

зрения респондентов, которые также будут подробно описаны. В заключении, можно с уверенностью сказать, что каждое звено системы Человек (водитель) – Техника (автомобиль) – Окружающая среда имеет свою психологическую составляющую. Таким образом, для улучшения безопасного функционирования всей системы необходимо не только знание и понимание психологического аспекта каждого звена системы, но и правильная, направленная, своевременная их корректировка. Данные процессы важны как в направлении нормативно-правовых взаимоотношений, так и в образовательно-просветительных мероприятиях. Для улучшения ситуации необходим комплексный подход, так, особенно важно повышать информированность население и выводить на уровень осознания в данном направлении по каждому из звеньев системы.

Л.В. Плотникова, О.В. Кружкова
РГППУ, Екатеринбург

Корпоративность малых городов как ресурс социализации личности

Общепринятое понимание социализации трактует ее как процесс и результат усвоения человеком социального опыта. Это так же приобщение людей к достижениям человеческой цивилизации, усвоение и воспроизведение людьми культуры. В результате социализации люди становятся образованными и культурными, приобретают знания, способности, умения и навыки, характерные для современного человека и необходимые ему для нормальной жизни в обществе.

Реалии сегодняшнего дня таковы, что процесс социализации в значительной степени зависит от средовых характеристик социума, в частности от специфики территориальных поселений. На сегодняшний день почти половина населения Земли проживает в городах: малых и больших. Особенности строения, культурного контекста существования города, его коммуникации с другими поселениями во многом определяют ресурсы и содержание социализации его жителей и приезжих людей.

Человек может получить от города очень многое, а именно традиции, которые копились и устанавливались из поколения в поколение, образ жизни, поддержку от окружающих. Малый город – это и семейные традиции, исторические познания, своеобразные культурные новообразования, ориентация на экологичность архитектуры (т.е. преобладание небольших, невысоких строений, сообразуемых восприятию человека). В то же время малый город – это достаточно замкнутая социальная система, обладающая специфическими характеристиками, одной из которых является корпоративность его жителей.

Корпоративность – одна из высших форм организации групповых взаимоотношений, это система воззрений, постулирующая интересы группы. По мнению Н.М. Рязанова, современная корпоративность – это совокупность рациональных принципов взаимодействия людей, характеризующих их организацию со стороны эффективности их взаимодополнительности и комплиментарности, приводящих их (людей) к чувству комфорта, защищенности и расширяющихся возможностей (Рязанов, 2000).

Корпоративность является своеобразным аналогом сплоченности, наблюдающейся в малых группах, в то же время первая строится не на наличии большого количества информации о другом, а на «безусловном» доверии. Основой корпоративности являются с одной стороны потребность в принадлежности как обеспечение определенного уровня социальной безопасности, с другой – необходимость в идентификации с другими для формирования адекватного образа Я личности. В этом смысле, город, как большая группа, позволяет полностью удовлетворить обозначенные потребности человека, превращая его в некую составляющую своей полисубъектности. Вместе с тем, нельзя допустить, что он разрушает или нарушает личностные границы человека. Происходит частичный и необходимый обмен между личностью и социумом города.

Условием появления корпоративности может быть некоторая общая для жителей цен-

ность: собственность, чувство сострадания, эстетические предметы и др. Собственность занимает особое положение в сформировавшейся корпоративности. Каждый носитель корпоративности имеет свой индикатор комфорта. В общем плане им является убежденность в наличие расширяющихся возможностей в осуществлении собственных действий. (Рязанов, 2000) Таким образом, одним из основных индикаторов корпоративности является ценностно-ориентационное единство членов группы (жителей города).

В ходе исследования корпоративности малых городов нами были выдвинуты следующие гипотезы:

1) пространственная структура городов может определять корпоративность жителей;

2) корпоративность городов и ее особенности представляют собой особый ресурс для социализации жителей малых городов.

Для проверки выдвинутых гипотез нами было проведено исследование, в котором участвовали жители 5 городов, которые были отобраны из 46 малых городов Свердловской области, как имеющие своеобразие в пространственной структуре, культурно-историческом опыте и географическом положении. В каждом городе было исследовано по 100 человек (50 мужчин и 50 женщин).

