

## ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ДОМЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ПЕРСОНАЛЬНОГО ОПЫТА<sup>1</sup>

© 2015 г. А. А. Бочавер

*Канд. психол. наук, зав. лабораторией социально-психологических проблем взросления  
центра “Перекресток” ГБОУ ВПО МГППУ, Москва  
e-mail: a-bochaver@yandex.ru*

Описано междисциплинарное исследование субъективного представления о доме как элементе персонального опыта. С опорой на средовой подход и положения о субъективности и социальности конструкта “дом”, современные эмпирические исследования жизненных сред, методологию теории мотивации А. Маслоу, когнитивную теорию метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, а также на анализ эмпирических данных характеризуются четыре компонента представлений о доме, существующие в персональном опыте респондентов и актуализирующие различные категории потребностей. *Универсальный* образ дома составляют основополагающие, ядерные идеи дома – пространства для безопасной жизни и поддержания семьи. *Повседневный* образ дома описывает возможность взаимодействия с близкими людьми и создание комфортной повседневной жизни, отражаясь в субъективном переживании уюта. *Динамический* образ дома задает возможности самоизменения через преобразование домашнего пространства – регуляции эмоционального состояния и когнитивного настроения, обращения к семейной и персональной истории, расширения репертуара привычных видов деятельности, приобретения навыков и реализации возможностей. *Образ будущего дома* – это прагматическое представление о наиболее комфортной физической среде для реализации собственного образа жизни. Все компоненты обладают психотерапевтическим потенциалом, который может актуализироваться на разных этапах онтогенеза и в различных ситуациях. Исследования психологии дома перспективны с точки зрения практической психологии, психологии среды и психологии личности.

*Ключевые слова:* дом, психология дома, психология среды, субъективные представления о доме.

Жилище представляет собой одну из универсальных категорий человеческого опыта, важнейший источник ощущения безопасности, фон, на котором формируется или не формируется базовое доверие человека к миру. Дом опосредует решение задач, связанных с интересами обитателей, их статусом, отношениями, в том числе семейными, представлениями об эстетике, составом семьи. Дом наделяется обитателем субъективными смыслами, которые вносят даже больший, чем объективные характеристики жилища, вклад в то, хочется ли человеку туда возвращаться или бежать из него, является ли дом источником сил, целостности и вдохновения или, наоборот, истощает и лишает гармонии. Психологических исследований о смысле жилища для его обитателей немного, несмотря на их несомненную актуальность и практическую значимость. Это пограничная область между психологией среды, психологией личности, дизайном и архитектурой.

Большинство исследований психологии дома осуществляются в рамках психологии среды (*environmental psychology*) и направлены на изучение взаимосвязей между объективными средовыми характеристиками и субъективными переживаниями этих сред. Изучение психологии дома вносит вклад в развитие знаний о личной и групповой идентичности, самоактуализации и личностной эффективности, функционировании семьи, индивидуальных различиях, образе и стиле жизни человека и др. Прикладное значение этих работ чрезвычайно многообразно: их результаты могут быть применены в психотерапии, социальной работе, архитектуре, эргономике, экологии.

Наиболее значимыми конструктами в области эмоциональных отношений человека со средой являются *привязанность к месту (place attachment)*, *чувство места (sense of place)*, *идентификация с местом (place identity)* и *зависимость от места (place dependence)* [20]. В общем виде привязанность к месту определяется как эмоциональное отношение, возникающее у человека к месту его

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского научного фонда (проект № 14-18-02163).

обитания [17]; она конструируется в процессе взаимодействия человека с местом и задана, в первую очередь, не территориальными свойствами, а личностными смыслами места и их вкладом в личностную или групповую идентичность [25]. Привязанность имеет два полюса – положительный (стремление к нахождению в определенном месте) и отрицательный (стремление к избеганию определенного места); возможно, что конкретное место привязанности у человека отсутствует. Основные подходы к изучению привязанности к месту включают в себя социально-культурный и биофизический аспекты и их интеграцию [14]. Например, модель П. Густафсона включает в себя три полюса: Я (личностные смыслы места, ассоциации места с личной историей, идентичностью, жизненным путем); Другие (социальные связи, социальные нормы в отношении места); Среда (физические параметры среды, их вклад в развитие привязанности) [21]. Другие модели включают в себя факторы идентификации с местом, зависимости от места, связи с природой, социальных связей и др.; также авторы дополняют определение привязанности к месту аспектами эмоциональной привязанности, привычности проживания в определенном месте, принадлежности к социальной группе, укорененности [25]. Таким образом, место из территориального объекта превращается в субъективный и социальный конструкт.

*Зависимость от места* определяется как воспринимаемая сила связи между личностью и определенным местом. *Идентификация с местом* – это те характеристики Я, которые развиваются во взаимосвязи со средой. *Чувство места* является более распространенным конструктом, который обозначает результат взаимодействия личности с местом, процесс переживания, запущенный условиями среды, в сочетании с тем, что личность сама привносит в среду [23]. Иногда для обозначения положительной коннотации привязанности к месту используется гибридное понятие *чувство дома*. Географ *Yi-Fu Tuan*, чтобы описать аффективную связь между людьми и местами, вводит термин *топофилия* [27].

*L. Manzo* подчеркивает неопределенность связей между ключевыми конструктами в исследованиях психологии среды: некоторые исследователи рассматривают чувство места, зависимость от него и идентификацию с ним как разновидности привязанности к месту; другие считают, что чувство места – понятие более широкое, чем привязанность к месту; третьи полагают, что привязанность к месту связана с его оценкой, а идентификация с местом определяется тем,

как оно формирует идентичность. Ее критика эмпирических исследований дома состоит в том, что в основном они сфокусированы на условиях проживания и позитивных эмоциях и игнорируют политические акценты в рассмотрении индивидуального опыта. Для преодоления этих ограничений она предлагает дополнить модель представлениями о том, что отношения человека к местам включают в себя множество различных эмоций и физических параметров; что они динамичны, изменчивы и, следовательно, могут становиться осознанным процессом, в котором человек предстает активным субъектом; и, наконец, что эмоции людей в отношении мест существуют в насыщенном социополитическом контексте [23].

