недирективного слушания:

- «Эмпатическое покрывание»: поддержка высказывания собеседника с помощью междометий («угу», «да-да»).
- «Эхо»: прямое повторение последних слов собеседника.
- Уточняющие вопросы: вопросы с целью прояснения непонятных или допускающих неоднозначную трактовку высказываний собеседника («Что вы имели в виду, говоря о ...?», «Что значит...?» и т. д.).
- Перефразирование: краткий пересказ того, что сказал собеседник, с выделением и акцентированием основных идей, начинающийся с вводных слов типа: «Если я правильно понял...», «Как я услышал...» и т. д. (собеседник может услышать свои идеи со стороны, может их скорректировать).
- Отражение чувств собеседника: называние чувств, которые, как предполагается, испытывает собеседник в процессе беседы (позволяет собеседнику обратить внимание на собственные чувства).
- Присоединение чувств к содержанию: называние чувств собеседника в процессе перефразирования (способствует рефлексии собеседником собственных переживаний).
- Отражение собственных чувств: называние своих чувств, возникших в ходе беседы (способствует рефлексии собеседником эмоционального отклика на его слова).
- Обобщение: резюмирование содержания беседы.

Ход. Ведущие в зависимости от профессиональной подготовленности группы напоминают или подробно рассказывают о значении активного слушания в эффективной практической работе по социально-психологическому сопровождению личности. Группа делится на подгруппы по 3 человека.

В подгруппах распределяются роли «клиента», «консультанта» и «наблюдателя». «Клиент» вспоминает и рассказывает своему «консультанту» о ситуациях, когда ему или ей приходилось сталкиваться с дискриминацией по признаку городской принадлежности (это может быть как личный опыт, так и истории, связанные со знакомыми, друзьями, родственниками). Задача «консультанта» — помочь «клиенту» как можно точнее сформулировать то, что оказалось в данной ситуации самым неприятным, используя навыки активного слушания. Наблюдатель фиксирует поведение «консультанта» с точки

зрения использования активного слушания. По истечении 7 минут «наблюдателям» отводится 3 минуты на то, чтобы дать обратную связь «консультанту», после чего участники меняются ролями. В итоге каждый участник должен побывать во всех трех ролях.

По окончании работы в малых группах участникам предлагается собраться в общий круг и рассказать свою историю всем «легким тоном», в ироничной или шутливой манере.

Обсуждение имеет два смысловых пласта. Во-первых, обсуждаются впечатления участников от услышанного, связанные с ним чувства и переживания. Во-вторых, участникам предлагается поделиться впечатлениями об использовании приемов активного слушания в беседе (в ролях «клиента» и «консультанта»). Если в процессе работы подгрупп велась видеосъемка (с разрешения участников), то отдельные фрагменты бесед могут быть проанализированы в общем круге с точки зрения технологии ведения беседы.

Упражнение «Сон»

Время: 50 минут.

Цель: создание условий для рефлексии факторов, наиболее значимых при переезде в другой город на постоянное место жительства.

Материалы: бумага для записей, ручки, флип-чарт или большие листы бумаги, маркеры.

Ход. Ведущие предлагают участникам представить, что они, проснувшись утром, обнаружили себя жителем мегаполиса (того, куда преимущественно готовятся переехать абитуриенты). Необходимо написать небольшое сочинение о том, как пройдет в таком случае их день. Время для выполнения этого задания ограничивается 20 минутами.

Ведущие собирают готовые сочинения и зачитывают их в общем круге, никак не комментируя. Затем организуется общее обсуждение, в процессе которых группе предлагается перечислить основные факторы дезадаптации человека, переехавшего в мегаполис. Список фиксируется на флип-чарте. В нем должны найти отражение, как минимум, следующие моменты:

- Неосведомленность, трудности с ориентацией в городском пространстве.
- Одиночество, отсутствие привычных социальных связей.
- Информационный и эмоциональный прессинг (краудинг).
- Непривычный темп жизни.
- Климатические различия.

Фрагмент сочинения, написанного одной из участниц семинара, норильчанкой:
«Просыпаюсь, потягиваюсь... в окне солнышко... Ой! Это к сильному морозу. Бегу к окну посмотреть на градусник, а там... А там незнакомые дома. Но градусник есть, висит себе, минус три показывает. Ну хоть это слава богу! Теперь осталось понять, где я?

Вижу в комнате телефонный справочник и понимаю, что я в Петербурге, или Ленинграде, как угодно. Хорошо, конечно, культурная столица. Вот только интересно, а где ближайший магазин с едой? И чем я здесь занимаюсь??? А, вот пропуск: я работаю в социальной службе, на улице Первого Мая. Интересно, где это? Как туда добраться? И где же перед этим найти продуктовый магазин...»

Завершение первого дня

Время: 15-20 минут.

Цель: обмен впечатлениями, подведение итогов дня.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущие напоминают о том, какие упражнения сегодня делала группа, дают их характеристику, обозначают цели, задачи, особенности использования при работе с молодыми людьми. Затем ведущие резюмируют все, что происходило сегодня во время занятия, анонсируют следующий день, выражают группе благодарность за работу. Участники группы делятся впечатлениями:

- Что показалось самым важным?
- Какие чувства остались к окончанию дня?
- Что хотелось бы изменить в программе семинара?

День 2

Приветствие, объявление целей и задач второго дня работы

Время: 10 минут.

Цель: знакомство участников с целями и задачами второго дня семинара.

Материалы: мел или малярный скотч.

Ход. Ведущие кратко напоминают о результатах, которые были «наработаны» ранее, формулируют цель текущего дня: знакомство с технологиями психологического сопровождения, содействующими формированию у будущих студентов - образовательных мигрантов готовности противодействовать потенциальным факторам дезадаптации в мегаполисе. Акцентируется внимание на трех собственно социально-психологических группах факторов: трудности ориентации в городе, трудности коммуникации, эмоциональная напряженность и высокий темп жизни.

Упражнение «Карта»

Время: 30 минут.

Цель: создание рабочей атмосферы, введение в первый тематический блок рабочего дня: «Ориентация в незнакомом городе».

Материалы: мел или малярный скотч.

Ход. На полу схематично изображается карта города (очертания, границы районов, основные улицы). Ведущий задает вопросы:

- Место, важное для вас в детстве?
- Самое любимое место города?
- Самое романтическое место города?
- Место, которое вы не любите?
- Самое опасно для вас место города?
- Самое «историческое» место города и т. д.

Участники каждый раз занимают соответствующее ответу место на импровизированной карте, более или менее точно называют адреса, рассказывают по одному самому яркому впечатлению, связанному с тем или иным адресом. Для того чтобы упражнение выполняло функцию разминочного, необходимо работать в быстром темпе, не допускать затянутых рассказов.

Упражнение «Ментальные карты»

Время: 30 минут.

Цель: формирование представлений о важности ориентироваться в пространстве того города, в котором предстоит жить.

Материалы: бумага для рисования, цветные и простые карандаши, ластик, карты городов, предпочтительных для выпускников школ — образовательных мигрантов.

Ход. Участникам предлагается нарисовать карту своего города, пронумеровать обозначенные на ней объекты, подписать их. Затем по тому же алгоритму изображается карта того города, в который преимущественно перебираются выпускники школ. Карты представляются в общем круге, определяются общие для группы тенденции. Ментальные карты «не своего» города сопоставляются с реальными картами соответствующих городов.

Упражнение «Паззлы»

Время: 15 минут.

Цель: повышение информированности о городе, в который планируется переезд.

Материалы: 3-5.картинок с видами известных мест городов, наиболее популярных среди выпускников школ, разрезанных на фрагменты по числу участников.

Ход. Каждый участник получает несколько элементов одной из разрезанных картинок с изображением известных мест мегаполиса. На первом этапе участникам необходимо определиться с тем, к какой картинке относятся его паззлы (таким образом формируются команды), а затем как можно быстрее собрать свою картинку, показать расположение этого объекта на карте. Ведущим желательно кратко проинформировать группу о каждом месте, его значении для города.

Знакомство с упражнением «Работа с картой города»

Время: 10 минут.

Цель: демонстрация методического приема, направленного на содействие ориентации молодых людей в пространстве «нового» для них города и его транспортных сетях.

Материалы: карты городов, наиболее популярных среди выпускников школ (обычные, транспортные, карта метрополитена), карточки с «адресами» по числу участников, флажки на липкой основе, карточки с названием мест, в которые необходимо добраться, например:

Аэропорт (адрес)	Авиакассы (адрес)	Отделение почтовой связи (адрес)	Поликлиника (адрес)
Железнодорожный вокзал (адрес)	Железнодорожные кассы (адрес)	Отделение банка (адрес)	Библиотека (адрес)
Институт (адрес)	Музей (адрес)	Театр (адрес)	Кинотеатр (адрес)

Ход. Ведущий рассказывает об упражнении, демонстрирует стимульный материал. В этом упражнении каждый участник получает «адрес проживания», который отмечается на карте. Затем каждый по очереди вытаскивает карточку с ситуацией, в которой нужно обратиться в ту или иную организацию (на карточке указан ее адрес). Группа решает, что это за организация, находит ее место на карте города и приклеивает туда флажок, а также определяется с тем, каким способом туда лучше добраться и сколько примерно времени это займет. Одна из важнейших задач этого упражнения — сориентировать будущих студентов в расстояниях «нового» города, а также в его транспортных сетях.

Упражнение «Анкетирование города»

Время: 30 минут.

Цель: подведение итогов по тематическому блоку «Ориентация в незнакомом городе».

Материалы: бумага для записей, ручки, флип-чарт, маркеры.

Ход. Организуется работа в малых группах. Группы получают задание разработать анкету для как можно более подробной характеристики любого города. Время работы ограничивается 15 минутами.

Результаты работы представляются в общем круге и обобщаются ведущими на флип-чарте. Итоговая анкета должна отражать, как минимум, следующие характеристики города:

- демографические,
- социально-экономические,
- климатические,
- профессиональные,
- архитектурные,
- исторические,
- транспортные,
- социально-психологические (список открыт).

Подводя итог, ведущие подчеркивают необходимость повышать осведомленность выпускников, собирающихся учиться в другом городе, об этом городе для успешной адаптации к его условиям.

Упражнение «Огонек моей души» (фрагмент)⁹

Время: 10 минут.

Цель: введение в тематический блок «Трудности коммуникации».

Материалы: не требуются.

Ход. Организуется общий круг. Ведущий предлагает участника закрыть глаза. Звучит следующий текст: *«Вы в незнакомом городе. Незнакомые дома, улицы, незнакомые люди... Вам некуда торопиться. Вас никто не ждет. Вы просто идете по улице, шурша осенними листьями, слышите шум дождя, натываетесь на прохожих... Серый, пасмурный вечер. Фонари отражаются в холодных лужах. Холодно, темно, неудобно. Вы поднимаете глаза, видите дома, освещенные окна. В окнах горит теплый свет. В каждом*

⁹ Козлина А., Лешукова Н. Игра «Огонек моей души» // Школьный психолог. 2004. № 19.

окне — маленький мир. В каждом окне — свет души другого человека. (Пауза.) Маленький старый трамвай останавливается прямо перед Вами. Дверцы открываются: там тоже свет. Войдите в него, займите место. Быть может, он привезет Вас туда, где Вы нужны, где Вас ждут».

В обсуждении поднимаются следующие вопросы:

- Какие чувства возникали во время упражнения?
- О чем это упражнение?

Мини-лекция

Время: 10 минут.

Цель: информирование о причинах и последствиях одиночества иногородних студентов.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущие сообщают группе информацию о причинах и последствиях одиночества иногородних студентов, его влиянии на адаптацию в новом городе, на успешность учебного процесса. Для подготовки можно воспользоваться материалами книги К. Куртона «Поступление в колледж», отдельные выдержки из которой приведены ниже:

«Через две недели после начала учебного года, с момента прибытия в университет, одинокими — хотя бы изредка — чувствуют себя 75% новичков. Более 40% иногородних первокурсников сообщили, что уровень их одиночества колебался от среднего до высокого. А к концу весеннего семестра лишь 25% студентов нашей выборки сообщили, что ощущали одиночество за последние две недели. Таким образом, к концу учебного года студенты в целом оказались вполне жизнерадостными и хорошо перенесли процесс социальной адаптации...

Чтобы получить более объективную, количественную информацию об активности общения студентов, была исследована частота их контактов (по телефону, в письмах, при встречах) с семьей, друзьями и возлюбленными. При анализе ответов оказалось, что дружба — это особенно важное условие предотвращения одиночества. Нечастые контакты с друзьями с большей очевидностью предсказывали одиночество, чем общение с семьей или возлюбленными...

Одиночество может затянуться, если человек неправильно понимает его причины. Это неправильное понимание может привести к тому, что он постарается изменить не те аспекты своего положения в обществе, какие нужно, или вообще откажется от любых попыток что-либо изменить. Студенты, остававшиеся одинокими весь год, гораздо чаще, чем временно одинокие студенты, объясняли свое одиночество застенчи-

востью, боязнью получить отказ в общении, неумением войти в контакт и своим характером. Все эти причины относятся к особенностям характера самих студентов. Более того, за исключением разве что "неумения" войти в контакт, все перечисленные особенности относительно постоянны и трудно поддаются изменению...

Другой причиной затянувшегося одиночества может быть необоснованно ограниченное представление о том, что требуется для удовлетворительного общения. Данные тестирования показали, что одинокие студенты настаивали на том, что для преодоления одиночества им необходима романтическая привязанность. Успешно справились со своим первоначальным одиночеством именно те студенты, которые к концу учебного года имели удовлетворительный круг друзей. Одинокие студенты зачастую упускают из виду возможность с кем-то подружиться из-за своих поисков романтических взаимоотношений. Они могут и не подозревать о "социальных потребностях", которые удовлетворяются при тесном общении с друзьями»¹⁰.

Упражнение «Дом»

Время: 30 минут.

Цель: рефлексия собственного опыта одиночества, анализ «ресурса одиночества».

Материалы: не требуются.

Ход. Участникам семинара предлагается представить, что они вместе со своими друзьями решили провести выходные в своем загородном доме. Каждый из них поехал в свой дом, чтобы подготовить все к приезду друзей. Внезапно пошел снег, поднялся сильный ветер. Понятно, что друзья сегодня приехать не смогут. В доме есть: запас воды, еды и топлива, тренажерный зал, бассейн, магнитофон, видеоманитофон, библиотека, алкоголь, компьютер с играми. Участники рассказывают о своих предполагаемых действиях, при условии, что связь с внешним миром отсутствует.

Следующий круг посвящен рассказам участников о том, что они будут делать в одиночестве в течение недели (помощь еще не подоспела), третий круг — в течение месяца.

По окончании обсуждаются вопросы:

- Какие чувства возникли по ходу упражнения?
- Почему предлагались такие разные варианты поведения в «доме»?
- К чему может привести одиночество?
- Чего лишает одиночество?
- Что может дать одиночество?

¹⁰ По материалам Кутрона К. И. Поступление в колледж: Одиночество и процесс социальной адаптации // Лабиринты одиночества. Сборник статей. Под ред. Н.Е. Покровского. М.: Прогресс, 1989.

Упражнение «Ищу друга»¹¹

Время: 30 минут.

Цель: анализ эффективных и неэффективных стратегий формирования новых коммуникативных сетей, подведение итогов по тематическому блоку «Трудности коммуникации».

Материалы: бумага для записей, ручки, цветные карандаши, фломастеры, скотч.

Ход. Участникам группы предлагается представить, что они переехали в другой город, в котором нет ни одного знакомого. В этом городе есть «Стена объявлений», на которой все желающие могут оставить какую-либо информацию. Необходимо составить текст и придумать оформление объявления, начинающегося словами «Ищу друга». Организуется индивидуальная работа, чтобы участники работали самостоятельно, не видя объявлений друг друга.

Готовые объявления развешиваются по стенам так, чтобы с ними могли ознакомиться все желающие. Каждый из участников упражнения получает право «трех голосов»: он может карандашом поставить крестики на трех объявлениях, на которые он бы откликнулся. Сам ведущий также имеет право голоса в случае, если принимал участие в первой части упражнения. Это позволит проследить за тем, чтобы объявления участников, испытывающих трудности с самопринятием, не оказались самыми непопулярными. Для того, чтобы каждый мог поставить только три крестика, цвет «рабочего карандаша» у каждого свой. Затем авторы объявлений могут снять их со стены и сделать вывод о популярности своего объявления.

