Урсуленко О.Б., Блинова О.Є. Соціально-психологічні чинники формування територіальної ідентичності // Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі : Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 9–10 квітня 2020 р.) / редкол.: В.Л. Погребна, В.М. Попович, Н.В. Островська, Т.О. Серга та ін. [Електронний ресурс] Електрон. дані. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2020. – 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана. – С. 645-650.

Урсуленко О. Б.,
аспірант кафедри загальної та соціальної психології
Блинова О. Є.
доктор психологічних наук, професор,
завідувач кафедри загальної та соціальної психології
Херсонський державний університет, м. Херсон, Україна

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Соціальні зміни, які є нормою сучасного світу, надають все більшої гнучкості та диференційованості процесам соціальної категоризації. У сучасних дослідження соціальна ідентичність представлена у межах не тільки певних великих соціальних груп, але й соціальних явищ, зокрема у просторово-часовому континуумі [1; 2; 3; 6]. Соціальна ідентичність означає усвідомлення своєї належності до соціальної спільноти разом зі ставленням до цієї спільноти.

Усвідомлення зв'язку людини з середовищем та її значення для індивіда досліджується як територіальна ідентичність, яка може бути розглянута як один із найбільш значущих видів соціальної ідентичності, поряд із професійною та організаційною. Поняття територіальної ідентичності є відносно новим у соціально-психологічних роботах та набуває різних смислових відтінків, тому іноді варіюється і власне термін. Різними авторами застосовують терміни: середовищна ідентичність [1; 5], ідентичність з місцем (place-identity) [8], міська ідентичність (urban-related identity) [3; 4]. Говорячи про «міську середовищну ідентичність» (social urban identity), С. Валера описує її як відповідь на питання «Звідки ти?» (по аналогії з традиційним для соціальної ідентичності питанням – «Хто ти?». Коли людина перебуває в іншій країні, вона називає країну, коли у чужому місті – називає місто, а коли у своєму місті – називає район проживання [8]

Термін «територіальна ідентичність» застосовується соціологами Н. А. Шматко, Ю. Л. Качановим для позначення «смислів системи територіальної спільноти, які переживаються та/або усвідомлюються, формують практичне почуття та усвідомлення територіальної належності індивіда». Територіальна ідентичність передбачає описання себе у термінах «Я – член територіальної спільноти», тобто віднесення себе перш за все до соціальної, а не до просторової категорії [6].

Найбільш близьким із суміжних понять для територіальної ідентичності є поняття персонального простору особистості, який визначається як площа з невидимим кордоном, яка оточує тіло людини і в яку може увійти чужий [7]. Феномен персонального простору найбільш вивчено у такому дослідницькому напрямі, як проксемика, а саме, в структурі організації людського простору (personal space), дистанції спілкування, орієнтації (розташування партнерів у спілкуванні та закріплення меж території), територіальність (контроль і захист «своєї» території).

Згідно з класифікацією І. Альтмана, існують три основних види територій, в яких розкривається персональний простір особистості [1]:

1) Первинне постійне володіння – будинок, спальня, машина. Особливо – робоче місце, кімната (або місце) у гуртожитку або в готелі.

2) Вторинне: певні місця, що пов’язані із роботою або розвагами, місця спільного користування – шафа у роздягальні, постійне місце в аудиторії (постійно використовується, але не є особистим).

3) Публічне (тимчасове) – місце у бібліотеці, столик у ресторані.

М. Хейдметс описує ієрархію персоналізованих місць, які складаються із 7 рівнів [цит. за 1]:

1) Тіло людини.

2) Персональний простір (тобто особиста територія, яка контролюється).

3) Житлове місце, тобто сімейна територія, що має індивідуальні зони для кожного члена родини та спільні для всієї родини простори.

4) Оточення будинку, яке є розширення житла – двір, сад.

5) Позабудинкові персоналізовані місця, а саме, робоче місце на роботі, парта в школі, койка у лікарні.

6) Місце проживання – характеризується непрямим, опосередкованим контролем території та наявністю ідентифікації – «моя вулиця», «моє місто».

7) Вітчизна – є символічним рівнем персоналізованого простору.