*G. Rose* отмечает, что, хотя чувство места у человека может быть чрезвычайно персональным, оно в большой степени формируется социальными, культурными и экономическими условиями, в которых он находится. Отмечая, что у мест нет значений помимо тех, которыми их наделяет человек, она выделяет три подхода к пониманию природы чувства места у человека: а) чувство места как естественное, связанное с территориальным инстинктом или инстинктом выживания; б) как результат процесса осмысления человеком собственной жизни, культурной интерпретации окружающего мира; в) как часть политики идентичности, определения себя через оппозицию с Другим [26]. В некоторых случаях для первого пункта используется термин “укорененность” (*rootedness*) – это неотрефлексированное знание, связанное с долговременным проживанием в месте, в то время как второй и третий пункты подразумевают осознанное усилие [28]. Аспект понимания чувства места, связанный с различением своего и чужого, характеризуется исследователями как основанный на идеализации своего места и своей группы и таящий угрозу агрессивности, противопоставления и выработки негативных стереотипов относительно Других [18]. Идея различения развивается, в частности, в описании “насыщенных” (*thick*) мест (своих, где есть укорененность, связи, контекст) и “обедненных” (*thinned out*; чуждых, субъективно лишенных истории). Как пишет *D. Harvey*, в эпоху глобализации, высокой мобильности и “повсеместности обедненных мест” человек ответствен за самостоятельное создание своего “чувства места” [22].

*Yi-Fu Tuan* говорит о двух полюсах стремлений, свойственных человеку: *очаг* (привычный, локальный, родной, надежный, доступный в ощущениях) и *космос* (неизвестный, огромный,

абстрактный, безличный, доступный только опосредованно). Они отражают двойственную природу человека: тело, стремящееся к очагу и безопасности, и разум, стремящийся в космос к приключениям. “Идентичность очага” – не результат личностных усилий, а скорее дар родства, соседства и материальных предметов, созданных предками. “Идентичность космоса”, наоборот, требует усилий индивида или группы и не гарантирует результата [29]. Это не значит, что чем сильнее личность (*self*), тем меньше она нуждается в очаге: часть сил она обретает через исследования космоса, но для получения других сил требуется очаг. Как пишет *H. Easthope*, “чем больше мы полагаемся на космос в нашем развитии, тем сильнее тянемся к очагу” [18, с. 133]. Отсюда вытекает идея о том, что дом обладает психотерапевтическим потенциалом – как альтернатива развитию, непривязанности и гибкости в адаптации к разным контекстам, которых требует от человека современное устройство общества. Происходит “челночное” движение между полюсом космоса и полюсом дома. Таким образом, идея дома актуальна всегда: явно – в периоды стабильности и неявно – в период приключений.

Исследователи подчеркивают, что места и дома обладают смыслообразующей силой. “Места конструируют дважды: большую часть строят или иным образом физически создают. Также их интерпретируют, о них рассказывают, их воспринимают, чувствуют, понимают и воображают” [19, с. 465]. С развитием исследований миграций конвенциональное понимание дома как стабильного и зафиксированного в пространстве сменяется вопросом о нелинейности связи между принадлежностью и положением в пространстве [16]. Как сложный и многомерный географический концепт дом – это не только место, где мы живем, но и идея, образ, наполненный чувствами, культурными значениями и связями между ними, и через это создающий основу для идентичности [30].

Исследования в рамках психологии среды, в частности, изучение домашней среды, в России сейчас находятся на этапе становления. Изучаются психологическое пространство личности [8–10] и семьи [12], модели привязанности к месту [14], потенциал физической среды в поддержании и развитии психологического благополучия человека, в образовании [11]. Рассматривается роль дружелюбности среды в контексте инклюзивного образования [3] и возрастного развития [2]; изучается мотивация формирования/избегания привязанности к жилой среде [15]. Важнейшими с точки зрения прикладного значе-

ния представляются исследования соответствия характеристик домашней среды индивидуально-личностным характеристикам ее обитателя, ее дружелюбности, возможности удовлетворения потребностей (в безопасности, приватности, сенсорной стимуляции и пр.). В процессе подготовки опросника “Функциональность домашней среды” были идентифицированы потребности в двигательной активности, отдыхе, поддержании социальных контактов, моделировании и преобразовании жилого пространства, поддержании уверенности в себе, надежности и чувства безопасности, возможности побыть в одиночестве, размещении собственных вещей и наличии собственной территории [13].

Подводя итог, можно сказать, что дом является не просто физическим укрытием для человека, а сложным феноменом, вносящим свой вклад в физическое и психологическое благополучие обитателя, в его отношения, развитие идентичности и др. Полифункциональность дома отвечает множественности потребностей человека, скрытых за его необходимостью иметь жилье. Дом является средой развития в детстве и источником сравнений и интерпретаций, содержанием воспоминаний во взрослом возрасте, это одна из наиболее фундаментальных общечеловеческих категорий опыта.

В рамках нашей работы исследовалось, каким образом респонденты осмысливают категорию дома, опираясь на свой персональный опыт, и какие компоненты входят в их субъективное представление о доме.

*Теоретическая гипотеза* данного исследования: представления о доме имеют неоднородную структуру, содержание компонентов которой определяется разными доминирующими потребностями.

*Целью* данной работы является выявление структуры субъективного представления человека о доме.

*Исследовательская гипотеза*: в структуру представлений о доме входят компоненты, отражающие характеристики дома как идеи, как повседневной среды, как инструмента саморазвития и как пространства для реализации образа жизни.

## МЕТОДИКА

*Участники исследования.* 66 респондентов (5 мужчин и 61 женщина в возрасте 18–59 лет, средний возраст 29 лет, медиана 31 год), отве-

чавшие на открытые вопросы, касающиеся их представлений о доме, частично очно, частично посредством опроса в сети Интернет.