В ходе обсуждения анализируются самые популярные и непопулярные объявления. Затрагиваются вопросы эффективных и неэффективных стратегий установления дружеских связей на новом месте.

Упражнение «Преодолей препятствие»

Время: 30 минут.

Цель: введение в тематический блок «Эмоциональная напряженность жизни в мегаполисе».

Материалы: не требуются.

Ход. Участники выстраиваются в линейку. Им предлагается представить, что они стоят на краю пропасти и им надо преодолеть сложные препятствия. Препятствия представляют собой участники группы. Преодолевающий должен мобилизовать всю свою фантазию, чтобы каждое из «препятствий» было преодолено. Варианты препятствий мо-

¹¹ Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга. Учеб. пособие. М: Ось-89, 1999.

гут быть различными: моральные, физические, эмоциональные, интеллектуальные, и т. д. и требующие различных и нестандартных подходов к решению проблемы преодоления препятствия. Одно условие — не наносить друг другу физического или морального ущерба. Каждый из участников команды обязательно должен быть и «препятствием» и «преодолевающим». Если размер группы превышает 15 человек, целесообразно проводить упражнение в двух подгруппах.

По окончании обсуждаются впечатления участников, связанные с необходимостью вынужденно контактировать с большим количеством людей и решать неожиданные задачи.

Мини-лекция «Персональное пространство»

Время: 10 минут.

Цель: информирование о принципах организации территориального поведения человека.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущий освещает следующие вопросы:

- Что такое персональное пространство?
- Какие зоны в нем выделяются?
- Какие функции оно выполняет?
- Что испытывает человек при их нарушении?

При подготовке можно воспользоваться следующими тезисами:

Каждое живое существо на Земле имеет свое персональное пространство. Это пространство определяется своеобразными физическими и психологическими границами, при постоянном нарушении которых возникает стресс и нарушается жизнедеятельность. У каждого человека персональное пространство индивидуально. Выделяют ограждаемую (интимную) зону персонального пространства, вторжение в которую - чрезвычайно серьезный стресс для человека. Поэтому он оберегает и защищает эту зону от вторжения посторонних. Игнорирование и постоянное нарушение этого пространства может вызвать психическое или телесное расстройство. Например, если Вы будете все время находиться в ситуации постоянного соприкосновения с разными людьми (в набитом битком автобусе), то ваш организм и психика будут болезненно реагировать. Есть личная зона персонального пространства, куда без вреда для здоровья могут допускаться только близкие люди, общение с которыми является привычным и приятным для человека. Существует также социальная зона персонального пространства, куда допускаются люди при обычном социальном общении.

Чтобы сохранить свою целостность, мы проводим вокруг себя эти невидимые границы. Мы позволяем другим приближаться к нам физически и психологически лишь до определенного расстояния, защищая себя от вредного воздействия или от чрезмерного влияния. Тот, кто не может отстаивать свои границы, создает трудности для себя самого и для окружающих. Однако, когда мы устанавливаем границы на большом расстоянии от себя или делаем их непроницаемыми, мы становимся одинокими. Общаясь с другими, мы часто не замечаем этих психологических границ. Неосторожно переступив их, мы оказываемся бестактными по отношению к человеку. Тот же, кто нарушает наши границы, кажется нам бесцеремонным или тяготит нас¹².

Упражнение «Определение персонального пространства»

Время: 20 минут.

Цель: анализ значимости персонального пространства и рефлексия последствий его нарушения, обобщение материала по тематическому блоку «Эмоциональная напряженность жизни в мегаполисе».

Материалы: не требуются.

Ход. Участник получают следующую инструкцию: «Посмотрите на всех членов группы и выберите кого-нибудь себе в партнеры. Разбейтесь на пары. Определите друг у друга персональное пространство путем постепенного приближения спереди (измерьте расстояние, отметьте на бумаге), повторите аналогичные действия, приближаясь сзади, справа, слева. Проанализируйте полученные схемы вашего персонального пространства». Задание повторяется несколько раз с разными партнерами. Целесообразно при каждой следующей смене партнеров предлагать участникам выбирать себе в пару людей, отношения с которыми различаются: симпатичных, неприятных, тех, с кем никогда не общался, и т. д.

В обсуждении затрагиваются вопросы о переживаниях, возникших у участников по ходу упражнения, а также о путях преодоления негативных эмоциональных состояний в ситуации нарушения персонального пространства.

Упражнение «Башня»

Время: 10 минут.

Цель: введение в проблематику тематического блока «Темп жизни в мегаполисе».

Материалы: кубики разных цветов (из детского конструктора) или разноцветные картонные прямоугольники, карточки с заданиями:

¹² Воробьева Т., Ялтонская А. Профилактика зависимости от психоактивных веществ. Практикум. М.: б.м., 2008.

в основании башни должно быть 6 кирпичей
в башне должно быть нечетное количество этажей
в пятом ряду не должно быть красных кирпичей
в третьем ряду обязательно должны быть два зеленых кирпича
желтые кирпичи непрочные, и их использовать нельзя вообще
на левой стене башни должны быть два балкончика
четвертый ряд должен быть из кирпичиков двух цветов, чередующихся по очереди
в четвертом ряду нельзя использовать синие кирпичи
при строительстве башни можно использовать только нечетное количество зеленых кирпичей
верхним этажом башни должен быть красный кирпич

Ход. Задача группы — построить башню, следуя правилам, приведенным на карточках. 10 членов группы получают одно из приведенных выше указаний таким образом,

чтобы его не слышали остальные. После этого они не имеют права произносить вслух не единого слова. Задание считается выполненным, если за отведенное время группа успела построить башню, точно соблюдая все правила. В самом начале упражнения группе сообщается, что на выполнение задания отводится 7 минут.

После того как отведенное время закончилось, обсуждаются причины успеха или неудачи. Ведущие отдельно задают вопрос о том, кто с самого начала контролировал время выполнения задания.

Мини-лекция «Тайм-менеджмент»

Время: 10 минут.

Цель: информирование о принципах тайм-менеджмента.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущий освещает следующие вопросы:

- Что такое тайм-менеджмент?
- Кому и зачем он нужен?
- Что такое «поглотители времени»?
- Каковы основные принципы эффективного управления своим временем?

Ведущий может воспользоваться следующими опорными материалами:

Закон Парето: 80% всех результатов достигаются в течение 20% всего потраченного времени.

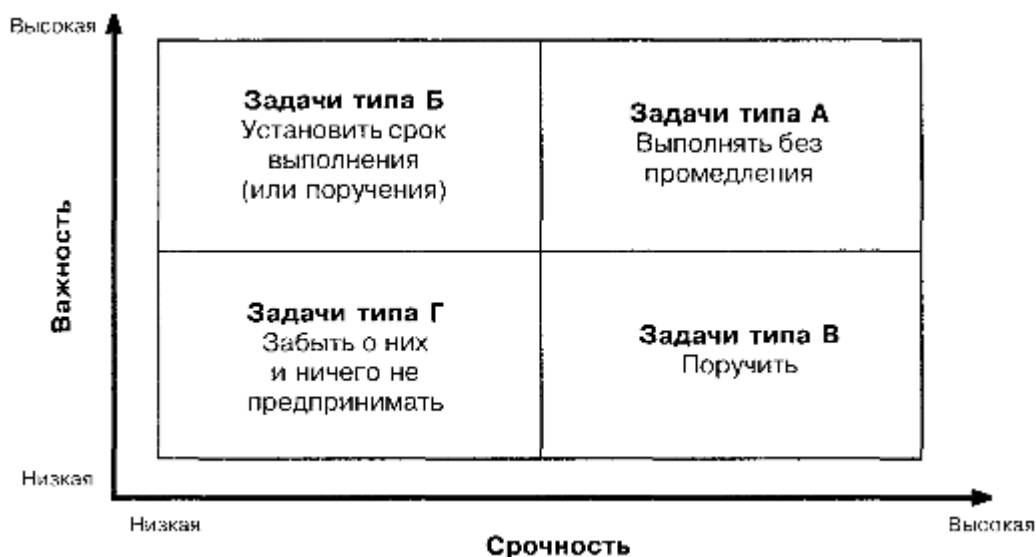
*Последовательность анализа временных затрат:*¹³



*Матрица Эйзенхауэра*¹⁴:

¹³ Колпаков В. М. Психология управления. Киев: МАУП, 2004.

¹⁴ Матрица Эйзенхауэра, или Тайм-менеджмент на службе у кадровика // Кадровое делопроизводство. 2007. № 1. С. 23–26.



Упражнение «Вчерашний день»

Время: 10 минут.

Цель: рефлексия значимости эффективного управления собственным временем.

Материалы: бумага для записей, ручки.

Ход. Участникам семинара предлагается расписать «по минутам» вчерашний день, определить, к какому квадрату в матрице Эйзенхауэра относится то или иное дело, суммировать временные затраты и проанализировать процентное соотношение важных и неважных дел, совершенных накануне. Особое внимание уделяется случаям, когда наблюдаются «пропажи времени», то есть человек не может вспомнить, на что его потратил. По завершении обсуждаются впечатления от полученных результатов.

Упражнение «Памятка»

Время: 20 минут.

Цель: подведение содержательных итогов работы, проделанной в течение дня.

Материалы: бумага для записей, ручки.

Ход. Группа делится на подгруппы по 3-4 человека. Подгруппы составляют «Памятку для молодого человека, переехавшего в мегаполис». На работу над памяткой отводится около 10 минут. Результаты представляются в общем круге.

Завершение второго дня

Время: 15-20 минут.

Цель: обмен впечатлениями, подведение итогов дня.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущие напоминают о том, какие упражнения сегодня делала группа, дают их характеристику, обозначают цели, задачи, особенности использования при работе с

молодыми людьми. Затем ведущие резюмируют все, что происходило сегодня во время занятия, анонсируют следующий день, выражают группе благодарность за работу. Участники группы делятся впечатлениями:

- Что показалось самым важным?
- Какие чувства остались к окончанию дня?
- Что хотелось бы изменить в программе семинара?

День 3

Приветствие, представление ведущих, объявление темы семинара, его целей и задач

Время: 10 минут.

Цель: знакомство участников с целями и задачами третьего дня работы.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущие обозначают цели работы на последний день семинара: создание условий для разработки участниками семинара программы тренинга для молодых людей, готовящихся к переезду в мегаполис, в соответствии с собственными профессиональными убеждениями и предпочтениями.

В зависимости от профессионального опыта участников группы второй этап может идти двумя путями. В группах практикующих психологов используется упражнение «Поиск единомышленников». В группах педагогов и соцработников целесообразно провести 45-минутную лекцию «Основы технологии группового тренинга с молодыми людьми».

Упражнение «Поиск единомышленников»

Время: 45 минут.

Цель: знакомство участников с профессиональным опытом партнеров, рефлексия собственного профессионального опыта.

Материалы: бумага для записей, ручки, скотч, ножницы, карточки по числу участников:

- Что такое тренинг? _____

- Зачем он нужен? _____

•	В чем основные задачи ведущего тренинга? _____

•	Какие ограничения есть у данного метода психологического сопровождения / помощи? _____

•	В чем особенности проведения тренинга в молодежной группе?

•	Какой временной формат тренинга самый эффективный? _____

•	Как оценить эффективность тренинга? _____

Ход. Каждый участник как можно разборчивей заполняет карточку в индивидуальном режиме (10-15 минут). Затем карточки прикрепляются на груди с помощью скотча. Перемещаясь по помещению, участники знакомятся с записями друг друга, уточняют устно непонятные для себя моменты и находят единомышленников — людей, у которых сходные представления о сущности групповой тренинговой работы с молодежью. Группы единомышленников вырабатывают общие позиции по каждому пункту карточки. Результатом является 5-минутное выступление представителя каждой группы с ответом на вопрос «Что такое тренинг вообще и с молодежными группами в частности?». Приветствуются примеры из опыта профессиональной деятельности при условии соблюдения регламента выступления.

Лекция «Основы технологии группового тренинга с молодыми людьми»

Время: 45 минут.

Цель: информирование участников о принципах тренинговой работы с молодежными группами.

Материалы: не требуются.

Ход. В ходе лекции обсуждаются следующие вопросы:

- Сущность групповой тренинговой психологической работы.
- Цели, задачи, возможности и ограничения тренинга.
- Принципы организации и проведения тренинга.
- Роль ведущего.
- Этапы формирования навыка в тренинге.
- Критерии эффективности тренинга.
- Специфика тренинговой работы с молодежью.

При подготовке ведущие могут воспользоваться следующими материалами:

Общие принципы психологического тренинга:

- *Принцип мотивационной готовности. Решение поставленных задач возможно только в случае личной заинтересованности участников в работе по программе тренинга. Учитывая, что темы занятий заложены в программу исходя из сформулированных целей программы, а не с учетом непосредственных интересов конкретных участников, мотивационная готовность может достигаться путем постоянного обращения к личному опыту, демонстрации личностной значимости получаемой информации. В качестве дополнительного мотиватора может рассматриваться создание условий, при которых участники группы сами формулируют психологические закономерности, а не получают информацию в готовом виде, что достигается умеренно недирективной позицией ведущего группы*

- *Принцип от других к себе. Занятия по предлагаемым темам на первых этапах строятся с применением полупроективных техник, позволяющих участникам говорить о существовании обсуждаемой проблемы «у людей вообще». Такой подход частично помогает разрешить сложности, связанные с нежеланием обсуждать темы, которые могут оказаться особенно личностно значимыми, поскольку демонстрируют участнику тренинга «неоригинальность» его трудностей.*

- *Принцип приоритета развития над обучением. Материал будет эффективнее усвоен участниками в том случае, если основные выводы будут сформулированы ими самими, а не преподаны в виде информации со стороны. Это возможно благодаря использованию упражнений развивающего типа, которые актуализируют соответствующую разбираемой теме часть опыта участника и способности веду-*

щего структурировать обсуждение таким образом, чтобы упражнение достигало необходимого результата благодаря активности участников.

- *Принцип учета возрастных особенностей.* Для молодых людей «разговорные» формы работы менее эффективны, чем «деятельностные». Наиболее эффективной позицией ведущего является умеренная недирективность, которая должна возрастать в случае работы с молодыми людьми «группы риска». Излишне директивная позиция может спровоцировать у группы протестные реакции, а недирективный подход, в свою очередь, полностью исключает возможность достижения поставленных целей.

Фазы овладения новыми умениями в тренинге¹⁵:

- *конкретный опыт* — собственные практические попытки участников сделать что-то;
- *рефлексивное наблюдение* — самостоятельный или групповой анализ происходящего, поиск факторов, способствовавших или препятствовавших эффективности деятельности;
- *абстрактная концептуализация* — обобщение опыта, возможно знакомство с теорией;
- *активное экспериментирование* — освоение новых умений и навыков в различных ситуациях.

Особенности позиции тренера в группах молодых людей¹⁶:

- *«Организатор процесса».* Задача — создание условий работы группы, предложение процедур и, возможно, постановка проблем, то есть создание среды. Максимальная осторожность, отсутствие давления. Гибкое отношение к конкретной тренинговой программе с учетом неординарности (личностного, интеллектуального и эмоционального развития участников). Работа на формирование мотивации, интереса к участию в группе.
- *Носитель модели желательного «взрослого» поведения.* Неавторитарный. Открытый. Понимающий. Принимающий. Уверенный. Креативный. Опасность формирования зависимости вследствие переноса. Риск выступить в роли «спасателя», «помощника», опасность нарушения личностных границ.

¹⁵ Вачков И. В. Групповые методы в работе школьного психолога. М.: Ось-89, 2006.

¹⁶ Яничева Т. В. Специфика тренерской позиции в групповой работе с подростками // Психологический тренинг с подростками / Под ред. А. Г. Лидерса. М.: Изд. центр «Академия», 2001. С. 220–225.