С. Валера виходить із припущення, що люди відносять себе до соціальних категорій, що утворюються за просторовими ознаками, а саме, область, місто, район [8].

Дослідники визначають міський простір (urban space) як соціальне уявлення про спільні риси та особливості, що характерні для жителів даного міста та що належать до певної соціальної категорії [7]. Ці уявлення дозволяють жителю міста, або частини міста, наприклад, району, відрізняти себе від жителів інших міст або районів на тому ж рівні абстракції, в одній системі виміру. При цьому рівень, що обирається, залежить від простору взаємодії: я із свого району на відміну від жителя іншого району; я із цього міста на відміну від жителя іншого міста і т. ін. На основі такого порівняння формується соціальна міська ідентичність [1; 2; 4].

У багатьох дослідження почуття міста (sense of place) та прив’язаності до міста (place attachment) представлений аналіз емоційного компонента територіальної ідентичності. Почуття міста визначається як сукупність символічних значень, прив’язаність та задоволеність просторовою локалізацією індивіда або групи. М. Лаллі описує два основних підходи до вивчення цього феномену [7]. У межах феноменологічного підходу почуття міста описується як почуття, яке ґрунтується на тривалості та глибині взаємодії з цим містом та залежить від соціальної мобільності. Досвід переживань, що пов’язаний із даним містом, має більше значення для почуття міста, ніж сам по собі ландшафт.

У контексті належності до міста особливе значення має символічний смисл, який надається «своєму» місту. Ідентичність з містом також передбачає ототожнення з містом, почуття належності (sense of belonging): відчуття себе вдома – в одному місці, і «не вдома» – в іншому. Ці психологічні утворення можуть належати до різних рівнів локалізації: від частини кімнати, квартири, будинку, до спільнот і навіть цілого регіону. Почуття належності, у відповідності до результатів досліджень, пов’язано із вибірковістю пам’яті, в особливості пам’яті на соціальні події [2; 3; 4].

Деякі теоретики [5] вважають ідентичність з місцем формою прояву прив’язаності до міста, поруч з почуттям місця та залежністю від місця. Прив’язаність формується через позитивне ставлення людини до місця внаслідок задоволеності ним, якщо це відповідає оцінці та ідентифікації з певним місцем. Ідентичність (або ідентифікація) з місцем, розуміється емоційна складова соціальної установки – прив’язаності до місця – та містить у собі символічну значущість місця як сховище емоцій та стосунків, які надають смисл та мету у житті.

Термін «ідентичність з місцем» (place identity) був запропонований Х. Прошански. За визначенням, яке він запроновував, ідентичність з місцем є «згадування, ідеї, почуття, цінності, переваги, значення, а також уявлення про поведінку та досвід» [цит. за 5]. Х. Прошански розглядає ідентичність з місцем як частину особистісної ідентичності,

вказуючи, що це та частина, яка пов'язана з просторовим виміром. Ідентичність з місцем виникає в результаті соціалізації людини у фізичному світі, за аналогією, як соціальна ідентичність – результат соціалізації людини у суспільстві. В цю частину особистісної ідентичності входять згадування, почуття та досвід, що належать до минулого, теперішнього та майбутнього місця проживання (daily life settings).

Інші дослідники вказують, що ідентичність з місцем, перш за все, є соціальною категорією та належить до соціальної ідентичності [4]. Ідентичність з місцем передбачає ідентичність місця (усвідомлення його унікальності) одночасно із включенням до групи «за місцем проживання». У більш різних роботах під ідентичність з місцем розуміють таку ідентичність, яка виникає на перетині особистісної та соціальної ідентичності, а також соціальних уявлень, пов'язаних із даним місцем.

Дослідження міської соціальної ідентичності випливають із досліджень ідентичності із місцем. М. Лаллі на основі аналізу теорій та напрямів досліджень ідентичності із місцем ввів поняття «ідентичність, що пов'язана із містом» (urban-related identity) [7]. Він описує міську середовищну ідентичність як частину особистісної ідентичності (Я-концепції) та пропонує розроблену ним шкалу виміру міської ідентичності (urban identity scale). В емпіричних дослідження[були показані взаємозв'язки між «міською ідентичністю» та сприйняттям, пізнанням та досвідом взаємодії із міським середовищем.