Для определения ресурсов социализации проводилось исследование каждого города в целом: его географические особенности, культурно-исторические особенности и экономическое и демографическое состояние.

Нами был проведен корреляционный анализ с учетом следующих показателей: возраст города, численность населения, отдаленность от мегаполиса (Екатеринбурга), протяженность города с севера на юг и с запада на восток, площадь города. В результате были обнаружены несколько тенденций взаимосвязи между географо-демографическими особенностями города и индексами корпоративности жителей, присущими ему:

- положительная корреляционная связь между возрастом города и общим коэффициентом корпоративности (идеальные экспектации

проявления социально-психологических качеств жителей города) – чем старше город, чем «почтительнее» его возраст, тем выше развито чувство единства и корпоративности, жители обладают глубокими знаниями о культуре, истории города. С увеличением возраста города развивается у его жителей чувство гордости, на которое часто указывали коренные жители при проведении методики «Корпоративность городов». Коренные жители в старых городах поддерживают традиции, кроме того, они имеют тесные родственные связи со многими жителями этой ограниченной территории. При многообразии и богатстве традиций, что характерно для городов с большой длительностью существования, приезжие быстрее ориентируются в культурном пространстве, что в целом способствует их более прогрессивной идентификации с населением города;

- положительная корреляционная связь между возрастом города и коэффициентом корпоративности коренных жителей (реальное представление о проявлении социально-психологических качеств жителями города) – коренные жители обладают в реальности высокими познаниями о культуре и истории города, которые с гордостью несут в массы;

- положительная корреляционная связь между топографической площадью города и коэффициентом корпоративности коренных жителей (реальное представление о проявлении социально-психологических качеств жителями города) – чаще всего величина территории застройки зависит от возраста города и высотности его зданий. При этом, чем меньше высотность (что характерно для городов с большим сроком существования), тем выше корпоративность его жителей, поскольку высотная застройка способствует индивидуализации жителей;

- отрицательная корреляционная связь между численностью населения города и коэффициентом корпоративности приезжих (идеальные экспектации проявления социально-психологических качеств жителей города) – чем больше численность населения города,

тем в большей степени затруднена адаптация приезжих, т.к. у них возникает меньше потребностей обратить на себя внимание со стороны коренных жителей, реализовать себя или удовлетворить свои потребности. Отсюда рождается чувство неудовлетворенности городом, ощущение его чуждости. Приезжие не образуют своих диаспор, а оказываются рассеянными по городу, не чувствуют поддержку со стороны других;

- отрицательная корреляционная связь между коэффициентом корпоративности приезжих (идеальные экспектации проявления социально-психологических качеств жителей города) и коэффициентом корпоративности коренных жителей (реальное представление о проявлении социально-психологических качеств жителями города) – чем выше единство коренных жителей, тем меньше в свои ряды и на свою территорию они допускают приезжих. Последние чувствуют себя ненужными, отвергаемыми, дистанцированными от общественной жизни.

Далее мы сопоставили коэффициенты корпоративности жителей городов и пространственные характеристики структуры самих городов:

Артемовский:

- тип среды города – линейно-сетевая с элементами радиальности (радиальность на параллельно-перпендикулярной структуре, протяженной вдоль линии железной дороги);

- общий коэффициент корпоративности – 0,407;

- интерпретация – город обладает смешанной пространственной структурой. Основу его составляет линия железной дороги, вдоль которой с учетом ее изгибов выстраиваются участки радиальной и параллельно-перпендикулярной застройки. Ориентация в городе относительно упрощена, поскольку главным узлом и ориентиром является железнодорожные пути.

Качканар:

- тип среды города – радиально-аморфная (элементы радиальности на хаотичной застройке города);

- общий коэффициент корпоративности – 0,370;

- интерпретация – город не обладает выраженной пространственной структурой. Малое количество улиц, хаотичность их расположения, криволинейность улиц, отсутствие четких «привычных» кварталов домов, неупорядоченность нумерации домов создают большие трудности при ориентации в городе как для приезжих, так и для коренных жителей. Основным ориентиром является пруд и гора Качканар, которые одинаково видны с любого места в городе и еще больше.