- *«Источник информации» о психологических закономерностях, феноменах. Предоставление возможности подростку примерить информацию на себя, снизить уровень тревоги, способствовать росту психологической культуры.*

Роль обратной связи в тренинге с молодежной группой¹⁷

Обратная связь достигает своей цели при соблюдении следующих условий:

- *описательный характер;*
- *своевременность (неотсроченность);*
- *специфичность (относится к конкретному проявлению участника);*
- *релевантность потребностям коммуникатора и реципиента;*
- *ориентированность на свойства, которые могут быть изменены.*

Особенности обратной связи в подростковых и молодежных группах при ее приеме и передаче:

- *желание увеличения глубины и неумение «держать» напряжение, актуализация психологических защит;*
- *желание открытости общения и страх раскрыться, быть непонятым и отвергнутым;*
- *желание увидеть себя со стороны и страх неоправданных ожиданий;*
- *желание «прямого разговора» (все, как есть) при подаче обратной связи и желание безоценочности, «мягкости» при ее принятии;*
- *уход от спонтанности обратной связи в сторону «самопредъявления».*

Эффективная обратная связь формируется, если ведущий:

- *подробно проговаривает принципы групповой работы и постоянно обращает внимание на (не) выполнение правил;*
- *обращает внимание на соблюдение процедуры обратной связи, контролирует ее форму и содержание;*
- *увеличивает количество упражнений с обратной связью от занятия к занятию, регулирует ее «глубину» и разнообразие форм подачи;*
- *следит за сбалансированностью обратной связи, контролируя соотношение фрустрации и поддержки;*
- *ориентируется на позитивную обратную связь и свойства, которые могут быть изменены;*

¹⁷ Березников А. Обратная связь в групповой работе с подростками // Журнал практического психолога. 1999. № 3. с. 6-14.

- учитывает повышенную значимость обратной связи от тренера как эксперта и носителя психологических знаний и жизненного опыта.

Работа в малых группах

Время: 90 минут.

Цель: разработка концепции программы сопровождения молодых людей в процессе подготовки к переезду в большой город.

Материалы: листы бумаги большого формата, цветные карандаши, маркеры, карточки-памятки:

Памятка.	
Что включает в себя концепция программы психологического тренинга	
	• название программы; • «мишени» психологического сопровождения / помощи; • теоретико-методологическое обоснование; • цели программы; • задачи программы; • принципы психологического сопровождения/помощи, реализуемые в рамках программы; • требования к участникам; • количественный состав группы; • критерии и способы диагностики эффективности программы; • условия проведения; • тематическое почасовое планирование.

Ход. Участники семинара работают в малых группах (в соответствии с результатами работы по упражнению 2.1 или разделившись после информационного сообщения на подгруппы по 3-4 человека. Задача подгрупп: разработать концепцию такой программы сопровождения молодых людей, находящихся в процессе подготовки к переезду в большой город, которая соответствовала бы их профессиональному видению. Приводить сценарии конкретных занятий не требуется, достаточно представить «программную» часть в соответствии с планом, изложенным в памятке. **Ведущим необходимо подчеркнуть, что список тем занятий в предлагаемых программах может (и даже должен) выходить за**

рамки обсуждаемого в рамках данного семинара, поскольку для молодых людей — представителей целевой группы сопровождения адаптация к условиям жизни в мегаполисе является не единственной потенциально трудной задачей.

На первом этапе группы формулируют основные положения своих концепций. На втором этапе на листе бумаги формата А1 необходимо представить свою концепцию в графическом варианте. После этого работы представляются группе, организуется обсуждение.

Отдельного внимания заслуживает вопрос о том, где искать методические материалы для наполнения тематических занятий конкретным содержанием. Участники группы имеют возможность обмениваться информацией о своих «любимых» источниках, ведущие, в свою очередь, могут называть несколько книг, периодических изданий и интернет-ресурсов по своему вкусу, например:

- Газета «Школьный психолог» (с 1998 г.)
 - «Журнал практического психолога» (с 1996 г.)
 - Аксельрод А., Любарская Е. Мир различий. Сборник упражнений для учащихся общеобразовательных школ. М.: б.м., 2003. 64 с.
 - Вачков И. В. Групповые методы в работе школьного психолога. М.: Ось-89, 2006. 224 с.
 - Практикум по психологическим играм с детьми и подростками / под ред. М. Р. Битяновой и др. СПб.: Питер, 2005. 304 с.
 - Солдатова Г. У. Может ли "другой" стать другом? Тренинг по профилактике ксенофобии. М.: Генезис, 2006. 256 с.
 - Фопель К. Сплоченность и толерантность в группе: Игры и упражнения. М.: Генезис, 2002. 336 с.
 - Фопель К. Технология ведения тренинга: Теория и практика. М.: Генезис, 2003. 272 с.
 - Хрящева Н. Ю. Психогимнастика в тренинге. СПб.: Речь, Институт тренинга, 2000. 256 с.
- www.psy.1september.ru
www.tolerance.ru
www.trepsy.net

Упражнение «Подведение итогов»

Время: 20 минут.

Цель: оценка достигнутых результатов.

Материалы: записи, сделанные в первый день семинара во время упражнения «Ожидания».

Ход. Ведущие предлагают обратиться к списку ожиданий, составленному в первый день участия в семинаре, и обсудить результаты семинара. Обсуждение носит ненаправленный характер.

Завершение семинара

Время: 15-20 минут.

Цель: обмен впечатлениями, подведение итогов семинара.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущие резюмируют все, что происходило сегодня во время занятий, выражают группе благодарность за работу. Участники группы делятся впечатлениями:

- Что показалось самым важным?
- Какие чувства остались к окончанию дня?
- Что хотелось бы изменить в программе семинара, как сделать его более полезным и эффективным?

Примеры разминок

Упражнение «Хорошо-плохо»

Упражнение проводится в кругу. Ведущий предлагает любую фразу, например: «Переезд в большой город — это хорошо, потому что там более насыщенная жизнь». Участник группы, сидящий слева от него, подхватывает эту фразу с позиции «это плохо», например: «В большом городе насыщенная жизнь, и это плохо, потому что остается меньше времени на любимые дела». Следующий игрок интерпретирует окончание получившейся фразы с позиции «это хорошо», например: «Меньше времени остается на любимые дела, и это хорошо, потому что...». Далее окончания фраз интерпретируются участниками поочередно то «хорошо», то «плохо». Разминку можно закончить обсуждением неоднозначности оценок любого события, в том числе переезда в мегаполис.

Упражнение «Знакомство на языках мира»

Каждый участник получает карточку, на которой написано приветствие на одном из языков мира. По команде ведущего участники в хаотическом порядке начинают здороваться друг с другом, употребляя приветствие на предложенном языке. Участники могут подкрепить словесное приветствие пожатием рук.

<u>Италия</u>	<u>Швеция</u>
Bon giorno	Gruezi

<u>США</u> Hi	<u>Англия</u> Hello
<u>Германия</u> Guten Tag	<u>Испания</u> Buenos Dias
<u>Гавайи</u> Aloha	<u>Франция</u> Bonjour, Salut
<u>Малайзия</u> Selamat datang	<u>Россия</u> Здравствуй
<u>Чехия</u> Dobry den	<u>Польша</u> Dzien
<u>Израиль</u> Shalom	<u>Египет</u> Asalamu Aleikum
<u>Чероки(США)</u> Schijou	<u>Финляндия</u> Hyva paivaa
<u>Дания</u> Goddag	<u>Турция</u> Marhaba

Упражнение «Молекулы»

Участники хаотично в своем ритме двигаются по комнате. Ведущий называет какой-нибудь город, участники объединяются в подгруппы по числу букв в его названии.

Упражнение «Поиск окончаний»

Организуется круг. Участник, у которого в руках мячик или игрушка (водящий), кидает ее любому другому участнику, произнося начало названия того или иного города. Тому необходимо быстро (до счета «три») придумать окончание и назвать его. После этого он становится водящим, в противном случае — выбывает и становится зрителем.

Упражнение «Ужасно-прекрасный рисунок»

Участникам раздается по листу бумаги и по одному фломастеру. Предлагается нарисовать «прекрасный город». После этого рисунок передается соседу справа, и он делает из полученного рисунка в течение 30 секунд «ужасный город» и передает следующему. Следующий участник делает «прекрасный город». Так рисунок проходит весь круг. Затем рисунок возвращается хозяину и упражнение обсуждается. Эффективнее всего проводить работу в группах 5-7 человек. Максимальное число участников — не более 12 человек. Если группа больше, данная разминка проводится в подгруппах.

Упражнение «Бинго формуляр»

Каждый участник должен собрать подписи других членов команды по диагонали, вертикали, горизонтали. Условие: один участник может поставить свою подпись в каждом формуляре лишь один раз. Тот, кто выполнил задание, поднимает руку и говорит «Бинго!».

Раньше жил в другом городе	Регулярно занимается спортом	Терпеливо переносит дождливый день	Имеет домашнее животное	Мечтает переехать в другой город
Говорит больше чем на одном языке	Регулярно ходит в театр	Посмотрел фильм в последние выходные	Любит беллетристику	Ведет дневник
Может приготовить котлеты «по-киевски»	Единственный ребенок в семье	Живет в этом городе с рождения	Имеет больше трех братьев и сестер.	Никогда не лежал в больнице
Обладает холерическим темпераментом	Имеет родимое пятно	Является членом какого-либо клуба (союза и т.д.)	Любит говорить	Может свистеть на пальцах
В последний год менял место жительства	Спит по воскресеньям до 10 утра или еще позже	Умеет играть в преферанс или покер	Обладает хорошим музыкальным слухом	Изучает историю своего города

Тренинг толерантного отношения коренных жителей крупного города к вновь приезжающим

Пояснительная записка

Как показывают результаты нашего исследования, процесс адаптации людей, переезжающих на постоянное место жительства в мегаполис, протекает далеко не гладко, нередко сопровождаясь кризисными явлениями в социально-идентификационной сфере личности, что снижает уровень социального и психологического благополучия. Планируя программы сопровождения людей, меняющих место своего жительства, необходимо пом-

нить, что эффективность процесса адаптации зависит в том числе и от позиции принимающей стороны, то есть коренных жителей мегаполиса, в сознании которых «приезжие» зачастую являются объектом достаточно негативного эмоционального отношения, надеются набором стереотипно приписываемых отрицательных характеристик, что нередко является основанием формирования предрассудков, стигматизации и применения дискриминационных практик. Соответственно, проведение тренингов толерантного отношения коренных жителей крупного города к вновь приезжающим - важная составляющая программ социально-психологического сопровождения адаптации переезда в мегаполис.

В психологической научной литературе толерантность в целом рассматривается, прежде всего, как уважение и признание равенства, отказ от доминирования и насилия, как признание многомерности и многообразия человеческой культуры, норм, верований и отказ от сведения этого многообразия к единообразию или преобладанию какой-либо одной точки зрения [Солдатова, Шайгерова, Шарова, 2001].

Целью тренинга толерантного отношения коренных жителей крупного города к вновь приезжающим является повышение социокультурной компетентности участников в области отношений с приезжими.

Основные задачи тренинга толерантного отношения к приезжим:

- повышение коммуникативной компетентности;
- осознание уникальности других людей и ценности многообразия мира;
- формирование более позитивной и целостной личностной идентичности;
- развитие эмпатии, способности к сочувствию и сопереживанию;
- формирование более позитивного отношения к приезжим;
- осознание собственных социальных стереотипов и предрассудков, их роли в процессах социального взаимодействия;
- осознание собственного опыта переживания дискриминации по признаку места жительства;
- формирование позитивной городской идентичности.

Деятельность группы тренинга толерантности регулируется следующими важными *принципами* [Солдатова, Шайгерова, Шарова, 2001]:

1. Предоставление участникам полной информации о работе группы: ее целях, задачах, планируемой работе, требованиях, предъявляемых к участникам.

Следует рассказать о том, что может происходить в группе. Важно, чтобы каждый потенциальный участник дал свое согласие на участие в группе.

2. Конфиденциальность. Все, что говорится в группе относительно конкретных участников, не должно стать достоянием конкретных лиц. Это естественное этическое требование, которое является основанием создания атмосферы доверия, самораскрытия и безопасности.

3. Принцип добровольности. Члены группы могут не принимать участия в тех или иных упражнениях, и ведущий должен стоять на страже их интересов и защищать от возможного давления со стороны группы. Также любой участник имеет право выйти из группы, заранее объявив о своем решении не только ведущему, но и всем участникам.

4. Обеспечение психологической и физической безопасности участников группы. В группе недопустимы физическая и вербальная агрессия, употребление психоактивных веществ. Ведущий должен быть гарантом безопасности всех участников группы.

Участников группы следует ознакомить с этой информацией еще на этапе отбора. Она послужит основой для принятия правил работы тренинговой группы.

Состав группы. Оптимальный размер группы тренинга - 10-15 человек, хотя возможно проведение психологического тренинга и в группах, больших по объему (например, в школьном классе). Возрастной состав может быть различным, но следует иметь в виду, что приведенные ниже упражнения могут быть использованы при работе с участниками подросткового и более старшего возраста.

Длительность тренинга. Обычное время проведения тренинга толерантности составляет приблизительно 20 часов, которые могут быть распределены, например, на 10 двухчасовых занятия с периодичностью раз в неделю. Или же тренинг может проходить в виде так называемого «марафона»: в течение двух, трех дней подряд. Реальные практические запросы, однако, нередко приводят к тому, что психологу отводится на проведение тренинга толерантности иное количество времени (отличное от оптимального). Именно поэтому в разделе «Содержание тренинга» мы приводим не готовую программу, а сгруппированные по темам упражнения, для того, чтобы ведущий тренинга смог составить собственный вариант тренинга толерантного отношения к приезжим, исходя из тех организационных условий, в которых он оказался. Следует отметить, что приведенные упражнения предназначены для составления основного содержания тренинговых занятий, естественно, что ведущему необходимо продумать, как будут проходить знакомство членов группы, постановка индивидуальных целей, установление правил групповой работы, рефлексия

как отдельных занятий, так и тренинга в целом (с образцами подобных процедур можно познакомиться в разделе, посвященном методическому тренингу «Как помочь будущим студентам адаптироваться к условиям жизни в мегаполисе»).

Требования к помещению. Очень важно, чтобы психологический тренинг проходил в подходящем помещении: изолированном, с удобной мебелью (необходимо наличие стульев, которые можно поставить в круг, а также желательно наличие нескольких столов, которые могут быть задействованы при выполнении различных творческих заданий в малых группах), оснащенном (как минимум) доской с мелом.

Требования к ведущему группы. Обобщая многочисленные исследования профессионально важных личностных черт ведущих тренинговых групп, специалисты выделяют следующие личностные черты, желательные для руководителя такой группы: концентрация на клиенте, желание и способность ему помочь; открытость к отличным от собственных взглядам и суждениям, гибкость и терпимость; эмпатичность, восприимчивость, способность создавать атмосферу эмоционального комфорта; аутентичность поведения, то есть способность предъявлять группе подлинные эмоции и переживания; энтузиазм и оптимизм, вера в способности участников группы к изменению и развитию; уравновешенность, терпимость к фрустрации и неопределенности, высокий уровень саморегуляции; уверенность в себе, позитивное самоотношение, адекватная самооценка, осознание собственных конфликтных областей, потребностей, мотивов; богатое воображение, интуиция; высокий уровень интеллекта [Вачков, 1999]. Помимо личностных качеств, огромное значение имеет и профессиональное образование. Психологические тренинги должен проводить психолог, получивший дополнительную профессиональную подготовку в этой области. Необходимо помнить, что ряд техник психологического тренинга могут вызывать у участников достаточно серьезные чувства, это довольно глубинная работа. Поэтому использующему тренинговые технологии профессионалу нужна специальная подготовка, в ходе которой очень желательно получить так называемый клиентский опыт, то есть побыть в роли участника социально-психологического тренинга, попробовать используемые в нем технологии «на себе», проработать собственные эмоциональные трудности в данной сфере. При подготовке к применению тренинговых технологий в своей работе не стоит забывать о том, что даже если тренинг проводится по готовой программе, ведущему нужно быть готовым к тому, что ее придется изменять и перестраивать, исходя из потребностей данной конкретно группы, состояния ее участников, их реакции на происходящее. Поэтому и проведение целостного психологического тренинга, и применение отдельных тренинговых технологий (например, на уроках или классных часах) требует не только высокого профессионализма и компетентности, но и личностной зрелости, а также творче-

ского подхода. Однако нельзя забывать о том, что главным «инструментом» профессиональной деятельности любого специалиста, работающего в сфере «человек-человек», остается его собственная личность. Поэтому эффективно решать задачи, связанные с формированием и развитием толерантности, может только человек, искренне увлеченный этим процессом, воспринимающий понятие «толелантность» как высоко значимую личностную ценность, живущий в соответствии с принципами толелантности. Без соблюдения этих условий применение любых, даже самых передовых, психологических технологий окажется, как минимум, бесполезным.