Але місто – це не тільки особливе територіальне, але й соціальне утворення. Оточення передбачає певні норми та правила поведінки, частина символіки оточуючого середовища сприймається групою як вираження групової ідентичності.

На думку Т. В. Семенової, компоненти образу міста відображають його просторово-часові особливості та групові уявлення містян [цит. за 3]:

– міські орієнтири («символи міста», визначні пам'ятки, психологічно значущі для більшості жителів міста міські об'єкти, що формують основний каркас ментального образу міста);

– міські території («психологічні райони», що подобаються або не подобаються жителям за різними критеріями);

– міські маршрути («шляхи» – найбільш зручні з погляду більшості жителів направлення переміщень до значущих міських об'єктів);

– висотність («поверховість» – значення середньої висоти будинків міста, що сприймається суб'єктивно);

– динамічність («темпоритм» – швидкість життя у місті, що проявляється у першу чергу у середній швидкості переходів).

Міська ідентичність включає суб'єктивне відображення міського простору у теперішній час, але ж не тільки уявлення про нього у минулому та теперішньому, але й образ «Ідеального міста». Уявленням про ідеальне місто присвячено дослідження психолога М.-Л. Фелонью [цит. за 3]. Автор пропонувала досліджуваним обрати із 18 характеристик міста 10, які обов'язково мають бути у ідеального міста. Половина із запропонованих якостей була характерною для міського середовища (мода, космополітизм, міська культура та ін.). Друга половина, навпаки, була представлена «неміськими» характеристиками, які скоріше притаманні образу села (зелень, тиша, привітливість, та ін.). Досліджувані частіше приписували ідеальному місту «неміськи» характеристики. Автор також показала у дослідженні, що «сильна територіальна ідентичність», тобто наявність почуття прив'язаності, належності до міста, сприяє зниженню чутливості до соціальної дезорганізації (сміттю, графіті, грязі, розбитим стеклам тощо).

Ідентифікація з певним місцем не зникає одразу після переїзду. трансформація нового будинку (new house) в старий будинок (old home) відбувається поступово через персоналізацію простору, насичення житла предметами-символами домашнього затишку, пов'язаними із особистісними особливостями. Для більшості людей переселення до нового будинку означає начало нового етапу життя.

Формування та розвиток територіальної ідентичності визначається тим, що місце проживання є не просто місцем життєдіяльності, але й місцем соціалізації. Люди соціалізуються та взаємодіють у своєму локальному середовищі, у селі, місті, або передмісті, і вони будують свої відносини із своїми сусідами.

Список використаних джерел

1. Абрамова Ю. Г. Психология среды: источники и направления развития. *Вопросы психологии*. 1995. № 2. С.130–131.
2. Блинова О. Є. Соціально-психологічні особливості ставлення приймаючої спільноти до вимушених переселенців. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*. 2017. Вип. 3. Том 2. С.136-142.
3. Губеладзе І. Г. Сільська молодь у місті: пошук ідентичності : монографія. К. : Міленіум, 2015. 236 с.
4. Микляева А. В., Румянцева П. В. Городская идентичность жителя современного мегаполиса: ресурс личностного благополучия или зона повышенного риска? СПб., 2011. Режим доступа: http://humanpsy.ru/-miklyaeva/gorodskaya-identichnost
5. Михайлов В. Т., Рунге Й. Идентификации человека. Территориальные общности и социальное пространство: опыт концептуализации. *Социологические исследования*. 2019. № 1. С. 52-62. DOI: 10.31857/S013216250003747-4
6. Шматко Н. А., Качанов Ю. Л. Территориальная идентичность как предмет социологического исследования. *Социологические исследования*. 1998. № 4. С.94-98.
7. Lalli M. Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*. V. 12. № 4. 1992.
8. Valera S., Guardia J. Urban social identity and Sustainability Barcelona’s Olympic Village. *Environment and Behavior*. 2002. V. 34. № 1.