*Методика* состояла из анкеты, включавшей в себя следующие вопросы:

1. Опишите, пожалуйста, свой дом с помощью 10 определений.
2. Что обязательно должно быть в доме?
3. В чем смысл дома?
4. Как дом меняет своих обитателей?
5. На что люди ориентируются, выбирая себе новое жилье?
6. Что происходит с людьми, лишенными дома?
7. Можно ли что-то изменить в себе, меняя что-то в доме? Что именно?
- 7\*. Как вам кажется, благодаря чему это происходит?
8. С чем бы вы могли сравнить свой дом?

Ответы на вопросы подвергались контент-анализу. В качестве категорий анализа для всех вопросов, кроме 7\*, были использованы семь категорий потребностей, предложенных А. Маслоу [7]: физиологические потребности (голод, жажда, сексуальная потребность, потребность в сне, тепле и т.п.), потребность в безопасности (в защите, безопасности, стабильности, порядке, ограничениях, правилах, законе), потребности в принадлежности и любви (в социальной группе, друзьях, любви, чувстве корней, “чувстве дома”), потребности в признании (в достижениях, стремлениях, желаниях; в репутации, престиже, уважении), потребности в познании и понимании (любопытство; потребности в новом знании, информационных стимулах, обучении), эстетические потребности (в красоте, завершенности, симметрии), потребность в самоактуализации (самовыражении, реализации способностей и потенциалов, идентичности). Классификация А. Маслоу была выбрана по причине ее универсальности, позволяющей обсуждать широкий спектр потребностей применительно к одному предмету – дому, в отличие от других классификаций, где потребности обсуждаются преимущественно в социальном либо поведенческом контексте. Предполагается, что, отвечая на вопросы, респонденты актуализировали субъективно значимые для них элементы опыта, т.е. характеризуются либо успешным удовлетворением, либо фрустрацией потребностей; это специально оговаривалось в инструкции для экспертов.

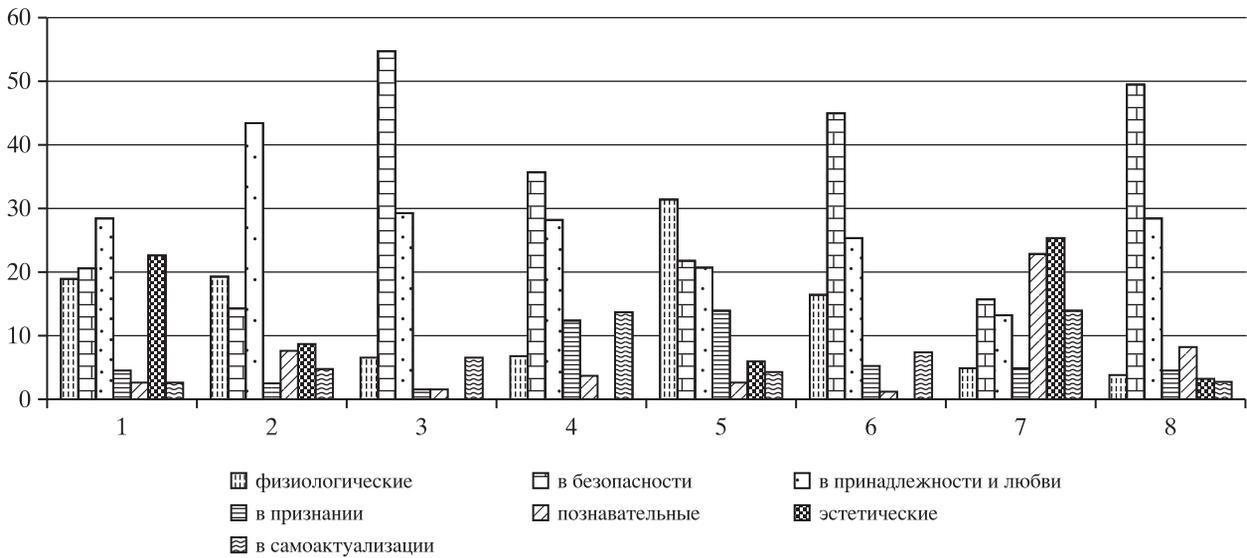
Три эксперта с высшим психологическим образованием независимо осуществляли контент-анализ. Согласованность мнений экспертов оценивалась попарно с помощью вычисления Майлса и Хубермана (число соответствий, поделенное на сумму соответствий и несоответствий), составившее 0.47, 0.48 и 0.49 [24], а также расчета коэффициента парной согласованности каппа для ситуации разбиения данных по неупорядоченным категориям [4], который оказался равен 0.328, 0.337 и 0.346 с уровнем значимости  $p < 0.001$  для каждой пары. Эти показатели указывают на удовлетворительную и высокодостоверную согласованность мнений экспертов, что соответствует сложности анализируемого материала и адекватности множественной интерпретации некоторых ответов. В приведенных ниже расчетах учтены все экспертные мнения.

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Было собрано 1120 единиц анализа (из них 741 уникальных и 379 повторов), состоявших из одного слова, нескольких слов, фразы или нескольких фраз.

Результаты контент-анализа отражены на гистограмме (рис. 1), характеризующей распределение частот ответов каждой категории по вопросам. С точки зрения сходства доминирующих показателей (поскольку именно они характеризуют основное содержание ответов) заметны 4 паттерна: вопросы 3, 4, 6, 8 (пики по потребностям в безопасности и в принадлежности и любви); вопросы 1 и 2 (пик по потребности в принадлежности и любви, далее – физиологические потребности, эстетические и потребность в безопасности); вопрос 5 (преобладают физиологические потребности); вопрос 7 (доминируют познавательные и эстетические потребности). Для проверки сходства частоты встречаемости категорий доминирующих потребностей по вопросам был использован критерий Фишера.

**Вопросы 3, 4, 6, 8.** По частоте встречаемости категории *потребности в безопасности* подтверждено отсутствие различий между вопросами 3 и 6, 3 и 8, 6 и 8 (соответственно,  $\phi = 0.967$ ;  $0.977$ ;  $0.928$ ;  $p = 0.01$ ); для вопросов 4 и 6 не подтверждено различие (значение  $\phi = 1.742$  попадает в зону неопределенности). По частоте встречаемости категории *потребности в принадлежности и любви* подтверждено отсутствие различий между вопросами 3 и 4, 3 и 6, 3 и 8, 4 и 6, 6 и 8, 4 и 8 (соответственно,  $\phi = 0.227$ ;  $1.197$ ;  $0.215$ ;  $0.618$ ;  $0.657$ ;  $0.019$ ;  $p = 0.01$ ). Таким обра-



**Рис. 1.** Распределение частот потребностей в ответах на каждый вопрос (в %; 100% – все экспертные оценки ответов на отдельный вопрос).