Структура тренингового занятия. Каждое тренинговое занятие состоит из трех частей:

- Разминка. Этот этап включает в себя упражнения, которые помогают участникам активизироваться, настроиться на дальнейшую работу, создать в группе доброжелательную, психологически безопасную атмосферу, способствуют повышению сплоченности группы. Примеры упражнений для разминки можно найти в разделе данной работы, посвященном методическому тренингу «Как помочь будущим студентам адаптироваться к условиям жизни в мегаполисе».
- Основная часть занятия. Как понятно из названия данного этапа, эта часть занятия отводится на психотехнические упражнения, игры, задания, дискуссии, мини-лекции, которые посвящены работе над основной темой занятия.
- Завершение занятия. На данном этапе подводятся итоги работы, создаются условия для рефлексии полученного опыта, получения участниками и ведущим тренинга психологической обратной связи.

Содержание тренинга толелантного отношения коренных жителей крупного города к приезжим

Упражнения и процедуры, составляющие основу тренинга толелантного отношения жителей крупного города к приезжим, могут быть разделены на несколько тематических блоков.

Цель ряда упражнений состоит в формировании у участников личностного смысла понятий «толелантность» и «толелантная личность». Целесообразно выбрать эту тему для проведения первого этапа тренинга (после знакомства, постановки целей и установления правил работы группы, которые являются необходимыми этапами работы любой тренинговой группы, независимо от тематики тренинга), так как она позволяет повысить мотивацию участников для дальнейшей психологической работы.

Важный этап тренинговой работы - осознание социальных стереотипов, связанных с местом жительства человека, их влияния на социальное и межличностное взаимодей-

ствие. Именно подобное осознание является основанием для переосмысления и трансформации имеющихся у человека стереотипов.

После рассмотрения темы, связанной со стереотипами, целесообразно перейти к проблеме дискриминации людей по признаку места их проживания. Используемые в данном тематическом блоке упражнения позволяют участникам глубже понять существующие в обществе проблемы, связанные с дискриминацией, развивают эмпатию по отношению к членам стигматизированных групп; немаловажно использовать и упражнения, нацеленные на актуализацию участниками собственного опыта переживания дискриминации, а также выражения связанных с ней чувств.

Необходимым элементом подобных тренингов всегда является и формирование более толерантного отношения к себе, повышение самопринятия и укрепление позитивного самоотношения, а также развитие более позитивной городской идентичности, поскольку именно позитивная социальная идентичность, как показывают результаты психологических исследований, является основанием для толерантности в межличностных и социальных отношениях.

Тематический блок, завершающий тренинг толерантного отношения жителей крупного города к приезжим, посвящен качествам толерантной личности. Эти упражнения позволяют осознать имеющиеся индивидуальные ресурсы, а также сформировать мотивацию на дальнейшее саморазвитие и самосовершенствование. Обращение к проблеме качеств толерантной личности позволяет интериоризировать толерантные установки, осознать их как личностно значимую ценность, а не просто как характеристику внешнего поведения.

Приведенные ниже тренинговые упражнения скомпонованы по перечисленным тематическим блокам. Мы специально не приводим вариант готовой тренинговой программы, так как полагаем, что организационные условия проведения тренинга толерантного отношения к приезжим могут быть очень различными, соответственно, у любого ведущего должна быть свобода сформировать конкретную тренинговую программу в зависимости от имеющейся ситуации, требований заказчика психологических услуг и потребностей тренинговой группы.

Однако отметим, что при разработке программы тренинга толерантности к приезжим необходимо учитывать не только особенности и потребности определенной группы, но и социальную ситуацию в регионе, в котором проводится тренинг, в частности, состав миграции. Вполне возможно, что в город, в котором предстоит проводиться тренинг, приезжают люди не только (и не столько) из других городов, но и из других стран, то есть миграция носит, прежде всего, этнический характер. В этом случае в программу тренинга

обязательно нужно включать упражнения и процедуры, направленные на формирование этнической толерантности. Для этого можно воспользоваться следующей литературой:

- Лебедева Н. М., Лунева О. В., Стефаненко Т. Г. Тренинг этнической толерантности для школьников. М., 2004.
- Солдатова Г. У., Макаrchук А. В. Может ли «другой» стать другом? Тренинг по профилактике ксенофобии. М., 2006.
- Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Шарова О. Д. Жить в мире с собой и с другими. Тренинг толерантности для подростков. М.: Генезис, 2001.
- Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Макаrchук А. В., Хухлаев О. Е., Щепина А. И. Позволь другим быть другими: тренинг толерантности для подростков по преодолению мигрантофобии. М., 2002.

Упражнения для формирования личностного смысла понятия «толерантность»

Упражнение «Что такое толерантность»¹⁸

Время: 20 минут.

Цели: предоставление участникам возможности сформулировать «научное понятие» толерантности, демонстрация многоаспектности понятия «толерантность».

Материалы: доска, определения толерантности, написанные на больших листах бумаги:

- Сотрудничество, дух партнерства.
- Готовность мириться с чужим мнением.
- Уважение человеческого достоинства.
- Уважение прав других.
- Принятие другого таким, какой он есть.
- Способность поставить себя на место другого.
- Уважение права быть иным.
- Признание многообразия.
- Признание равенства других.
- Терпимость к чужим мнениям, верованиям и поведению.
- Отказ от доминирования, причинения вреда и насилия.

¹⁸ Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Шарова О. Д. Жить в мире с собой и с другими. Тренинг толерантности для подростков, Москва: Генезис, 2001.

Ход. Тренинговая группа делится на подгруппы по три-четыре человека. Каждой группе предстоит выработать в результате «мозгового штурма» свое определение толерантности. Участникам необходимо включить в это определение то, что, по их мнению, является сущностью толерантности. Определение должно быть кратким и емким. После обсуждения представитель каждой группы знакомит остальных с выработанной формулировкой. Затем каждое определение выписывается на доске или листе бумаги.

После представления формулировок, созданных группами, ведущий показывает заранее заготовленные определения толерантности, выписанные на листах ватмана (желательно перед началом занятия прикрепить эти листы к доске или стенам обратной стороной к аудитории). Участники имеют возможность ознакомиться с существующими определениями и высказать свое отношение к ним.

В ходе обсуждения можно затронуть следующие вопросы:

- Что отличает каждое определение?
- Есть ли что-то, что объединяет некоторые из предложенных определений?
- Какое определение наиболее удачное?
- Можно ли дать одно определение понятию «толерантность»?

Таким образом, в ходе обсуждения важно акцентировать мысль о том, что понятие «толерантность» имеет множество сторон, а каждое из определений подчеркивает какую-то грань этого многоаспектного понятия.

Упражнение «Эмблема толерантности»¹⁹

Время: 20 минут.

Цель: углубление личностного понимания толерантности.

Материалы: бумага, цветные карандаши или фломастеры, ножницы, скотч.

Ход. Каждый участник самостоятельно разрабатывает и изображает на бумаге эмблему толерантности, которая могла бы печататься на суперобложках, политических документах, государственных флагах и т. д. Процесс рисования занимает 5-7 минут. После завершения индивидуального этапа работы участники знакомятся с рисунками друг друга (перемещаясь по комнате) и находят людей, с которыми они могли бы объединиться на основе сходства рисунков, формируя тем самым несколько подгрупп. Важно, чтобы каждый участник самостоятельно принял решение о присоединении к той или иной подгруппе. Каждая из образовавшихся подгрупп должна объяснить, что общего в их рисунках, и

¹⁹ Там же

выдвинуть лозунг, который отражал бы сущность их эмблем. Заключительный этап упражнения — презентация эмблем каждой подгруппы.

Упражнения, направленные на работу со стереотипами восприятия жителей «своего» и «чужого» города

Упражнение «Десять «ЗА» и десять «ПРОТИВ» городских стереотипов»

Время: 20 минут.

Цель: осознание роли городских стереотипов в социальной жизни современного общества.

Материалы: листы бумаги и ручки по количеству малых групп.

Ход. В начале выполнения упражнения ведущий повторяет с участниками понятие «социальный стереотип», рассматривает примеры стереотипов, касающихся жителей различных городов и населенных пунктов.

На втором этапе участникам дается задание в течение 5-7 минут составить два списка. В первом должно содержаться десять пунктов в поддержку городских стереотипов (10 «за»), во втором списке — десять пунктов, указывающих на негативные последствия существования городских стереотипов на индивидуальном, межличностном, межгрупповом и социальном уровнях. Участники разбиваются на группы по 4-6 человек и выполняют задание. Затем каждая группа представляет результаты своей работы. Ведущий анализирует и обобщает высказывания участников.

Упражнение «Суд над городским стереотипом»

Время: 90 минут.

Цель: осознание и трансформация индивидуальных городских стереотипов.

Материалы: доска, мел, ватман, фломастеры (1 набор), цветная бумага, ножницы, карточки с названиями ролей («Адвокаты», «Прокуроры», «Присяжные»).

Ход. На первом этапе участникам предлагается назвать как можно больше примеров городских стереотипов и предубеждений. Процедура проходит по принципу «мозгового штурма». Предварительно ведущий напоминает участникам основные правила его проведения — каждый участник свободно высказывается, все высказанные идеи принимаются и не критикуются. Называемые участниками стереотипы записываются на доске и формулируются обобщенно, короткими фразами: «все москвичи — ...», «провинциалы всегда...» и т. д.

Здесь более эффективным будет попросить участников называть те представления и стереотипы, которые вызывают у них наибольший эмоциональный отклик. Таким образом выполнение упражнения приобретает более личностный характер и в большей

степени будет способствовать осознанию и трансформации индивидуальных городских стереотипов.

Затем участникам предлагается выбрать городской стереотип, который наиболее для них значим либо вызывает наибольший протест. С этой целью проводится голосование: каждый участник получает по 4-6 голосов (в зависимости от числа членов группы), далее он свободно распределяет их между вариантами стереотипов, выписанными на доске, — может отдать все голоса одному «стереотипу» или разделить по несколько голосов между разными «стереотипами». Стереотип, набравший наибольшее количество голосов, становится «обвиняемым» на «Суде».

Затем участники вытягивают карточки с названиями ролей (Прокурор, Адвокат, Присяжный). Таким образом образуются три группы — обвинители (Прокуроры), защитники (Адвокаты) и Присяжные (по численности данная группа должна быть в полтора раза меньше двух предыдущих). Прокуроры и Адвокаты в течение 15-20 минут готовят свое выступление: придумывают речь, создают образы вымышленных или реальных свидетелей, которые бы подтверждали их позицию. Присяжные разрабатывают критерии оценки выступлений, а также с помощью ватмана, фломастеров, цветной бумаги и других средств создают образ «Обвиняемого», творчески изображают выбранный для «Суда» городской стереотип.

На следующем этапе участники располагаются в помещении: Адвокаты и Прокуроры полукругом друг напротив друга, в центре полукруга судья (обычно его роль берет на себя ведущий), замыкают круг присяжные, сидящие в некотором отдалении. Процедура проведения «Суда» носит достаточно схематичный характер. «Судья»-ведущий произносит небольшую вступительную речь, затем присяжные представляют «Обвиняемого». Первой выступает группа Прокуроров: они зачитывают «обвинительную речь» и представляют «свидетелей». Адвокаты задают вопросы «свидетелям». Второй выступает группа Адвокатов: они представляют свою речь в защиту «обвиняемого» стереотипа и представляют «свидетелей». Прокуроры задают вопросы «свидетелям защиты». Далее Прокуроры и Адвокаты выступают с заключительными речами (данная процедура является не обязательной, достаточным может быть обобщение в конце выступления сторон, после выступления «свидетелей»). Затем Присяжные в течение 5-10 минут обсуждают услышанное и выносят «приговор» («виновен» или «не виновен»), а также сообщают, почему они приняли подобное решение.

В заключение проводится подведение итогов. Участники в свободном порядке делятся на группы по 4-5 человек (либо собираются в общий круг) и обсуждают

следующие вопросы: какие мысли и чувства вызвал у меня «Суд»? Чем была полезна подобная работа? С какими трудностями я столкнулся в процессе данной работы?

Подобная работа, особенно в силу того, что по заданию ведущего участники выбирают стереотипы, вызывающие у них наибольший протест, может задеть их глубинные эмоции и чувства. Для того чтобы частично снять возможное эмоциональное напряжение, по окончании «Суда» участники разбиваются на группы, где они могут поделиться возникшими у них мыслями и чувствами. Также эффективным является проведение какого-либо разминочного упражнения по окончании «Суда».

Упражнение «Городские стереотипы»²⁰

Время: 25 минут.

Цели: повышение способности к эмпатии, коррекция интолерантных и конфликтных стереотипов.

Материалы: не требуются.

Ход. В начале выполнения упражнения ведущий вспоминает с группой значение понятия социального стереотипа, просит привести примеры стереотипов, имеющих отношение к городской проблематике.

Далее ведущий вместе с группой выбирает двух-трех персонажей, по поводу которых у участников присутствует больше всего стереотипов (приезжий, провинциал, деревенский житель и т. д.).

Ведущий предлагает каждому из группы задумать свой стереотип по отношению к первому персонажу (например к приезжему). Этот стереотип должен быть в форме «ты-высказывания», произнесенного от первого лица.

Затем в круг ставится пустой стул — на него «садится» задуманный персонаж. Каждый участник, по кругу произносит, обращаясь к этому стулу, свой стереотип.

После завершения круга в той же последовательности каждый из участников садится на «пустой стул» и становится задуманным персонажем. Его задача - в нескольких предложениях ответить на свое собственное обращение, объяснить причину того, что он «такой», или дать другой ответ.

Такая последовательность отрабатывается с двумя-тремя наиболее «стереотипными» персонажами.

В ходе обсуждения упражнения целесообразно затронуть следующие вопросы:

²⁰ Модификация упражнения, приведенного в книге: Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Макаручук А. В., Хухлаев О. Е., Щепина А. И. Позволь другим быть другими: тренинг толерантности для подростков по преодолению мигрантофобии. М., 2002.

- Было ли трудно «оправдывать»? Что вы в результате этого узнали для себя нового?
- Не кажется ли вам, что своими стереотипами мы поощряем людей вести себя так, как мы о них заранее думаем?

Упражнение «Горожане и приезжие»

Время: 30 минут.

Цель: осознание стереотипов, касающихся жителей города и приезжих.

Материалы: чистые карточки по числу участников, доска и мел (или флип-чарт и маркеры).

Ход. Ведущий раздает участникам чистые карточки и предлагает подумать, какие ассоциации у них возникают, когда они слышат словосочетания «коренные горожане» и «приезжие».

Участникам предлагается выписать свои ассоциации на двух сторонах карточки (предварительно участник подписывает на одной стороне карточки: «коренные горожане», а на другой — «приезжие»). Ассоциации могут быть любыми: психологические характеристики, представители этих групп, предметы, эмоции и т. д.

Затем ведущий собирает карточки, перемешивает их и вновь раздает участникам в случайном порядке. Участники по очереди зачитывают ассоциации, написанные на доставшейся им карточке, а ведущий фиксирует их на доске (или флип-чарте), разделенной на две половины. В конце работы получившиеся образы «коренного горожанина» и «приезжего» обсуждаются. Следует обратить внимание на эмоциональную окрашенность стереотипов, их устойчивость, наличие в них ошибочного компонента.

Упражнение «Орешки»²¹

Время: 15 минут.

Цели: понимание механизмов формирования стереотипов, осознание уникальности и неповторимости каждой личности.

Материалы: грецкие орехи по числу участников.