Красноуфимск:

- тип среды города – классическая сетевая (параллельно-перпендикулярная сеть);

- общий коэффициент корпоративности – 0,342;

- интерпретация – город имеет четкую параллельно-перпендикулярную структуру, ограниченную двумя препятствиями: с одной стороны полотном железной дороги, с другой – руслом реки Уфа. В тоже время сетка улиц расположена не вдоль линейных границ города, а как бы пересекает их, отчего сеть улиц становится прерывной и путь с севера на юг и с востока на запад не предполагает движение по прямой.

Полевской:

- тип среды города – сетевая разорванная (две относительно автономные территории – районы – с параллельно-перпендикулярной структурой);

- общий коэффициент корпоративности – 0,377;

- интерпретация – территория города разделена на два автономных района. При этом данные районы построены по параллельно-перпендикулярному типу. Районы соединяет один транспортный путь, протяженностью 7 км. Ориентация в городе достаточно упрощена, но передвижение по нему затруднено в силу «разорванности ткани» его застройки.

Туринск:

- тип среды города – линейно-сетевая (параллельно-перпендикулярное строение города, вытянутое по линейному типу);

- общий коэффициент корпоративности – 0,428;

- интерпретация – город имеет классическую параллельно-перпендикулярную структуру, которая наиболее протяженна с севера на юг, чем с запада на восток. Таким образом основу города составляет одна прямая линия, по которой и располагаются основные улицы города. Движение и ориентация по городу упрощены, поскольку могут осуществляться напрямую.

Таким образом, чем проще структура (таким является Туринск), тем быстрее и проще жители идентифицируют себя с городом. Социализация проходит быстро и безболезненно. В городах с радиально аморфной структурой (например, Качканаре) социализация протекает более осложненно.

Стоит отметить, что эти данные не согласуются с исследованием отдельных районов больших городов (мегаполисов). На примере г. Екатеринбурга, было проведено исследование, показавшее, что наибольший коэффициент корпоративности наблюдается в районах с радиальным типом застройки или застройкой, осложняющей ориентировку в пространстве. Это связано с тем, что идентификация жителей районов связано с их отделением от жителей других районов единого мегаполиса, подчеркиванием своей неповторимости и индивидуальности.

В то же время для жителей малых городов данной проблемы дифференциации от других не существует. Здесь, наоборот, чем проще структура города и ориентация в нем, тем выше единство жителей, внутренне чувство схожести и единообразия.

Таким образом, выдвинутые нами гипотезы подтвердились. Город – это не только территориальное образование, а особый социально-психологический феномен. Корпоративность города, как ресурс, безусловно, влияет на социализацию его жителей.

Графический вандализм: рисунки на партах

Актуальность настоящей работы обусловлена, с одной стороны, большим интересом к теме «Вандализм» в современной науке, с другой стороны, ее недостаточной разработанностью. Рассмотрение вопросов связанных с данной тематикой носит как теоретическую, так и практическую значимость. Результаты могут быть использованы для разработки методики анализа «Вандализм». Теоретическое значение изучения проблемы «Вандализм» заключается в том, что избранная для рассмотрения проблематика находится на стыке сразу нескольких научных дисциплин.

В современном англоязычном источнике обращается внимание на правовой аспект вандализма: «Вандализм – тот, кто намеренно или вследствие невежества разрушает собственность, принадлежащую другому лицу или обществу». В таком смысле понятие вандализма стало распространяться на повседневные проявления хулиганства. Оно стало обозначать порчу общественной, частной, коммунальной собственности, поломки оборудования в учебных заведениях, транспорте, нанесение рисунков и надписей на стены и т.п.

Идея о том, что человеческое поведение во многом зависит от особенностей физической среды, лежит в основе подхода, наиболее радикальные представители которого утверждают, что главной и единственной причиной вандализма является неудачный архитектурный дизайн: люди склонны разрушать вещи, которые кажутся им физически или духовно угнетающими. Более умеренные представители данного направления полагают, что не все, но большинство случаев разрушений в той или иной степени объясняются характеристиками природной и искусственной среды. Другие сторонники средового подхода утверждают, что количество совершенных преступлений, и вандализма в частности, зависит от того, насколько искусственная среда обеспечивает реальные возможно-