зом, правомерно говорить о сходстве ответов на данные вопросы по доминирующим показателям и объединять их как характеризующие один компонент представлений о доме. Содержательно в нем акцентируются фундаментальные, универсальные свойства дома как пространства для защиты семьи, и ниже мы будем рассматривать этот компонент как *универсальный образ дома*.

**Вопросы 1, 2.** Подтверждено отсутствие различий между вопросами 1 и 2 по частоте встречаемости одной из ведущих категорий – *физиологических потребностей* ( $\phi = 0.134, p = 0.01$ ); различия по категории *потребности в безопасности* не подтверждены (значение  $\phi=2.276$  попадает в зону неопределенности). Частота встречаемости категории *потребности в принадлежности и любви* различается ( $\phi = 4.177, p = 0.01$ ), однако по обоим вопросам эта категория демонстрирует наибольшие значения; нет различия в частоте встречаемости, соответственно, *потребностей в признании* и *в самоактуализации* ( $\phi = 1.406; 1.621, p = 0.01$ ). Можно говорить о частичном сходстве распределений категорий в ответах на эти вопросы. Мы объединим их в группу, характеризующую отдельный компонент представлений о доме, включающий в себя обыденные впечатления, и ниже рассмотрим их сходства и различия в рамках *повседневного образа дома*.

**Вопрос 7.** Частота встречаемости доминирующей категории эстетических потребностей (отсутствующей в ответах на вопросы 3, 4, 6) отличается от ответов на вопросы 2, 5, 8 ( $\phi = 4.331; 5.311; 6.409, p = 0.01$ ); совпадает с ответами на

вопрос 1 ( $\phi = 0.731, p = 0.01$ ), однако в вопросе 1 доминирует потребность в принадлежности и любви, частота встречаемости которой между вопросами 1 и 7 различается ( $\phi = 4.732, p = 0.01$ ). Конфигурация уникальна и рассматривается ниже как компонент представлений, характеризующий возможности дома для самоизменения и саморазвития обитателя (*динамический образ дома*).

**Вопрос 5.** Доминирование категории физиологических потребностей и отличие в частоте ее встречаемости от вопросов 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8 ( $\phi = 3.775; 2.734; 6.539; 6.184; 3.446; 6.996; 7.657; p = 0.01$ ) делает конфигурацию распределения ответов на этот вопрос уникальной и характеризует четвертый компонент представлений о доме, содержащий преимущественно рациональную картину желаемой домашней среды, гипотетически удовлетворяющей основные потребности; обсуждается ниже как *образ будущего дома*.

Таким образом, статистически подтверждена неоднородность основанного на персональном опыте представления человека о доме и доказано существование как минимум четырех ее компонентов. Это согласуется с представлениями о полифункциональности феномена дома, о сложности дома как психологического конструкта и о значительных психотерапевтических возможностях дома как изменяемого пространства, потенциально отвечающего многим потребностям обитателя. Мы не можем пока утверждать, что эти компоненты иерархически организованы, не можем говорить об их равнозначности, однако можем предполагать, что в разных ситуациях

их удельный вес различается, и в зависимости от контекста одни компоненты становятся более субъективно значимыми, осмысленными, яркими, чем другие.

### Универсальный образ дома

Этот компонент характеризует универсальную суть дома как безопасного пространства для поддержания семейных отношений (рис. 2).

Поддержание ощущения безопасности – ключевая задача дома. Необходимость в безопасности жилища может показаться архаичной, однако это не так. Современные городские жители испытывают огромную потребность в безопасности, которую стремятся утолить дома: *“Мой дом – моя крепость. Именно дома человек может расслабиться после выматывающего трудового дня”*; *“смысл дома – дарить тепло, уют, защищать”*. Вторая доминанта универсального образа дома – потребность в принадлежности и любви. Дом – пространство поддержания привязанностей, близких отношений, референтной группы. Дом становится домом благодаря его обитателям, и его потеря ударяет по отношениям человека, его уверенности в себе, чувству принадлежности, получению социальной поддержки. Смысл дома – *“быть собственным местом семьи, в котором хорошо всем ее членам”*; *“свое место, где ... ты окружен любовью”*; *“зреть своих питомцев”*. Влияние дома на обитателей выражается в повышении переживаний ощущений безопасности и принадлежности: обитатели

*становятся ближе друг другу; успокаиваются, расслабляются.*

Дом для многих людей является неотрerefлексированной данностью; ситуация потери дома вынуждает осознать ценность собственного жилища. Ответы респондентов показывают, что дом обеспечивает не только физическую безопасность владельца, но и его личностную целостность, способности к долговременному планированию, прогнозированию и целеполаганию, устойчивость социальных связей. Люди, лишившиеся дома, *“становятся одинокими, одиачальми. Постоянно приходится рассчитывать только на себя”*; *“теряют чувства ответственности, сопричастности, родства. Живут сегодняшним днем, не строят планов”*. Такие представления согласуются с эмпирическими исследованиями людей, потерявших дом. Е.А. Коваленко вводит метафору воронки бездомности, описывая последовательную утрату возможностей как сужение воронки: каждый следующий этап повышает риск человека остаться в статусе бездомного навсегда. За потерей права на жилье следуют потеря регистрации, потеря постоянной работы и сложности с последующим трудоустройством, риск невозможности снимать жилье, ухудшение здоровья и недоступность медицинской помощи, утрата паспорта, приводящая к утрате возможности получения любых государственных услуг. Длительное ухудшение условий жизни ведет к снижению уровня социальных потребностей и формированию установки на выживание – *“жить сегодняшним днем”*. Отсутствие возможности соблюдения