Ход. Ведущий говорит примерно следующее:

«Часто бывает так, что мы воспринимаем какую-то группу, например, приезжих, как целое, наделяя всех ее представителей набором стереотипных характеристик, которые, по нашему мнению, присущи всем представителям этой группы. Мы редко задумываемся над тем, что каждый ее представитель — совершенно уникальный и неповто-

²¹ Модификация упражнения, приведенного в книге: Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Шарова О. Д. Жить в мире с собой и с другими. Тренинг толерантности для подростков, Москва: Генезис, 2001

римый человек. Например, мы можем предполагать, что «все москвичи наглые», «все петербуржцы надменные», «все селяне — алкоголики» и т. д. Но если взять, например, мешочек грецких орехов, то они на первый взгляд могут показаться нам «на одно лицо». Кстати, что мы знаем о грецких орехах?»

Участники отвечают на вопрос, давая различную информацию о грецких орехах, их форме, применении, происхождении и т. д. Когда все выскажутся, ведущий обобщает сказанное и заключает, что было дано полное описание ореха, к которому сложно добавить что-либо еще.

Затем ведущий предлагает участникам взять по ореху и внимательно рассмотреть его, найти в нем «особые приметы» и неповторимые признаки, для того чтобы отыскать затем «свой» орех в общей массе. На «знакомство» с орехом отводится примерно одна минута, затем они собираются и перемешиваются. После этого каждый участник по сигналу ведущего должен найти «свой» орех.

В ходе обсуждения упражнения важно подчеркнуть, что стоит нам познакомиться с конкретным человеком из какой-то группы, рассматриваемой нами через призму стереотипов, больше узнать о нем, и его уникальность, неповторимость окажется совершенно очевидной.

Также можно попросить участников ответить на следующие вопросы:

- Расскажите, по каким признакам, особым приметам вам удалось опознать свой орех?
- Исчерпывается ли неповторимость вашего ореха теми определениями, которые мы дали грецким орехам как некой группе?
- Были ли в вашей жизни случаи, когда человек, принадлежащий к какой-либо социальной группе и воспринимаемый вами через призму стереотипов, при более близком знакомстве раскрывался как индивидуальность, подобно тому как при внимательном рассмотрении перед вами раскрылась неповторимость каждого грецкого орешка?
- В чем, по вашему мнению, отрицательная роль городских стереотипов?
- Могут ли городские стереотипы быть полезными? В каких случаях?

Упражнение «Столичные жители и провинциалы»

Время: 50 минут.

Цель: осознание существующих в обществе городских стереотипов, их противоречивости, нагруженности эмоциональным и ошибочным компонентом.

Ход. На первом этапе выполнения упражнения проводится жеребьевка. Участники разбиваются на малые группы по 4—6 человек. Для этого проводится разогревающее упражнение. Участникам раздаются карточки с названием какой-либо стереотипной роли, например «наглый москвич», «наивный провинциал», «культурный петербуржец». Число вариантов заданий должно соответствовать количеству малых групп. Получив карточки, участники должны невербально изображать доставшуюся роль, перемещаясь по аудитории и стремясь найти других исполнителей такой же роли.

Затем в получившихся малых группах участники создают портреты типичного жителя столичного города и типичного провинциала. Предлагается сначала обсудить эти понятия, а затем нарисовать получившиеся образы на листах ватмана. На выполнение задания дается 25—30 минут.

После этого малые группы презентуют результаты своей работы (показывают рисунок и рассказывают о нем).

Упражнение завершается общим обсуждением, в ходе которого участники делятся своими впечатлениями от выполнения упражнения. Важно обсудить нереальность и противоречивость имеющихся у нас образов «провинциалов» и «столичных жителей», а также то, как имеющиеся стереотипные представления оказывают негативное влияние на межличностные отношения и жизнь в целом.

Упражнение «Паутина предрассудков»²²

Время: 15—20 минут.

Цель: осознание влияния негативных социальных стереотипов в отношении приезжих на поведение людей.

Материалы: клубок ниток или моток веревок.

Ход. Ведущий предлагает участникам группы подумать, что испытывает приезжий человек, к которому «коренные» горожане относятся с предубеждениями и нетерпимостью. Выбирается несколько добровольцев, они садятся на стулья посреди круга. Они изображают «приезжих». Группа называет бытующие негативные представления, высказывает стереотипы, и после каждого высказывания ведущий обматывает «приезжих» веревкой, опутывая «паутиной предрассудков», до тех пор, пока те не смогут пошевелиться.

Ведущий спрашивает «приезжих» о том, как они себя чувствуют. «Приезжие» рассказывают о своем состоянии, о том, как бы они хотели отреагировать на отношение «коренных жителей». Ведущий интересуется мнением группы, предлагает распутать «приезжих». Для этого необходимо вспомнить что-то хорошее об этих людях, посочувствовать

²² Модификация упражнения, приведенного в книге: Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Шарова О. Д. Жить в мире с собой и с другими. Тренинг толерантности для подростков. М.: Генезис, 2001.

им. Участники по очереди высказываются, а ведущий в это время распутывает «паутину». Упражнение заканчивается, когда «приезжие» полностью освобождены от «паутины предрассудков».

В ходе обсуждения необходимо затронуть вопрос о реакции членов дискриминируемой группы на предрассудки и подавление, о том, что нередко в стигматизируемой группе начинает действовать механизм «самореализующегося пророчества», то есть члены подавляемого меньшинства начинают в ответ на дискриминацию подтверждать своими действиями негативные стереотипы большинства.

Упражнения, направленные на работу с темой дискриминации по признаку места жительства

Упражнение «Исключение»²³

Время: 10 минут.

Цели: начать обсуждение проблемы существования разных групп в рамках одного общества, помочь участникам осознать наличие предрассудков и дискриминации, поощрить сопереживание через понимание опыта отторжения и исключения из общества

Материалы: цветные самоклеящиеся кружки. Например, на группу в 16 человек понадобится 4 голубых, 4 красных, 4 желтых, 3 зеленых и один белый кружок.

Ход. Ведущий приклеивает по кружку на лоб каждому участнику (при этом они не должны знать, какого цвета кружок у них на лбу). Затем он говорит игрокам, чтобы те, у кого кружки одинакового цвета, объединились в группы. При этом никто не должен ничего говорить, то есть участники не могут обмениваться словами.

При обсуждении упражнения можно затронуть следующие вопросы:

- Что вы ощутили, когда вы встретили первое лицо, имеющее кружок того же цвета, что и у вас?
- Что почувствовал человек, у которого оказался единственный кружок белого цвета?
- Пытались ли вы помочь друг другу в группах?
- К каким группам вы принадлежите (например, футболистов, музыкальных фанатов и пр.)?
- Может ли любой человек войти в эти группы?
- Какие группы существуют в вашем городе?
- Кто составляет исключение в нашем обществе?

²³ Модификация упражнения, приведенного в книге: Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Макаручук А. В., Хухлаев О. Е., Щепина А. И. Позволь другим быть другими: тренинг толерантности для подростков по преодолению мигрантофобии. М., 2002.

Упражнение «Тот, кого я не люблю»²⁴

Время: 30 минут.

Цели: актуализация и осознание социальных страхов, связанных с предрассудками; осознание своих чувств по отношению к отвергаемым жителям города.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущий говорит участникам о том, что некоторые группы приезжих вызывают у горожан особенно негативные чувства: их боятся, осуждают, обвиняют, их сторонятся. Он предлагает участникам вспомнить, какие именно приезжие вызывают негативные эмоции: брезгливость, презрение, страх и другие. Участники по кругу рассказывают об объектах своей неприязни: чем именно представители этой группы им так не нравятся, какие именно негативные чувства вызывают. Например, кто-то может сказать: «Я терпеть не могу цыган-попрошак, потому что они грязные, оборванные, ходят большими толпами. Когда я прохожу мимо них, мне противно. Меня злит, когда я вижу, как они попрошайничают, потому что они сами не хотят работать, к тому же у нас в городе много пожилых людей и инвалидов, которым действительно нужна помощь, а этим людям мы ничего не должны. Еще я их боюсь, потому что они часто воруют вещи и кошельки из сумок».

Когда все участники выскажутся, ведущий предлагает им представить себя одним из членов той группы, к которой они испытывают неприязнь, и рассказать о себе из роли от первого лица. Участники должны придумать имена для своих персонажей, рассказать об их прошлом, настоящем и планах на будущее. На каждое выступление дается 1-2 минуты.

Затем ведущий говорит участникам, что у каждого, даже самого неприятного для нас человека, есть кто-то, кто любит его, находит в нем положительные качества, которые не видны большинству. Это могут быть его родители, учитель, близкий друг и т. д. Ведущий предлагает участникам представить себя на месте этого, возможно, единственного близкого для выбранного персонажа любящего человека и попробовать взглянуть на него глазами этого человека. Участники по кругу выполняют задание. На каждое выступление дается 1-2 минуты.

При обсуждении ведущий предлагает сравнить все три образа «неприятного приезжего», увиденного разными глазами, с разных позиций.

В ходе обсуждения можно затронуть следующие вопросы:

- Можно ли только на основании одного мнения делать о человеке окончательные выводы?

²⁴ Модификация упражнения, приведенного в книге: *Солдатова Г. У., Макаrchук А. В. Может ли «другой» стать другом? Тренинг по профилактике ксенофобии.* М., 2006.

- Легко ли вам было поставить себя на место человека, который олицетворяет неприятную для вас группу приезжих?
- Всегда ли причины, из-за которых мы не любим или боимся незнакомых или неприятных для нас людей, серьезные и веские?
- Изменилось ли ваше отношение к «неприятным приезжим»?

Упражнение «Козел отпущения»²⁵

Время: 40 минут.

Цели: ознакомление и обсуждение феномена «козла отпущения», развитие эмпатии к членам дискриминируемой группы.

Материалы: черная картонная маска с прорезями для глаз и резинкой.

Ход. Участникам предлагается записать на листочках, какие проблемы существуют в настоящее время в жизни их города. На это отводится 3-5 минут.

Затем все садятся в круг, но на один из стульев крепится маска. Ведущий говорит, что «на этом стуле сидит козел отпущения, каждый из нас может им стать». После этого необходимо сообщить, что участие в игре не является обязательным, и предложить желающим покинуть круг.

По команде «начали» все вскакивают со стульев и пытаются занять себе другой стул. Тот, кому места не хватило, надевает маску «козла отпущения». Ведущий еще раз обращается к нему, отмечая возможность «покинуть» круг. Если игрок остается, то он садится на стул и вся группа по очереди обращается к нему, обвиняя его в существующих в городе проблемах. Игрок в маске при этом должен молчать. Затем он снимает маску, садится на другой стул и рассказывает о своих чувствах. Упражнение можно повторять несколько раз, причем можно «пускать» желающих побыть козлом отпущения без предварительного этапа (смены стульев).

После завершения упражнения обсуждаются следующие вопросы:

- Как появляется в обществе «козел отпущения»? Зачем он нужен людям?
- Как себя чувствует человек в этой роли?
- Какие группы людей в нашем городе являются козлами отпущения?

²⁵ Модификация упражнения, приведенного в книге: Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Макаrchук А. В., Хухлаев О. Е., Щепина А. И. Позволь другим быть другими: тренинг толерантности для подростков по преодолению мигрантофобии. М., 2002.

Упражнение «Городская дискриминация»²⁶

Время: 30 минут.

Цель: осознание имеющегося опыта дискриминации по признаку места жительства, разрядка связанных с дискриминацией чувств, получение эмоциональной поддержки.

Материалы: не требуются.

Ход. В начале упражнения ведущий обсуждает с участниками понятия «подавление», «дискриминация», «дискриминация по признаку места жительства», просит привести примеры такой дискриминации, спрашивает, какие чувства испытывает человек в подобной ситуации.

Затем участникам предлагается в парах выполнить упражнение, для чего они распределяют роли «клиента» и «консультанта». «Клиент» вспоминает и рассказывает своему «консультанту» о ситуациях, когда ему приходилось сталкиваться с дискриминацией по признаку места жительства (это может быть как личный опыт, так и истории, связанные со знакомыми, друзьями, родственниками). По истечении 7 минут участники меняются ролями. Перед выполнением упражнения в парах важно напомнить участникам основные правила, выполнение которых необходимо для поддержания атмосферы психологической безопасности: «консультант» только слушает своего клиента, не дает советов, не перебивает, принимает его или ее безоценочно, относится к клиенту с полным вниманием. Выполнение упражнения иногда вызывает определенное сопротивление участников, которое может проявляться в том, что никакие случаи «не вспоминаются», поэтому здесь важно соблюдать временной регламент, не меняться ролями раньше времени, в отведенные семь минут человек может просто помолчать. Однако обычно во время выполнения задания на большом круге какую-то ситуацию, связанную с подавлением, могут вспомнить уже все участники.

По окончании работы в парах участники собираются вместе и рассказывают по одному случаю дискриминации по признаку места жительства на большом круге. Чтобы участники не слишком глубоко погружались в тяжелые чувства во время выполнения упражнения, о случаях дискриминации им предлагается рассказывать «легким тоном».

В ходе обсуждения участники делятся своими впечатлениями от выполнения упражнения, говорят о том, что дала им подобная работа. При обсуждении упражнения важно отметить, что подавление зачастую настолько прочно входит в нашу жизнь, что мы даже не замечаем, что подвергаемся дискриминации. Поэтому само осознание того, что данная ситуация ненормальна, — это большой шаг вперед.

²⁶ Еще одну модификацию данного упражнения вы можете найти в разделе «Методический тренинг «Как помочь будущим студентам адаптироваться к условиям жизни в мегаполисе»».

Упражнение «Моя победа над дискриминацией»

Время: 30 минут.

Цель: проработка чувства беспомощности, возникающего в связи с дискриминацией по признаку места жительства.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущий обсуждает с участниками вопрос о том, как мы реагируем на ситуации дискриминации по признаку места жительства, всегда ли можем им противостоять, что нам мешает отстаивать свои права. Ведущий напоминает, что на самом деле позитивный опыт противостояния дискриминации есть у каждого человека, и об этом опыте необходимо помнить, это наши важнейшие внутренние ресурсы.

На следующем этапе участникам предлагается в парах выполнить упражнение, для чего они распределяют роли «клиента» и «консультанта». «Клиент» вспоминает и рассказывает своему «консультанту» о ситуациях, когда ему или ей удалось успешно противостоять подавлению по признаку места своего жительства, случаи своей победы над дискриминацией. Об этих случаях нужно рассказывать подробно, с гордостью, радостным тоном, каждая история заканчивается фразой «Это была моя победа, я горжусь этим». «Консультант» помогает «клиенту» поддерживать победный тон. По истечении 7 минут участники меняются ролями.

Далее участники собираются вместе и рассказывают об одной из своих побед на большом круге. Группа радостно встречает каждую историю, поддерживая рассказчика аплодисментами.

Затем проводится общее обсуждение. Участники делятся своими впечатлениями от выполнения упражнения, говорят о том, что дала им подобная работа. Данное упражнение лучше выполнять после упражнения «Городская дискриминация».

Упражнение «Я как подавитель»

Время: 40 минут.

Цель: осознание механизмов передачи и закрепления системы городских стереотипов, собственной роли в данном процессе.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущий обсуждает с участниками вопрос о том, каким образом существующая в обществе система подавления и дискриминации по признаку «коренные жители» — «приезжие» сохраняется и передается из поколения в поколение. Ведущий напоминает, что внешний подавитель превращается во внутреннего, мы начинаем поступать с другими людьми и самим собой так же, как поступали с нами. Такое подавление не обязательно проявляется в действиях, это может быть, например, чувство осуждения другого человека по причине того, что его поведение не вписывается в диктуемые социальными стереотипами нормы.

Далее участникам предлагается разбиться на группы по три человека. Каждому дается 5 минут на то, чтобы вспомнить случаи, когда он или она подавляли другого

человека по признаку места жительства или же выступали своеобразным подавителем самого себя, негативно оценивая собственное поведение, противоречащее существующим в обыденном сознании «городским» стереотипам .

На заключительном этапе проводится общее обсуждение. Участники делятся своими впечатлениями от выполнения упражнения, говорят о том, что дала им подобная работа.