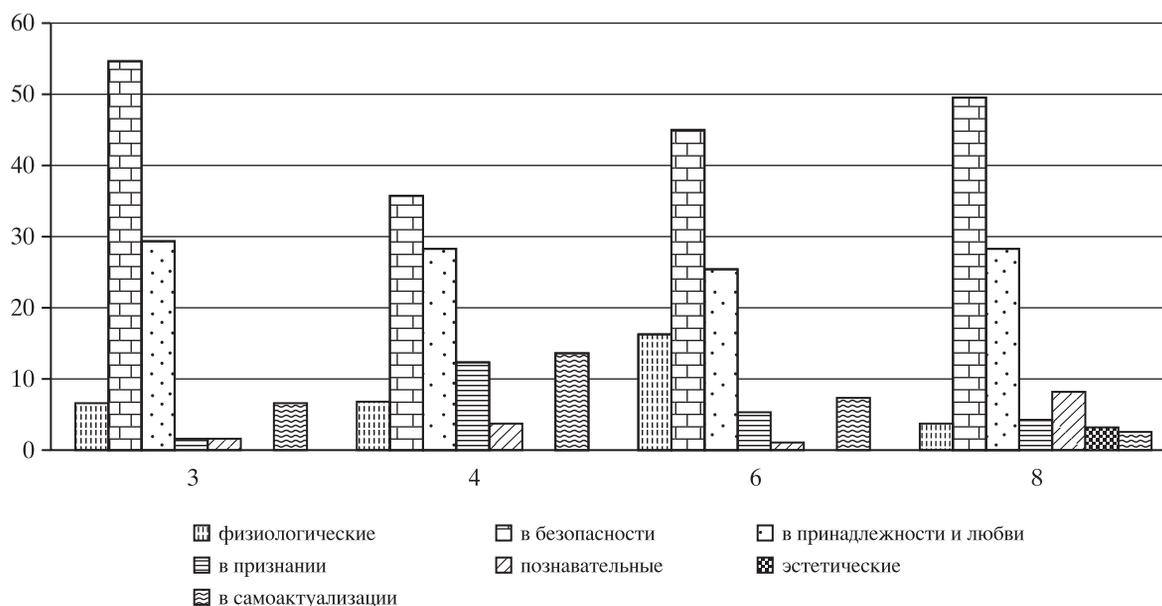
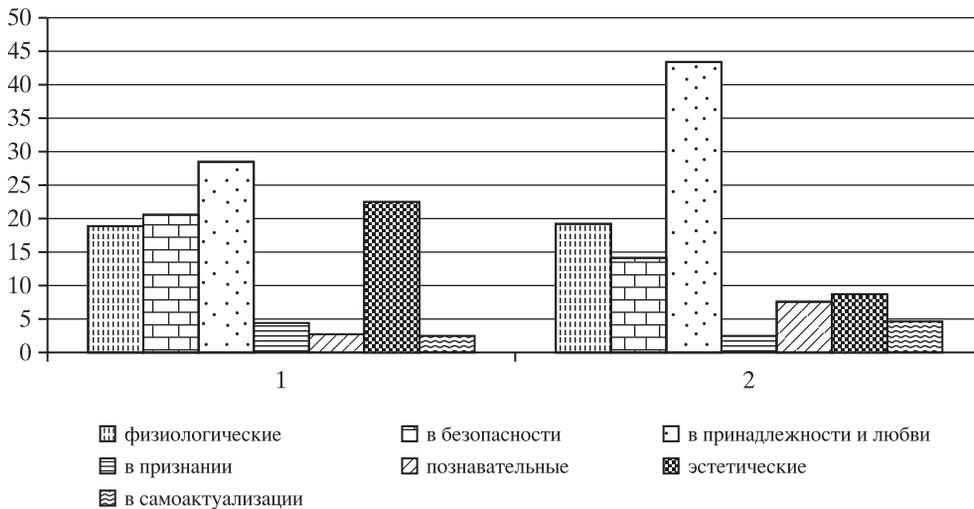


Рис. 2. Распределение частот потребностей в ответах на вопросы (в %; 100% – все ответы на отдельный вопрос).



**Рис. 3.** Распределение частот потребностей в ответах на каждый вопрос (в %; 100% – все экспертные оценки ответов на отдельный вопрос).

личной гигиены практически исключает общение бездомных с другими людьми и способствует развитию болезней и инфекций, окончательно лишая людей шансов на возвращение к стабильной жизни [5]. Безопасность, связанная с наличием дома в современных условиях, состоит в устойчивости социальных связей, возможностях долговременного планирования, стабильной работы и отдыха, использования медицинских услуг, социальной защищенности.

Подбирая сравнение для дома, респонденты в основном продублировали идею жилища: *гнездо, хоббичья нора, пещера, нора, раковина, кухня, где мы собираемся все вместе*. Согласно когнитивной теории метафоры [6], вместилище – один из основополагающих концептов в человеческом мышлении, используемый для объяснения элементов опыта и жизненного пути в целом [1], а дом – важнейшее вместилище в человеческой жизни, для него сложно подобрать метафору, зато он часто используется в качестве источника метафоры для объяснения других явлений. В основном, в сравнениях воспроизводятся те же фундаментальные задачи дома – безопасность и поддержание семьи. Можно сказать, что дом в общем виде тяготеет к тому, чтобы быть сказуемым, а не подлежащим. “Нора – дом”, “автобус – не дом” – легко достижимые конструкции; определение “дом – это...” – вызывает сложности. Можно сводить другие понятия к понятию дома, но оно само лежит в слишком глубоких пластах опыта, чтобы его легко можно было свести к чему-то еще.

Сводимый к двум смыслообразующим аспектам жилища – безопасности и семье, универсальный образ дома напоминает архетипический дом,

являющийся во снах, мечтах и произведениях искусства. Он может служить психотерапевтическим ресурсом в условиях отъезда и тоски по дому (командировка, армейская служба, работа вахтовым методом и т.п.), когда идеи безопасности и объединения семьи позволяют хотя бы отчасти компенсировать переживаемые в настоящем небезопасность и одиночество.

### Повседневный образ дома

Распределение ответов с описанием дома и его необходимых атрибутов по категориям отражено на рис. 3. В этих ответах можно предположить большую “заземленность” и связь с повседневным опытом по сравнению с универсальным образом дома.

Наиболее актуальна потребность в принадлежности и любви: респонденты описывают свой дом как *гостеприимный* (15 упоминаний), *добрый, ждущий, с любимыми людьми, родной*, в нем обязательно должны быть *близкие люди, дети, счастливая семья, домашние животные*. Важность комфорта и личного пространства отражаются через акцентирование физиологических потребностей (в доме обязательно должны быть *еда и кровать, горячая вода, еда, свет, тепло, окна, стол, стул, место для сна*). Потребность в безопасности представлена в ответах на эти вопросы прямолинейно: дом *безопасный* (11 упоминаний), *надежный* (11), *спокойный* (10), *дающий защиту* (9); также присутствуют характеристики *незащищенный, непостоянный, тревожный*. В определениях дома встречаются сочетания потребностей: чаще всего, это оценка удовлетворения физиологических

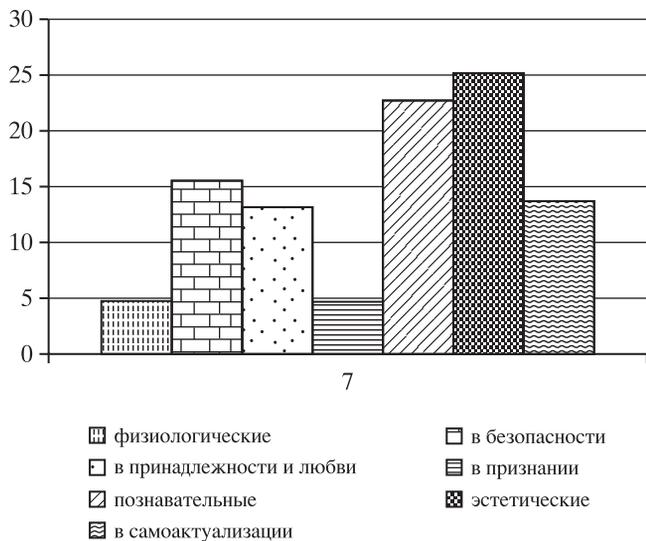


Рис. 4. Распределение частот потребностей в ответах на вопрос (в %; 100% – все экспертные оценки ответов на отдельный вопрос).

потребностей либо через эстетические категории (*маленький, низкий, полон воздуха, с приятным запахом, чистый* – встречается 17 раз, *теплый* – 44 раза, *уютный* – 52 раза), либо через аспект отношений (*дома вкусная еда*). В вопросе 2 необходимое “кристаллизировано” и практически однозначно, а в вопросе 1 оно опосредовано реальным опытом, социальным контекстом, персональными предпочтениями. Это видно по показателю эстетических потребностей на рис. 3: красота редко воспринимается как теоретически необходимая (вопрос 2), однако в описании дома из реального опыта (вопрос 1) эстетические критерии имеют огромное значение (определение *красивый* встречается 13 раз), следуя за потребностью в близких отношениях и влияя на удовлетворенность других потребностей.

Повседневный образ дома включает в себя ценность и реальность отношений, которые вкупе с эстетическими представлениями во многом обуславливают воспринимаемую степень безопасности и физиологической удовлетворенности (важных, но не самодостаточных). Судя по всему, именно для этого компонента актуальны конструкты “атмосфера” и “уют”: это сочетания качества отношений, персональных предпочтений и удовлетворенности базовых потребностей обитателей, которые детерминируют наличие или отсутствие желания находиться в доме и возвращаться в него. Позитивный повседневный образ дома может служить “противоядием” от влияния негативных сред – нелюбимой работы или негативной социальной ситуации.

## Динамический образ дома

Описания возможностей изменить что-то в себе, меняя что-то в доме, содержат уникальную композицию с доминированием эстетических и познавательных потребностей (рис. 4).

В универсальном и обыденном образах дома познание и самоактуализация почти не присутствуют, но, обсуждая предполагаемый потенциал дома с точки зрения его психотерапевтических ресурсов, респонденты говорят о высокой перспективности преобразования домашнего пространства для удовлетворения потребностей в обучении, новом знании, красоте, реализации способностей и возможностей. Встречается много сложных ответов с сочетанием потребностей, где речь идет об изменениях настроения, состояния, привычек, отношений с прошлым, развитии навыков: *“Можно купить прозрачные шторы, просыпаться от лучей солнца и радоваться каждому дню; можно смазать скрипучие петли и перестать раздражаться”*; *“Вынести старый хлам или определенные предметы – расстаться с прошлым”*; *“имея кухню, больше времени проводить времени дома, ... поощрить свое стремление к искусству, поставив мольберт”*.

При анализе ответов на вопрос 7\* были выявлены следующие идеи о том, как устроен процесс изменения себя посредством изменения дома (целиком эмпирически, по сходству).

– Дом – метафора, отражение внутреннего мира человека, преобразование одного неизбежно порождает изменение в другом. *“Мы – то, что мы едим, мы – то, в чем живем”*; *“Мы ухаживаем и заботимся о доме, он дарит нам атмосферу покоя и уюта”*.

– Дом – хранитель и свидетель истории; избавление от старых вещей ассоциируется с началом новой жизни. *“В вещах иногда хранится память о событиях и людях”*; *“На место старых вещей всегда приходят новые, неся в себе новый смысл, новые ощущения. Всегда, что бы что-то изменить, обновить, нужно избавиться от старого”*.

– Задача дома – обеспечивать определенное настроение, состояние; если этого не происходит, следует что-то поменять. *«Находясь в условиях, которые нам приятны, мы раскрепощаемся, чувствуем себя свободно, тем самым место “лечит” нас, дает нам все необходимое»*. *“Человек получает полноценное восстановление утраченной за день на работе энергии”*.

– Среда предоставляет возможности, благодаря которым человек развивается. *“Предметы дают*

возможности”; “Человек способен раскрываться при создании соответствующих условий”. В частности, сама необходимость ведения хозяйства стимулирует “выработку определенных качеств для ухода за домом”, личные изменения происходят “благодаря физическому и моральному труду, вложенному в изменение дома”.