Данное упражнение можно выполнять только после проведения работы над чувствами, связанными с переживанием опыта собственного подавления по признаку места жительства (упражнения «Городская дискриминация» и «Моя победа над дискриминацией»); невыполнение данного условия приведет к формированию у участников деструктивного чувства вины.

Также при работе с данной темой можно использовать упражнение «Городская дискриминация», описанное в разделе «Методический тренинг «Как помочь будущим студентам адаптироваться к условиям жизни в мегаполисе»».

Упражнение «Толерантный город»

Время: 45 минут.

Цели: осознание возможности выхода за пределы городских стереотипов, работа с чувством беспомощности, возникающим в ситуациях подавления по признаку места жительства.

Материалы: листы ватмана, наборы цветных карандашей, фломастеров или маркеров (по числу малых групп).

Ход. Для выполнения упражнения участники разбиваются на малые группы по 4—6 человек.

Работа в малых группах проводится в три этапа. На первом этапе участники по очереди описывают все существующие в их городе проблемы, связанные с дискриминацией приезжих. Проблемы записываются и откладываются в сторону. Затем каждой группе предлагается помечтать о городе, в котором не существует дискриминации приезжих, а также других видов подавления и неравенства. Группа создает проект, модель такого города и представляет эту модель на листе ватмана.

На завершающем этапе работы группа должна придумать как можно больше реальных шагов, направленных на то, чтобы созданный на втором этапе проект был реализован.

После завершения групповой работы (на него, в общей сложности, отводится 30 минут) каждая малая группа представляет свой проект.

Упражнения, направленные на формирование позитивной городской идентичности

Упражнение «Закончи предложения»

Время: 15 минут.

Цели: осознание собственной городской идентичности; рефлексия признаков, значимых для формирования городской идентичности.

Материалы: бланки с незаконченными предложениями.

- Быть жителем моего города для меня значит...
- Как большинство жителей моего города я...
- Большинство жителей провинции...
- Особенно ярко я ощущаю себя жителем своего города, когда...
- Настоящий житель моего города никогда...

Ход. Вначале проводится индивидуальный этап работы, в ходе которого каждому участнику предлагается закончить предложения, написанные на бланке. После этого участники разбиваются на микро-группы по 4-5 человек и проводят обсуждение того, как они завершили предложения. Задача такого обсуждения — выделить общие признаки, которые являются основаниями для формирования городской идентичности. Затем каждая группа представляет результаты своей работы. Итогом упражнения является составленный общий список признаков и компонентов городской идентичности.

Упражнение «Символ моего города»

Время: 20 минут.

Цель: осознание собственной городской идентичности.

Материалы: бумага для рисования, цветные карандаши или фломастеры.

Ход. Каждый участник самостоятельно разрабатывает и изображает на бумаге символ своего города. Ведущему необходимо подчеркнуть, что желательно уйти от традиционной символики, изображаемой на сувенирной продукции. Изображаемый символ может быть не материальным предметом, не каким-то архитектурным сооружением, а, скорее, иносказательным изображением, отражающим не внешний вид города, а его психологическую атмосферу, сущность. Процесс рисования занимает 5-7 минут. После завершения индивидуального этапа работы участники знакомятся с рисунками друг друга (перемещаясь по комнате) и находят людей, с которыми они могли бы объединиться на основе сходства рисунков, формируя тем самым несколько подгрупп. Важно, чтобы каждый участник самостоятельно принял решение о присоединении к той или иной подгруппе. Каждая из

образовавшихся подгрупп должна объяснить, что общего в их рисунках и в символах. Заключительный этап упражнения — презентация символов каждой подгруппы.

Упражнение «Любимое место моего города»

Время: 30 минут.

Цели: развитие позитивной городской идентичности, эмпатии по отношению к приезжим.

Материалы: упражнение требует предварительной подготовки. На предшествующей встрече тренинговой группы участникам дается домашнее задание принести фотографию любимого места в своем городе (фотографий можно принести несколько). Лучше всего, если фотографии будут сделаны участниками собственноручно, но можно воспользоваться и открытками, календарями и т. д.

Ход. Участникам предлагается представить, что они познакомились с человеком, недавно переехавшим в наш город. Этот человек симпатичен, поэтому возникает желание показать ему город, но времени на такую «экскурсию» очень мало: можно успеть съездить только в одно какое-либо место. Участникам предлагается показать фотографию своего любимого места в городе (если фотографий несколько, то необходимо совершить выбор в пользу одной из них) и представить свой выбор группе, объяснив, почему именно в это место захотелось свозить приезжего, чем оно привлекает, чем значимо для истории города, какие чувства вызывает у участника группы, с какими значимыми воспоминаниями связано.

При подведении итогов проговариваются чувства, вызванные выполнением упражнения, а также обсуждается роль физического пространства города в формировании и поддержании позитивной городской идентичности.

Упражнение «Моя городская идентичность»

Время: 40 минут.

Цель: осознание источников и механизмов формирования собственной городской идентичности, городских стереотипов, развитие эмпатии по отношению к приезжим.

Материалы: листочки с опорными вопросами для выполнения упражнения.

Ход. При выполнении упражнения участникам предлагается повспоминать, каким образом формировалась их городская идентичность. Работа проводится в парах. В каждой паре распределяются роли «клиента» и «консультанта». «Клиент» вспоминает основные «вехи» формирования собственной городской идентичности, задача «консультанта» — применять навыки активного слушания.

В качестве опоры при выполнении упражнения можно использовать следующие вопросы:

- В каком городе вы родились?
- Можете ли вы вспомнить свои первые впечатления о своем родном городе? Каким он вам казался?
- Менялись ли эти впечатления со временем, по мере вашего взросления?
- Что говорили в вашей семье о вашем городе? Как относились к его истории, достопримечательностям?
- Что вы чувствовали, когда в детстве посещали другие города? (Ездили в отпуск, на экскурсии и т. д.) Какими вам казались их жители? Как они к вам относились?
- Что говорили близкие вам в детстве люди (члены семьи, друзья, соседи, учителя) о жителях вашего и других городов? Оказывают ли эти послания на вас влияние сейчас?
- Случалось ли вам менять место своего жительства? Когда это происходило? С чем было связано?
- Какие чувства вызывал у вас переезд в другой город?
- Как к вам относились местные жители?
- Что вам мешало и что помогало приспособиться к жизни в новом городе?

Через 15 минут «клиент» и «консультант» меняются ролями, и упражнение выполняется еще один раз. После завершения упражнения в парах проводится общее обсуждение, на котором участники делятся своими впечатлениями о проделанной работе и тем, что они узнали нового об истории формирования собственной городской идентичности.

Упражнение «Панель»

Время: 45 минут.

Цели: осознание городской идентичности; выражение чувств, связанных с проблемами дискриминации и стереотипизации.

Материалы: не требуются.

Ход. Из тренинговой группы выбирается по три человека, готовых представлять «приезжих» и «коренных жителей». При этом нужно иметь в виду, что выполнение упражнения будет более эффективно в случае, если роль приезжего или коренного жителя

соответствует реальному жизненному опыту участника группы и является для него достаточно эмоционально значимой.

Участники панели рассаживаются на подготовленные для них стулья (два ряда по три стула, расположенные под углом примерно в 60 градусов друг по отношению к другу, один ряд занимают «приезжие», другой — «коренные жители»; стулья остальных участников группы образуют полукруг).

Затем участники панели по очереди отвечают на вопросы, приведенные ниже. Вначале на первый вопрос по очереди отвечают все представители «приезжих», затем — «коренных жителей»). Ответ на второй вопрос начинается с противоположного конца панели, то есть первым слово предоставляется представителям «коренных жителей». Такая смена очередности ответов сохраняется до конца выполнения упражнения.

Вопросы для участников панели:

- Что для вас лично хорошего в том, чтобы быть приезжим (коренным жителем города)?
- Что для вас лично трудного в том, чтобы быть приезжим (коренным жителем города)?
- Что вы, как приезжий (коренной житель), больше всего не хотели бы услышать в свой адрес от коренных жителей (приезжих)?
- Что вы, пользуясь случаем, хотели бы сказать от имени приезжих (коренных жителей) коренным жителям (приезжим)?
- Что нравится в приезжих (коренных жителях нашего города)? (Последний вопрос задается всей группе, на него могут ответить все желающие: как участники «Панели», так и «зрители».)

Затем участников панели просят вернуться на свои места, и проводится обсуждение упражнения, затрагивающее вопрос о чувствах, возникших по ходу работы, полученном опыте и сделанных выводах.

Упражнение «Ужасный горожанин»

Время: 30 минут.

Цели: повышение самопринятия, снижение внутренней конфликтности городской идентичности.

Материалы: не требуются.

Ход. Участники разбиваются на мини-группы по четыре человека. В течение 5 минут каждый участник по очереди перевоплощается в «ужасного горожанина» — то есть человека, ведущего себя противоположно всем нормам и правилам жизни в городе, зна-

чимым с собственной точки зрения участника тренинга, полную противоположность «идеальному горожанину». Остальные члены микро-группы должны «подыгрывать» этому участнику, поддерживая его «ужасное» поведение.

Затем проводится обсуждение упражнения, в ходе которого участники делятся своими впечатлениями и чувствами, связанными с исполнением роли «ужасного горожанина», а также затрагиваются следующие вопросы:

- Понравилось ли вам что-нибудь в своем «ужасном горожанине»? Чем этот персонаж мог быть вам полезен?
- Чему вы бы могли научиться у своего «ужасного горожанина», что хотели бы у него позаимствовать?
- В каких жизненных ситуациях вам могли бы помочь некоторые свойства и черты вашего «ужасного горожанина»?

Также при работе с данной темой можно использовать упражнения «Кто я», «Мой город», «Я-житель моего города», описанные в разделе «Методический тренинг «Как помочь будущим студентам адаптироваться к условиям жизни в мегаполисе»».

Упражнения, направленные на осознание и формирование качеств толерантной личности

Упражнение «Черты толерантной личности»²⁷

Время: 15 минут.

Цели: знакомство с основными чертами толерантной личности; оценка степени собственной толерантности.

Материалы: бланки опросника (см. ниже) для каждого участника, бланк опросника с колонкой В на листе формата 1, маркеры.

Черты толерантной личности

	<i>Колонка А</i>	<i>Колонка В</i>
<i>1. Расположенность к другим</i>		
<i>2. Снисходительность</i>		
<i>3. Терпение</i>		
<i>4. Чувство юмора</i>		
<i>5. Чуткость</i>		
<i>6. Доверие</i>		

²⁷ Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Шарова О. Д. Жить в мире с собой и с другими. Тренинг толерантности для подростков, М.: Генезис, 2001.

7. Альтруизм		
8. Терпимость к различиям		
9. Умение владеть собой		
10. Доброжелательность		
11. Умение не осуждать других		
12. Гуманизм		
13. Умение слушать		
14. Любознательность		
15. Способность к сопереживанию		

Ход. Участники получают бланк опросника. Ведущий объясняет, что 15 характеристик, перечисленных в опроснике, свойственны толерантной личности, и дает следующую инструкцию:

Сначала в колонке А поставьте:

«+» напротив тех трех черт, которые, по вашему мнению, у вас наиболее выражены;

«0» напротив тех трех черт, которые у вас наименее выражены.

Затем в колонке В поставьте:

«+» напротив тех трех черт, которые, по вашему мнению, наиболее характерны для толерантной личности.

Этот бланк останется у вас, о результатах никто не узнает, поэтому вы можете отвечать честно, ни на кого не оглядываясь

На заполнение опросника отводится около 5 минут.

Затем ведущий заполняет заранее подготовленный бланк опросника, прикрепленный на доску. Для этого он просит поднять руки тех, кто отметил в колонке В первое качество. Число ответивших подсчитывается и заносится в колонку бланка. Таким же образом подсчитывается количество ответов по каждому качеству. Те три качества, которые набрали наибольшее количество баллов, и являются ядром толерантной личности (с точки зрения данной группы).

В ходе обсуждения участники получают возможность сравнить представления о толерантной личности каждого из членов группы с общегрупповыми представлениями, а

также сравнить представление о себе с портретом толерантной личности, созданным группой.

Упражнение «Мера толерантности»

Время: 30 минут.

Цели: осознание собственного уровня толерантности и мигрантофобии, развитие мотивации к саморазвитию.

Материалы: не требуются.

Ход. Ведущий обозначает двумя предметами (например, стульями) две точки на противоположных концах помещения, в котором проходит тренинг, и сообщает, что одна точка соответствует максимально принимающему, толерантному и открытому отношению к приезжающим в город новым жителям, а другая — противоположному отношению (неприятному, интолерантному, закрытому). Участникам предлагается выбрать точку в пространстве между двумя обозначенными полюсами, соответствующую их субъективно воспринимаемому уровню собственной толерантности. Желающим участникам предлагается прокомментировать сделанный выбор.

Далее ведущий предлагает участникам занять место, соответствующее уровню толерантности к приезжим, который каждый участник считает для себя оптимальным.

После того как желающие участники получают возможность прокомментировать сделанное перемещение (или его отсутствие), группа разбивается на мини-группы по три человека. В течение пяти минут каждый участник мини-группы говорит о том, что он мог бы сделать для достижения оптимального для себя уровня толерантности. Задача остальных участников — применять навыки активного слушания, не перебивая, не оценивая и не давая советов.

После окончания работы в тройках группа возвращается в общий круг для обсуждения впечатлений от выполнения упражнения. В ходе обсуждения необходимо затронуть вопрос о степени толерантности, необходимой для поддержания социального благополучия.

Упражнение «Толерантный горожанин»

Время: 1 час.

Цели: осознание и развитие качеств, присущих толерантной личности.

Материалы: бумага для рисования, цветные карандаши или фломастеры.

Ход. Упражнение выполняется в парах. В начале работы рекомендуется провести учебную демонстрацию, в ходе которой ведущий выполняет упражнение с одним из участников группы, а остальные участники наблюдают за этим процессом.

В парах участники распределяют роли «клиента» и «консультанта». Задача последнего — подсказывать очередность выполнения шагов упражнения, поддерживать клиента, участвовать в ролевом проигрывании. На первом этапе «клиент» рассказывает, какие именно ситуации, связанные с приезжими, раздражают его больше всего, какие действия и поведение мигрантов вызывают негативные чувства и агрессию. «Консультант» выслушивает и кратко записывает слова «клиента» (они понадобятся на заключительном этапе упражнения). Затем «клиенту» предлагается создать образ человека, который является максимально толерантным горожанином. Это может быть реально существующий (или существовавший) человек, литературный герой или персонаж, придуманный самим участником тренинга. Задача консультанта на этом этапе — помочь клиенту максимально «выпукло» представить такого толерантного человека, прочувствовать его. Можно задавать «клиенту» такие вопросы: «Какими качествами обладает этот человек?», «Как он выглядит?», «Как двигается?», «Как разговаривает?», «Как взаимодействует с окружающими?». «Клиенту» предлагается нарисовать получившийся образ, а затем побыть в роли этого человека, представить себя на его месте. Затем «клиенту» предлагается, не выходя из образа толерантного человека, повзаимодействовать с раздражающими «приезжими», роль которых исполняет консультант, пользуясь сделанными в начале выполнения упражнения записями. После краткого обсуждения «клиент» и «консультант» меняются ролями, и упражнение выполняется заново.

После окончания выполнения упражнения в парах проводится общее обсуждение, в ходе которого можно затронуть следующие вопросы:

- Какими чертами обладают получившиеся у вас «толерантные горожане»?
- Что вы чувствовали, находясь в роли толерантной личности?
- Как складывается взаимодействие с «раздражающим приезжим», если человек находится в позиции «толерантного горожанина»?
- Что из полученного в ходе выполнения опыта можно использовать в реальной жизни?

Упражнение «Восточный базар»²⁸

Время: 25 минут.

²⁸ Модификация упражнения, приведенного в книге: Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Макаrchук А. В., Хухлаев О. Е., Щепина А. И. Позволь другим быть другими: тренинг толерантности для подростков по преодолению мигрантофобии. М., 2002.

Цели: формирование более позитивной личностной идентичности; осознание качеств, свойственных толерантной личности.

Материалы: чистые карточки.

Ход. Участникам раздают карточки и просят написать имеющиеся у них качества личности, которые помогают быть толерантными к приезжим (записывать нужно по одному качеству на каждой карточке).

Затем ведущий предлагает представить, что в каком-то городе существует базар, на котором продаются весьма необычные «вещи»: терпение, снисходительность, чувство юмора и т. д. (то есть те качества, которые участники написала на своих карточках). Каждый из участников — торговец на этом рынке. Все продают свои положительные качества в обмен на какие-нибудь другие. Участники раскладывают свой «товар» перед собой.

Вызывается первый из участников, который может выменять у остальных продавцов по одной «вещи» (качеству), отсутствующей у него. Например, покупатель просит у продавца «терпения». «Продавец» спрашивает у участника, сколько ему нужно терпения, зачем оно ему, к кому он хочет быть более терпеливым. В качестве платы он просит что-то взамен, например, «чувство юмора», которое в избытке у «покупателя». Затем «покупателем» становится следующий участник.

В ходе обсуждения затрагиваются следующие вопросы:

- Расскажите, пожалуйста, как позитивное качество, которое вы приобрели, сможет помочь вам быть более толерантным горожанином?
- Как вам кажется, какое из ваших качеств пользовалось особым спросом у покупателей?
- Назовите причины, по которым вы приобрели новое качество, почему оно показалось вам необходимым? Чем оно может помочь вам в жизни?
- Можете ли вы посоветовать другим, как развить в себе нужные качества?

Заключение

Современные социальные процессы ставят новые, подчас неожиданные, задачи перед социальной психологией: можно сказать, что происходит определенная «психологизация» социальной жизни, поскольку в поле зрения психологической науки попадают феномены, ранее не рассматривавшиеся в качестве компонентов ее предметного поля. Среди таких, относительно новых, областей социальной психологии можно назвать и городскую идентичность, ставшую объектом данной работы. На наш взгляд, подход к населению города как к большой социальной группе, обладающей определенной идентичностью, ока-

зался достаточно продуктивным: нам удалось показать, что конструкт «Я - горожанин» играет определенную роль в процессах категоризации жителей современного мегаполиса, выполняет регуляторную роль в социальном взаимодействии, актуализируясь при взаимодействии с представителями аут-групп.

Как показали результаты нашего исследования, важнейшим стратификационным основанием для классификации городских общностей в сознании современных россиян является параметр «столичности — провинциальности», что находит свое отражение в содержании стереотипов, описывающих «типичного жителя мегаполиса» и «типичного провинциала».

Однако эмоциональное отношение к понятию «мегаполис» достаточно противоречиво: жители Петербурга хорошо осведомлены об отрицательных последствиях жизни в большом городе, связанных, в частности, с изматывающим ритмом жизни и неблагоприятными экологическими условиями, в то же время их автостереотипы достаточно позитивны: петербуржцы считают типичных жителей своего города людьми высоко развитыми с интеллектуальной точки зрения и обладающими относительно высоким уровнем общей культуры.

В то же время жителям небольших провинциальных городов (в нашем исследовании принимали участие представители Норильска и Череповца) более позитивное содержание городских автостереотипов не мешает стремиться к смене места жительства, что также свидетельствует о наличии определенных внутренних противоречий и конфликтного характера городской идентичности.

Городская идентичность претерпевает определенные изменения в течение жизни человека. В период младшего школьного детства городская идентичность находится на этапе становления, и, в частности, в условиях Санкт-Петербурга, формируется не в процессе естественной социализации, а благодаря воспитанию и обучению. В подростковом возрасте городская идентичность в целом оказывается содержательно сформированной, однако находится в тесной взаимосвязи с другими идентификационными феноменами, в силу чего не выполняет функцию регуляции социального взаимодействия в полном объеме. Взрослые люди характеризуются сформированной городской идентичностью, которая, в случае актуализации, играет роль регулятора социального поведения личности. Содержание городской идентичности (авто- и гетеростереотипы) в этот период максимально дифференцировано, в нем наглядно прослеживаются все измерения городской идентичности. В пожилом возрасте идентификация с ролью петербуржца создает основу для ощущения стабильности социальной среды и положительного самоотношения человека. Та-

ким образом, именно для пожилых людей позитивная городская идентичность является важнейшим ресурсом личностного благополучия.

Как показала наша работа, изменение места жительства ставит человека перед необходимостью переживания достаточно серьезного адаптационного процесса, необходимая составляющая которого - разрешение кризиса городской идентичности. В случае изменений, сопровождающихся повышением статуса места жительства, трансформация городской идентичности сочетается с повышением психической напряженности, связанной с сохранением идентификации «Я — житель провинциального города» на фоне отсутствия мотивации возвращения в провинцию и усиления самокатегоризации в изменении «сельский житель — городской житель». Трансформация городской идентичности в ситуации переезда на новое место жительства с понижением его статуса сопровождается декларативным занижением степени своей идентификации с новой городской ролью. В этом случае изменения в структуре социальной идентичности осознаются ее носителем в большей степени, чем в ситуации повышения статуса нового места жительства.

Именно наличием подобных кризисных явлений обусловлена необходимость разработки программ социально-психологического сопровождения личности на этапе смены места жительства, адаптации к жизни в мегаполисе. На наш взгляд, такие программы должны носить комплексный характер, охватывая не только приезжих (или людей, готовящихся совершить переезд), но и «принимающую сторону», поскольку коренные жители мегаполиса своим терпимым или, напротив, интолерантным отношением к приезжим могут в значительной степени облегчить или затруднить процессы адаптации.

Важным итогом работы является также, с нашей точки зрения, разработка комплекса психодиагностических средств, направленных на исследование городской идентичности. Этот комплекс включает в себя, главным образом, проективные и психосемантические методики, поскольку феномены социально-идентификационной сферы личности относятся к «трудно уловимым», подверженным значительному давлению со стороны фактора социальной желательности феноменам, а поэтому плохо поддаются исследованию с помощью стандартизированных опросных процедур.

Конечно, наша работа не смогла ответить на все вопросы, связанные с проблемами и ресурсами формирования городской идентичности жителя мегаполиса. Прежде всего, хотелось бы уточнить универсальность выявленных закономерностей, для чего целесообразно было бы в будущем увеличить выборку, включив в нее жителей других городов. Интересно также было бы провести подобное исследование в кросс-культурном аспекте, сравнив параметры городской идентичности современных россиян и представителей других стран.

Недостаточно проясненной остается и проблема более точного описания механизмов взаимодействия городской идентичности с другими компонентами социальной идентичности личности: этническим, гендерным, возрастным, профессиональным и т. д.

Наконец, более пристального внимания требует вопрос прояснения механизмов разрешения кризиса городской идентичности, поскольку он имеет выраженную практическую значимость.

Литература

1. *Акопов Г. В.* Российское сознание: историко-психологические очерки. Самара: СамГПУ, 2002. 90 с.
2. *Аллан Дж.* Ландшафт детской души. Юнгианское консультирование в школах и клиниках. Пер. с англ. СПб.; Минск: Диалог-Лотаць, 1997. 256 с.
3. *Андреева Г. М.* Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2008. 363 с.
4. *Барабанова Е. И., Щетинина Е. В.* Проблемы социально-психологической адаптации населения в современном обществе // Вестник КАСУ. 2005. №4. С. 224-232.
5. *Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. А.* Социальная психология личности. М.: Аспект Пресс, 2001. 301 с.
6. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич; Моск. филос. фонд. М.: Academia-Центр; Медиум, 1995. 323 с.
7. *Бондырева С. К., Колесов Д. В.* Традиции: стабильность и преемственность в жизни общества. М.: изд-во МПСИ; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2004. 280 с.
8. *Бронин С. Я.* Малая психиатрия большого города. М.: Закат, 1998. 272 с.
9. *Брушлинский А. В.* Проблемы психологии субъекта. М.: Ин-т психологии РАН, 1994. 109 с.
10. *Буянова А. Ю.* Улан-Удэ: адаптация сельской молодежи к городскому и образовательному пространству // Вестник Евразии, 2006. № 3. С. 24-40.
11. *Вагин В. В.* Русский провинциальный город: ключевые элементы жизнеустройства // Мир России. 1997. Т. VI. № 4. С. 53-88.
12. *Вачков И. В.* Основы технологии группового тренинга. Учеб. пособие. М.: Ось-89, 1999. 176 с.
13. *Глазычев В. Л.* Городская среда, экологическое сознание и любовь к геометрии // Мир психологии и психология в мире. 1995. №4. С. 48-51.
14. *Глотов М., Спиридонова М.* Адаптация иногородних студентов к культуре Санкт-Петербурга // Телескоп. 2006. № 3.

15. *Голосова Н. Е.* Экопсихологический подход к вопросу о социальной идентификации личности // 2-я Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. (Москва, 12-14 апреля 2000 г.). М., 2000. С. 184-186.
16. *Гулевич О. А., Онучин А. Н.* Основные направления изучения эффектов межгруппового восприятия // Вопросы психологии. 2002. №3. С. 132-145.
17. *Дадрих Н. А.* Социальная идентичность: методический аспект // Социологические исследования. 2000. № 13. С. 77-95.
18. *Дилигенский Г. Г.* Социально-политическая психология: Учеб. пособие для высших учебных заведений / Ин-т "Открытое об-во". М.: Наука, 1994. 304 с.
19. *Ефремова Ж. Д.* Формирование и функционирование менталитета населения малого провинциального города: Автореферат дисс. ... канд. социол. Наук. М., 2006. 26 с.
20. *Иванов К. П.* Проблемы этнической географии / Под ред. А. И. Чистобаева. СПб.: СПбГУ, 1998. 216 с.
21. *Иванова Т. В.* Городская ментальность как предмет психологического исследования. Самара: изд-во СамЦ РАН, 2003. 198 с.
22. *Казанцев В. И., Светульников М. Г.* Социология города. Ульяновск: УлГТУ, 2004. 150 с.
23. *Коган Л. Б.* Быть горожанами. М.: Мысль, 1990. 205 с.
24. *Линч К.* Совершенная форма в градостроительстве. Пер. В.Л. Глазычева. М, Стройиздат, 1982. 560 с.
25. *Микляева А. В., Румянцева П. В.* Структура социальной идентичности личности: возрастная динамика // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2009. Вып. 5 (83). С. 129-133.
26. *Микляева А. В., Румянцева П. В.* Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования. СПб.: изд-во РГПУ, 2008. 118 с.
27. *Нартова-Бочавер С. К.* Человек суверенный: психологическое исследование субъекта в его бытии. СПб.: Питер, 2008. 400с.
28. *Нийт Т.* Плотность людей и чувство стесненности: теории и гипотезы // Человек в социальной и физической среде. Таллинн, 1983. С. 99-142.
29. *Павленко В. Н.* Представления о соотношении социальной и личностной идентичности в современной западной психологии // Вопросы психологии. 2000. №1. С.135-141.
30. *Рабжаева М. В., Семенов В. Е.* Какая идентичность у жителей Санкт-Петербурга? // Социология культуры. СПб., 2003. С. 82-90.

31. Романова Е. С., Потемкина О. Ф. Графические методы в психологической диагностике. М.: Дидакт, 1992. 256 с.
32. Самошкина И. С. Район проживания в чувствах и переживаниях // *Communitas / Сообщество*. 2006. № 1. С. 35-52.
33. Самошкина И. С. Территориальная идентичность как социально-психологический феномен. Автореферат дис. ... канд. психол. наук. М., 2008. 29 с.
34. Сафонова М. «Каждый должен побыть иногородним» (образовательная миграция: освоение нового социального пространства) // *Вестник Евразии*. 2003. № 3 (22). С. 177-197.
35. Солдатова Г. У., Шайгерова Л. А., Шарова О. Д. Жить в мире с собой и с другими. Тренинг толерантности для подростков. М.: Генезис, 2001.
36. Социологический энциклопедический словарь / ред.-координатор Г. В. Осипов. М.: ИНФРА-М, 1998. 488 с.
37. Финансовый словарь / Благодатин А. А., Лозовский Л. Ш., Райзберг Б. А. М.: Инфра-М., 2009. 378 с.
38. Хорев Б. С. Территориальная организация общества. М.: Мысль, 1981. 124 с.
39. Черноушек М. Психология жизненной среды / Пер. с чеш. И. И. Попа. М.: Мысль, 1989. 174 с.
40. Чхартушвили Ш. Н. К вопросу об онтологической природе бессознательного // *Бессознательное: природа, функции, методы исследования*. В 4 т. Т.1. Тб., 1978. 788 с. С. 99-111.
41. Ширков Ю. Э. Стратегии самокатегоризации в системе представлений о «своих» и «чужих». Автореферат дис. ... канд. психол. наук. М., 2009. 29 с.
42. Шихирев П. Н. Современная социальная психология. М.: ИП РАН; КСП+; Академический проект, 1999. 448 с.
43. Штейнбах Х. Э., Еленский В. И. Психология жизненного пространства. СПб.: Речь, 2004. 239 с.
44. Якимова Е. В. Социальное конструирование реальности: социально-психологические подходы: науч.-аналит. обзор / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. психологии. М.: ИНИОН, 1999. 115 с.
45. Altman I. The environment and social behavior. Privacy, personal space, crowding. NY., 1988.
46. Borer M. The Location of Culture: The Urban Culturalist Perspective // *City & Community*. 2006. Vol. 5(2), Jun. Pp. 173-197.

47. *Breakwell G. M.* Integrating Paradigms, Methodological Implications. // Empirical Approaches to Social Representations. Oxford: Clarendon Press, 1993. Pp. 180-201.
48. *Calhoun J. B.* Population density and social pathology // Scientific American. Vol. 206. Pp. 139-148.
49. *Canter D., Jesuino J., Correia, Soczka L. S., Geoffrey M., Lalli M., Dittmar H.* Urban identity // Environmental social psychology. New York, NY, US: Kluwer Academic/Plenum Publishers, 1988. Pp. 303-311.
50. *Clayton S., Opatow S.* Identity and the natural environment: The psychological significance of nature. MIT Press, Cambridge, MA, 2003. 353 p.
51. *Devine P.* A time and a place for the Irish? An explanatory analysis of significance of Irish historical places for maintaining Irish National Identity Unpublished MSc. thesis, Department of Psychology, University of Surrey, 1994.
52. *Feldman R. M.* Approaches to Social Representations. Oxford: Clarendon Press. Settlement-identity: Psychological bonds with home places in a mobile society // Environment and Behavior. Vol 22(2), Mar 1990. Pp. 183-229.
53. *Félonneau M.-L.* Love and loathing of the city: Urbanophilia and urbanophobia, topological identity and perceived incivilities // Journal of Environmental Psychology. 2004. Vol. 24(1). Mar. Pp. 43-52.
54. *Garcia I., Giuliani F., Wiesenfeld E.* The place of theory in community social psychology: Community and sense of community // Psicología social comunitaria / Montero M. (ed.). Guadalajara, Mexico: Universidad de Guadalajara, 1994. Pp. 75-102.
55. *Graumann C. F.* On multiple identity // International Social Science Journal. 1983. Vol. 35. Pp.309-321.
56. *Hummert M. L.* A social cognitive perspective on age stereotypes // Social cognition and aging / T. M. Hess, F. Blanchard-Fields (Eds.). — San Diego, CA: Academic Press, Inc, 1999. Pp. 175-196.
57. *Hunter A.* The Symbolic Ecology of Suburbia , Neighbourhood and Community Environments // Human Behavior and Environment: Advances in Theory and Research /Altman I., Wandersman A. (eds.). New York: Plenum Press, 1987. Pp. 191-219.
58. *Kelly G. A.* The psychology of personal constructs. V. 1: A theory of personality. N. Y.: Norton, 1955. XVIII + 556 p.
59. *Kite M. E., Deaux K., Miele M.* Stereotypes of Young and Old: Does Age Outweigh Gender?// Psychology and Aging. 1991. Vol. 6. No. 1. pp. 19-27.
60. *Korpela K. M., Hartig T., Kaiser F. G., Fuhrer U.* Restorative experience and self-regulation in favorite places // Environment and behavior. 2001. Vol. 33. Pp. 572-589.