– Изменения могут быть связаны не с домом, а с гибкой природой человека: “Благодаря тому, что человек приспосабливается к среде, в которой живет, то есть он перестраивается под то или иное изменение в доме”.

Динамический образ дома характеризует спектр возможностей обитателя для расслабления и успокоения, сосредоточения и упорядочения, сохранения или прерывания контакта с семейной и персональной историей, расширения репертуара привычных видов деятельности, приобретения новых навыков и реализации скрытых возможностей. Он может служить важнейшим источником стихийной психологической помощи как при личностных кризисах – позволяя изменить обстановку, отдалиться от прошлого, дать пространство новому, так и при внешних переменах – давая ощущение опоры, стабильности, неизменности в меняющемся мире.

### Образ будущего дома

Четвертый компонент представлений о доме обнаруживает себя при осмыслении опыта приобретения жилья (рис. 5).

Для выбора будущего жилья наиболее весомы потребности, далекие от самоактуализации. Это может указывать на альтруистические установки выбирающего: в первую очередь, жилище должно быть физически комфортным, безопасным и способствовать поддержанию близких отношений, а самоактуализация возможна в любых условиях. С другой стороны, здесь может скрываться потенциальное разочарование от того, что человек приобрел жилье, подходящее его близким, но не ему самому.

В ответах преобладают объективные и слабо регулируемые характеристики жилья (“месторасположение, планировка, уровень комфорта, цена”), часто в сочетании с персональными предпочтениями, где наиболее универсальным конструктом является “комфорт” (“ориентируюсь на комфорт и окружение. Поближе к природе, дальше от дорог и соседей”). Преимущественно речь идет об образе жизни и его “проекции” на физическое пространство: “Наверное, самое главное, чтобы новый дом подходил жизненной ситуации

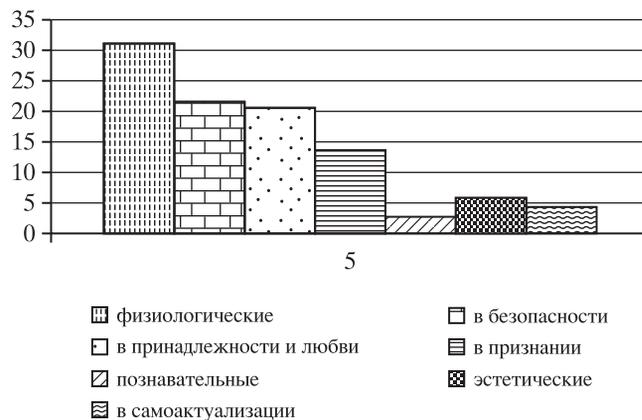


Рис. 5. Распределение частот потребностей в ответах на вопрос (в %; 100% – все экспертные оценки ответов на отдельный вопрос).

каждой семьи и, в идеале, каждого человека в семье. Выбирая дом, всегда приходится ранжировать задачи и приоритеты. Вряд ли можно удачно купить жилье, не задумавшись о том, что важнее – быть близко от родителей, иметь рядом хорошую школу или быстро добираться до работы”. Описания прагматичны и свободны от эмоций. Приобретаемый дом – это еще не жилье, а семейный и организационный проект, финансовое вложение. Интегрировать туда ценности – задача другого этапа. Однако размышления о будущем, другом доме могут стать инструментом самопомощи, поддержания надежды при переживании острых фрустраций в настоящем моменте, связанных с нарушениями личного пространства, перенаселенностью жилища, неблагополучными физическими условиями проживания и связанным с ними низким качеством общения и отношений между обитателями.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, основанные на персональном опыте представления о доме обладают неоднородной структурой и включают, по меньшей мере, четыре компонента, имеющие содержательные различия. Универсальный образ дома представлен основополагающей идеей дома как безопасного пространства для семьи – она над-опытна и восходит к общему для живых существ “чувству гнезда”. Универсальный образ дома может быть особенно эффективным ресурсом стихийной психотерапии в ситуациях оторванности от дома или его отсутствия вообще. Повседневный образ дома акцентирует близкие отношения, которые вкупе с персональными предпочтениями задают оценку удовлетворенности базовых потребно-

стей, позволяя возникнуть такому феномену, как “уют”. Неосознаваемая связь между качеством отношений и субъективно переживаемым благополучием на территории дома может приводить к конфликтам из-за личной территории, побегам из дому, тяге к перемене мест; осознание таких связей открывает перспективу для системных изменений в семье обитателей и повышению качества жизни. Дом как источник ощущений эмоционального тепла и поддержки может служить защитой от негативных влияний других сред. *Динамический образ дома* характеризует широкий спектр возможностей саморегуляции и саморазвития человека через преобразование домашнего пространства. Динамический образ – это пластичный ресурс самоподдержки человека; он может использоваться как в ситуациях личностных изменений, позволяя преобразовать и обновить среду, так и в условиях внешних кризисов, позволяя использовать дом как место, приносящее спокойствие и безопасность. *Образ будущего дома* представляет собой прагматическое представление о комфортной среде для реализации определенного образа жизни, акцентирующее в качестве наиболее значимых недостаточно удовлетворенные или ненасыщаемые потребности человека. Образ дома в будущем может поддерживать человека в условиях каждодневной фрустрации базовых потребностей.