61. *Kun M., McPartland T.* An empirical investigation of self-attitudes // *American Sociological Review*. 1954. Vol.19. No. 1. Pp. 68-76.
62. *Lalli M.* Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings // *Journal of Environmental Psychology*. 1992. Vol. 12(4), Dec. Pp. 285-303.
63. *Moser G., Ratiu E., Fleury-Bahi G.* Appropriation and Interpersonal Relationships: From Dwelling to City Through the Neighborhood // *Environment and behavior*. 2002. Vol. 34. Pp. 122-136.
64. *Naess A.* Ecology, community and lifestyle (D. Rothenberg, trans. and ed.), Cambridge University Press, New York, 1989.
65. *Pol E., Castrechini A.* City-Identity-Sustainability Research Network. Final Words // *Environment and behavior*. 2002. Vol. 34. Pp. 150-160.
66. *Pol E., Moreno E., Guardia J., Iniguez L.* Identity, Quality of Life, and Sustainability in an Urban Suburb of Barcelona: Adjustment to the City-Identity-Sustainability Network Structural Model // *Environment and Behavior* 2002. Vol. 34. Pp. 67-80.
67. *Pol E.* The Theoretical Background of the City-Identity-Sustainability Network // *Environment and Behavior*. 2002. Vol. 34. Pp. 8-25.
68. *Proshansky H. M., Fabian A. K., Kaminoff R.* Place-identity: physical world socialization of the self // *Journal of Environmental Psychology*. 1983. No 3. Pp. 57-83.
69. *Relph E.* Place and placelessness. London: Pion, 1976.
70. *Scherer J.* Globalization and the construction of local peculiarities: A case study of the Winnipeg Jets // *Sociology of Sport Journal*. Vol. 18(2). 2001. Pp. 205-230
71. *Schultz P. W.* Empathizing with nature: The effects of perspective-taking on concern for environmental issues // *Journal of Social Issues*. 2000. Vol. 56. Pp. 391-406.
72. *Srole L., Langner T. S., Michael S. T., Kirkpatrick P., Opler M. K., Rennie T. A.* Mental health in the metropolis. The midtown Manhattan study. NJ.: University Press, 1978.
73. *Stander E. M.* Strategies for survival through healing among Native American women: An urban case study // *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*. 2000. Vol. 61(2-A), Aug. Pp. 780.
74. *Stokols D., Shumaker S. A.* People in places: A transactional view of settings // *Cognition, Social Behavior, and the Environment* / J. H. Harvey (Ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1981. Pp. 441-488.
75. *Tajfel H., Turner J.* An Integrative Theory of Intergroup Conflict. // *The Social Psychology of Intergroup Relations*. / Ed. by W. G. Austin and S. Worchel. Monterey, Books Publishing Company, 1979. Pp. 33—49.

76. *Turner K. L., Brown C. S.* The centrality of gender and ethnic identities across individuals and contexts // *Social Development*. 2007. Vol. 16. N 4. Pp. 700-719.
77. *Taylor C.* The explanation of behavior. London: Routledge and Kegan Paul, 1964
78. *Thomashow M.* Ecological identity. MIT Press, Cambridge, MA, 1995.
79. *Twigger-Ross C. L., Uzzell D.* Place and identity processes // *Journal of Environmental Psychology*. 1996. Vol. 16. Pp. 205–220.
80. *Uzzell D., Pol E., Badenas D.* Place Identification, Social Cohesion, and Environmental Sustainability // *Environment and Behavior*. Vol. 34. No. 1, January. 2002. Pp.26-53.
81. *Valera S., Guardia J.* Urban Social Identity and Sustainability. Barcelona's Olympic Village // *Environment and Behavior*. 2002. Vol. 34. Pp. 81-96.
82. *van Rijswijk W., Ellemers N.* Context effects on the application of stereotype content to multiple categorizable targets // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2002. Vol. 28. Pp. 90-101.
83. *Vorkinn M., Riese H.* Environmental concern in a local context: The significance of place attachment // *Environment and Behavior*. 2001. Vol. 33. Pp. 249–263.
84. *Weigert A. J.* Self, interaction, and natural environment. State University of New York Press, Albany, 1997.
85. *Wiesenfeld E., Giuliani F.* Sustainable Development and Identity in Two Venezuelan Communities // *Environment and Behavior*. 2002. Vol. 34. Pp. 54-66.
86. *Wilson B. M.* Social space and symbolic interaction // *The human experience of space and place* / Buttimer A., Seamon D. (eds.). London: Croom Helm, 1980. Pp 135-147.
87. World Urbanization Prospects. Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nations Secretariat. The 2005 Revision.

Приложения

Приложение 1. Методики диагностики городской идентичности

Пояснительная записка

Изучение городской идентичности представляет собой важнейшую практическую задачу, связанную с оценкой уровня адаптированности человека к тем или иным социотерриториальным условиям проживания. Для определения методов, адекватных задаче диагностики городской идентичности, необходимо определить природу данного феномена, его отнесенность к сфере личностной или социальной идентичности.

В случае, если городская идентичность определяется как компонент личностей идентичности личности, ее исследование предполагает изучение субъективного восприятия городской среды, эмоциональной привязанности к городу, роли города и связанных с ним воспоминаний в личностной ретроспективе, представление о значимости города в жизненном перспективном планировании. В этой связи можно отметить несколько зарубежных опросников, которые разработаны с целью диагностики обозначенных выше психологических феноменов: шкала «Исследование идентичности с местом» [Twigger-Ross, Uzzell, 1996], шкала «Восприятие городской среды» [Felonneau, 2004] и др., которые приведены в разделе «Городская идентичность личности» данной монографии.

В случае отнесения городской идентичности к социально-идентификационным феноменам, она может пониматься как результат идентификации с группой людей, составляющей население того или иного города, и противопоставления населению других городов и населенных пунктов и рассматриваться как компонент социальной идентичности личности. Рассмотрение городской идентичности в структуре социальной идентичности личности позволяет определить приоритетные методические подходы к ее диагностике. Смысловая природа социальной (и, в частности, городской) идентичности предполагает необходимость использования психосемантического подхода для ее исследования, и, кроме того, учитывая имплицитный характер смысловых структур, обуславливает желательность применения проективных методов.

Проективная методика диагностики городской идентичности

Методика представляет собой модификацию «Теста фрустрационной толерантности» С. Розенцвейга. Испытуемому предлагается дополнить сюжетную картинку репликой персонажа, отвечающей на высказывание партнера по взаимодействию. Каждый из десяти предлагаемых испытуемому сюжетов направлен на актуализацию городской идентичности испытуемого.

С помощью данной методики содержание городской идентичности может быть рассмотрено на вербализуемом («декларируемая идентичность») и имплицитном («реальная идентичность») уровнях в различных ситуациях социального взаимодействия: во взаимодействии с представителями ин- и аут-групп, каждая из которых может обладать позитивной или негативной модальностью, а также в ситуации угрозы актуальной городской идентичности с предполагаемым повышением или понижением социального (городского) статуса.

Методика была апробирована на испытуемых в возрасте от 7 до 84 лет.

Инструкция: «На каждом из представленных ниже рисунков изображены два говорящих человека. То, что говорит первый человек, написано в соответствующем квадрате. Представьте себе, что может ответить ему другой человек и что он при этом может думать. Напишите самый первый пришедший вам в голову ответ».

Стимульный материал:

Обработка и интерпретация:

Городская идентичность может быть охарактеризована в различных ситуациях актуализации:

- при взаимодействии с представителями городской аут-группы на фоне положительных эмоций (ситуации 1, 2);
- при взаимодействии с представителями городской аут-группы на фоне отрицательных эмоций (ситуации 3,4);
- при взаимодействии с представителями городской ин-группы на фоне положительных эмоций (ситуации 5, 8);
- при взаимодействии с представителями городской ин-группы на фоне отрицательных эмоций (ситуации 6, 7);
- в ситуации потенциального переезда в город с более низким статусом (ситуация 9);
- в ситуации потенциального переезда в город с более высоким статусом (ситуация 10).

Полученные результаты допускают качественную и количественную обработку. Качественная обработка проводится методом контент-анализа по категориям «позитивная идентичность» и «негативная идентичность» для каждой из 10 ситуаций. Количественная обработка предполагает приписывание каждому ответу баллов в интервале от -1 до +1:

- 1 — в случае негативного характера идентификации;

+1 — в случае положительного характера идентификации;

0 — в случае, если ответ не имеет отношения к городской идентичности личности, а также в случае отказа от ответа.

Суммирование баллов с учетом знака позволяет получить общий показатель модальности городской идентичности, который будет находиться в интервале от -10 до +10.

Обработка проводится отдельно для показателей «декларируемой» и «реальной» идентичностей. «Декларируемая идентичность» оценивается по материалу высказываний,

приписываемых персонажу (поле «говорит» в каждой картинке стимульного материала), «реальная идентичность» — по атрибутируемым ему мыслям (поле «думает»). Ниже приведены наиболее типичные ответы, соотносимые с контент-аналитическими категориями «позитивная идентичность» и «негативная идентичность» (табл. 21).

Таблица 21

Типичные ответы, указывающие на «позитивную идентичность» и «негативную идентичность» испытуемых (декларативную и реальную)

Реплика партнера, приведенная в стимульном материале	Ответы, указывающие на «позитивную идентичность»	Ответы, указывающие на «негативную идентичность»
1. «Вы читали, что написано в газетах? Кошмар! Нет, нужно срочно уезжать из этого города»	«Мало ли, чего там понапишут!» «Я здесь живу и собираюсь жить дальше» «Ну и уезжайте!»	«Да, вы абсолютно правы!» «Я давно подумываю переехать в другой город» «Да, жизнь здесь с каждым днем все хуже!»
2. «Как вы могли! Настоящий житель нашего города так никогда бы не сделал! А ведь вы живете здесь всю жизнь!»	«Извините, был неправ» «Нехорошо получилось» «Больше так постараюсь не делать»	«Да ну вас!» «Что хочу, то и делаю!» «В нашем городе и не такое делают»
3. «Вы хотите, чтобы на вашем празднике прозвучал гимн города? Или вы предпочитаете другое музыкальное сопровождение?»	«Да, конечно» «Обязательно!» «А почему бы и нет?»	«А у города есть гимн?» «Нет, лучше популярная музыка» «И зачем это вообще надо?»
4. «Мы живем в замечательном городе, не так ли? Я горжусь, что живу здесь»	«Я тоже» «Я полностью согласен с Вами» «Наверно, я бы не смог жить в другом городе»	«Ничего особенного» «Жить здесь — сомнительное удовольствие» «Вы ничего не понимаете»
5. «Как это вы не знаете, кто архитектор этого до-	«Обязательно узнаю» «Действительно,	«Мне это неинтересно»

ма? Я, например, знаю про все достопримечательности своего города»	стыдно» «Я тоже знаю про свой город много всего интересного»	«Мне все равно» «Подумаешь — старый дом»
6. «Никогда бы не смогла жить в вашем городе! Наш город нравится мне значительно больше»	«Ну и езжай к себе» «Зачем тогда приехала?» «Вы не правы, у нас очень хорошо»	«Да, здесь не очень хорошо» «Даже приезжие это замечают» «Я тоже уже не могу здесь»
7. «Вам повезло, что вы живете в таком замечательном городе! Наш город нравится мне значительно меньше»	«Да, наш город — лучший» «Вот-вот, завидуй!» «Умный, понимает»	«Ну что вы, ваш город не хуже нашего!» «А мне у вас нравится больше, чем здесь» «Могу с вами поспорить»
8. «Я только что переехал в ваш город, теперь тоже буду жить здесь. Не подскажите, где улица Мира?»	«Понаехали!» «Если вы хотите тут жить, вам нужно научиться ориентироваться в городе» «У нас очень понятная планировка»	«В нашем городе такая планировка, что сам черт ногу сломит» «Приятно, что наших интеллигентов разбавить свежая кровь»
9. «Поздравляю с повышением! Скажите, вы готовы к тому, что оно потребует от вас переезда в провинцию?»	«Нет» «Я не хочу». «Я не поеду» «Спасибо, я вынужден отказаться от повышения» «Сам туда поезжай»	«А почему бы и нет?» «С удовольствием» «Не все ли равно, где жить?»
10. «Представляешь, я переезжаю. С нового года я — москвич»	«Там не лучше» «Жаль» «Искренне сочувствую»	«Завидую» «Там больше возможностей, чем у нас» «Я тоже хочу туда»

Проективный рисунок «Я - житель моего города»

Инструкция: Нарисуйте, пожалуйста, рисунок на тему «Я - житель своего города».

Ваше умение рисовать значения не имеет и оцениваться не будет

Необходимые материалы: бумага для рисования, простые и цветные карандаши, ластики.

Обработка и интерпретация:

Рисунки анализируются на различных уровнях интерпретации [Аллан, 1997; Романова, Потемкина, 1992]:

1. формально-графический;
2. цветовой;
3. уровень общепринятых интерпретаций (элементы «дом», «дерево», «человек»);
4. уровень интегрированности рисунка (расположение на листе бумаги, взаимное расположение элементов);
5. символический;
6. сюжетный.

В качестве категорий для анализа рисунков в нашем исследовании использовались показатели идентификации с городом и ее эмоциональной напряженности («тревожности»).

На выраженную идентификацию с городом указывают:

- наличие фигуры, которая может обозначать «Я»;
- размер этой фигуры (чем он больше, тем сильнее идентификация);
- прорисовка фигуры (чем точнее, тем сильнее идентификация).

На тревожность указывают:

- слишком сильный или слишком слабый нажим на карандаш;
- излишняя штриховка;
- стирания, исправления;
- рисование по линейке;
- яркая прорисовка глаз у персонажей;
- дезинтегрированность рисунка;
- использование смешанных цветов при рисовании цветными карандашами.

В случае применения проективного рисования в исследовательских целях возможно количественное представление данных. Для этого степень выраженности каждого показателя может быть определена по пяти- или семибалльной шкале, например, следующим образом:

- «1» — признак не выражен;
- «2» — выражен незначительно;
- «3» — выражен средне;
- «4» — выражен значительно;
- «5» — выражен очень сильно.

Для получения надежных результатов необходимо не только предложить авторские оценки показателей, но и сопоставить их с оценками, данными несколькими (не менее трех) экспертами — психологами, имеющими опыт интерпретации проективных рисунков. Авторские оценки могут считаться достоверными в том случае, если их согласованность с экспертными оценками подтверждается с помощью сопоставления оценочных профилей с использованием коэффициента корреляции Спирмена.

Приложение 2. Программа исследования места различных компонентов в структуре социальной идентичности личности

Цель исследования: выявление центральных и периферийных компонентов в структуре социальной идентичности личности современного россиянина.

Объект исследования: социальная идентичность личности.

Предмет исследования: центральные и периферийные компоненты социальной идентичности.

Гипотеза исследования: компоненты социальной идентичности (гендерный, возрастной, этнический, национальный, религиозный, социально-экономический, профессиональный и городской) выполняют различные роли в регуляции социального поведения личности.

Метод исследования: структурированное проективное интервью.

Методика исследования. Испытуемым последовательно предлагались 32 реплики, соотносимые с 8 компонентами социальной идентичности. Каждая реплика была обращена к одной из наиболее обобщенных социальных ролей. Роли варьировались по параметру социального статуса. Для усиления эмоциональной вовлеченности испытуемых в процесс исследования реплики носили потенциально фрустрирующий характер. Испытуемым предлагалось предположить, в какой ситуации могли бы звучать эти реплики, кто мог бы быть их автором, к кому они обращены, в какой ситуации они звучат.

Обработка полученных результатов. Использовался метод дедуктивного контент-анализа по актуальным категориям с привлечением эксперта. Основаниями для контент-анализа стали две группы категорий:

1. Сферы социального взаимодействия, в которых актуализируются различные компоненты социальной идентичности:

- нерегламентированное взаимодействие с незнакомыми людьми;
- ролевое взаимодействие с незнакомыми или малознакомыми людьми;
- взаимодействие в семейной сфере;
- взаимодействие в педагогической сфере;
- взаимодействие в профессиональной сфере;
- интимно-личностное взаимодействие;
- взаимодействие с представителями власти.

2. Проблемные области, в которых актуализируются различные компоненты социальной идентичности:

- Моральные (принципы нормативного поведения).

- Конкретные проблемные области:

- бытовые
- эстетические
- медицинские
- экономические
- правовые
- учебные
- трудоустройство
- политические
- религиозные
- профессиональные