Полифункциональная представленность дома в персональном опыте делает чрезвычайно интересным дальнейшее исследование психотерапевтических возможностей домашнего пространства. Поскольку за компонентами представлений о доме стоят разного рода – универсальные, ситуативные, компенсаторные – ресурсы, позволяющие человеку справляться с различными нарушениями укорененности, представляется важным изучить взаимное соотношение и организацию этих компонентов, их динамику в онтогенезе, связь с биографическими событиями и особенностями личности. Полученные результаты свидетельствуют о перспективности психологии дома как направления, объединяющего персонологию, психологию среды и практическую психологию.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бочавер А.А.* Метафора как способ внутренней репрезентации жизненного пути личности: Автореферат дисс. ... канд. психол. наук. М., 2010.
2. *Дмитриева Н.С.* Модель жизненного пространства у подростков: предпосылки и направления исследования // Актуальные проблемы психологического знания. 2013. № 3. С. 90–98.
3. *Дмитриева Н.С., Нартова-Бочавер С.К.* Возможности физической среды в условиях инклюзивного образования // Психологическая наука и образование. 2014. Т. 19. № 1. С.74–81.
4. *Заславский А.А., Пригарина Т.А.* Оценка согласованности субъективных классификаций при заданных классах // Социология: методология, методы, математические модели. 1994. № 3–4. С. 84–109.
5. *Коваленко Е.А.* Воронка бездомности и ограничение потенциальных возможностей // Журн. исследований социальной политики. 2010. Т. 8. № 4. С. 519–536.
6. *Лакофф Дж., Джонсон М.* Метафоры, которыми мы живем. М.: УРСС, 1982.
7. *Маслоу А.Г.* Мотивация и личность. СПб.: Питер, 2014.
8. *Нартова-Бочавер С.К.* Понятие “психологическое пространство личности”: обоснование и прикладное значение // Психол. журн. 2003. Т. 24. № 6. С. 27–36.
9. *Нартова-Бочавер С.К.* Психологическое пространство личности. М.: Прометей, 2005.
10. *Нартова-Бочавер С.К.* Теория приватности как направление зарубежной психологии // Психол. журн. 2006. Т. 27. № 5. С. 28–39.
11. *Нартова-Бочавер С.К.* Физическая школьная среда как предиктор здоровья и благополучия субъектов образовательного процесса (обзор зарубежных исследований) // Клиническая и специальная психология. 2012. № 1. С. 39–50.
12. *Нартова-Бочавер С.К., Бочавер К.А., Бочавер С.Ю.* Жизненное пространство семьи: объединение и разделение. М.: Генезис, 2011.
13. *Нартова-Бочавер С.К., Дмитриева Н.С., Резниченко С.И., Кузнецова В.Б., Брагинцев Е.И.* Метод оценки дружелюбности жилища: опросник “Функциональность домашней среды” // Психол. журн. 2015. Т. 36. № 4. С. 71–83.
14. *Резниченко С.И.* Привязанность к месту и чувство места: модели и феномены // Социальная психология и общество. 2014. Т. 5. № 3. С. 15–26.
15. *Резниченко С.И.* Механизмы привязанности к жилому пространству у детей младшего школьного возраста // Актуальные проблемы психологического знания. 2013. № 2. С. 24–39.
16. *Ahmed S., Castañeda C., Fortier A., Sheller M.* Up-rootings/Regroundings: Questions of Home and Migration. New York: Berg Publishers, 2003.
17. *Altman I., Low S.M.* Place Attachment (Human Behavior and Environment). New York: Plenum, 1992.
18. *Easthope H.* A place called home // Housing, Theory and Society. 2004. V. 21. N 3. P. 128–138.
19. *Gieryn T.A.* Space for Place in Sociology // Annual Review of Sociology. 2000. V. 26. P. 463–496.

20. *Graaf van der P.F.* Out of place? Emotional ties to the neighbourhood in urban renewal in the Netherlands and the United Kingdom (Dissertation). Amsterdam, 2009.
21. *Gustafson P.E.R.* Meanings of place: Everyday experience and theoretical conceptualisations // *Journ. of Environmental Psychology*. 2001. V. 21. № 1.
22. *Harvey D.* Justice, Nature and the Geography of Difference. Massachusetts: Blackwell Publishers, 1996. P. 210–247.
23. *Manzo L.* Beyond house and haven: a revisioning of emotional relationships with places // *Journ. of Environmental Psychology*. 2003. V. 23. P. 47–61.
24. *Miles M.B., Huberman A.M.* Qualitative data analysis: An expanded sourcebook – second edition. London: Sage, 1994.
25. *Raymond C., Brown G., Weber D.* The measurement of place attachment: personal, community, and environmental connections // *Journ. of Environmental Psychology*. 2010. V. 30. P. 422–434.
26. *Rose G.* Place and identity: a sense of place // *A Place in the World: Places, Cultures and Globalization* / Eds. D. Massey and P. Jess. Oxford: Oxford University Press, 1995. P. 87–132.
27. *Tuan Y.F.* Topophilia. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1974.
28. *Tuan Y.F.* Rootedness versus sense of place // *Landscape*. 1980. V. 24. P. 3–8.
29. *Tuan Y.* Introduction: Cosmos versus Hearth, in P. Adams, S. Hoelscher and K. Till (eds) *Textures of Place: Exploring Humanist Geographies*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001. P. 319–325.
30. *Zhang N.* Home divided, home reconstructed: children in rural-urban migration in contemporary China // *Children's Geographies*. 2013. P. 1–17.

## HOME AS A CATEGORY OF PERSONAL EXPERIENCE

© 2015 г. А. А. Бохавер

*PhD, head of laboratory of “Socio-psychological problems of development”,  
“Crossroads” centre, MCPPU, Moscow  
e-mail: a-bochaver@yandex.ru*

Interdisciplinary study of subjective conception of home as an element of personal experience is described. Based on environmental approach and statements about subjective and social character of home conception, recent empirical researches of living environment, methodology of A. Maslow's motivation theory, cognitive theory of metaphor by G. Lakoff and M. Johnson, as well as on empirical data analysis, four components of home conception existing in respondents' personal experience that actualize different categories of needs are characterized. Fundamental, core ideas of home as a place for secure living and family maintenance constitute universal image of home. Everyday image of home describes possibility for interaction with nears and dears, creation of comfortable everyday life and reflects subjective understanding of comfort. Dynamic image of home gives possibilities for self-changing through reconstruction of home space – control of emotional state and cognitive mood, appealing to family and personal history, broadening of repertoire of habitual kinds of activity, acquiring skills and realization of possibilities. Image of imaginary home is a pragmatic conception about the most comfortable physical environment for own life style's realization. All components have psychotherapeutic potential that can be actualized at different stages of ontogenesis and in different situations. Study of psychology of home is prospective from practical psychology, psychology of environment and psychology of personality perspectives.

*Key words:* home, psychology of home, psychology of environment, subjective conception of home.