

Интернет-журнал «Мир науки» / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2018, №6, Том 6 / 2018, No 6, Vol 6 <https://mir-nauki.com/issue-6-2018.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/46PSMN618.pdf>

Статья поступила в редакцию 15.11.2018; опубликована 12.01.2019

Ссылка для цитирования этой статьи:

Боброва Е.А., Тихомирова С.В. Психологическое значение дома как фактор принятия решения об энергосберегающей реновации домовладения // Интернет-журнал «Мир науки», 2018 №6, <https://mir-nauki.com/PDF/46PSMN618.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Bobrova Y.A., Tikhomirova S.V. (2018). Psychological home meaning as decision factor for low carbon retrofit. *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 6(6). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/46PSMN618.pdf> (in Russian)

Работа выполнена по Госзаданию ФАНО No0159-2018-0003

УДК 159.9

ГРНТИ 15.41.21

Боброва Екатерина Алексеевна

Institute for Environmental Design and Engineering
University College London, United Kingdom, London
Докторант
E-mail: yekatherina.bobrova.12@ucl.ac.uk

Тихомирова Светлана Витальевна

ФГБУН «Институт психологии РАН», Москва, Россия
Научный сотрудник
Кандидат психологических наук
E-mail: sti@ipras.ru
РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=99699

Психологическое значение дома как фактор принятия решения об энергосберегающей реновации домовладения

Аннотация. Проблема потепления климата во всем мире признана серьезной и реальной угрозой, приводящей к разбалансировке всех природных систем, температурным аномалиям и увеличению частоты экстремальных явлений, таких как ураганы, наводнения и засухи. Существенное уменьшение выброса углекислого газа можно обеспечить увеличением энергосбережения домов. Задача состоит в том, чтобы изменить поведение людей и призвать их использовать энергосберегающие технологии в своих квартирах и домах во всем мире. Поиск механизмов глобального изменения поведения людей в области энергосбережения является новой социально-психологической проблемой. Научные исследования говорят, что, с одной стороны, жители квартир и домовладений недостаточно понимают преимущества проживания в энергосберегающем доме, с другой стороны, экологи и муниципальные власти не знают, как повлиять на решение людей отремонтировать свои квартиры и дома для повышения их энергосбережения. В статье развивается концепция социально-психологического значения дома, позволяющая структурировать социально-психологические установки и деятельность жителей квартир и домов по энергосбережению.

Ключевые слова: социально-психологическое значение дома; энергосберегающее поведение; ценностно-мотивационная сфера личности; установка

Введение

Стимулирование энергосберегающей реновации домов широко рассматривается как важный стратегический фактор для достижения дальнейшего сокращения расхода энергии на жизнеобеспечение жилищ и смягчения изменений климата. Для мотивации домовладельцев принятия решения об энергосберегающей технологии предлагается выделение социально-психологических факторов ценностно-мотивационной сферы в области значения дома для человека, на основе которых возможно сформулировать послания для рекламных кампаний или поддержки со стороны муниципальных властей.

Необходимость создания концепции значения дома

Теоретическая модель значения дома для человека полезна для структурирования смысловых посланий, вдохновляющих обитателей домов и квартир решиться на энергосберегающую модернизацию дома.

Понятие *дома* является многомерным социально-психологическим конструктом, характеризующим личность в ее развитии [1, 10]. В разных научных дисциплинах сформулированы свои теоретические модели понятия "дом", в том числе [2, 7]: географическая, психологическая, социально-психологическая, феноменологическая и социологическая модели.

Территориально-географический подход отдает приоритет пространственным границам, связанным с домом. Это подчеркивает существование различных физических масштабов домашних границ и идею о том, что образ дома одновременно формируется в реальных и идеальных мирах.

Психологический подход рассматривает значение дома в укоренившихся психологических потребностях. Существуют несколько моделей, например, основанная на теории коллективного бессознательного Юнга, или другая – на теории личности Маслоу.

Социально-психологический подход фокусируется на объяснении того, какую роль играет дом в определении идентичности личности, а также взаимовлиянии дом-человек.

Феноменологический подход фокусируется на временном измерении дома. Дом понимается через непрерывный процесс создания и воссоздания его смысла в контексте повседневной жизни.

Социологический подход ориентирован на интерпретацию смыслов понятия "дом" с использованием понятий социальных отношений, в частности семейных.

Каждый из этих подходов подчеркивает определенные значения смыслов понятия "дом" и преуменьшает или игнорирует другие [7]. Но были попытки создать интегративную междисциплинарную модель значения дома, однако, полный список значений неизбежно является приблизительным, специфичным для конкретных людей, времени и контекста.

Методологически более содержательно ввести концептуальную основу в качестве инструмента для различения различных измерений, связанных с понятием дома.

Концептуальная основа значений дома

Coolen и Meesters [3] предложили использовать понятие *возможности* для обсуждения значений, которые люди придают своим домам. В нашей работе используется понятие *возможности*, позволяющее говорить о значениях дома с точки зрения того, что дом может предложить человеку [9].

Coolen и Meesters говорят о дихотомии между объектом и его возможностями, указав, что объект можно понимать как “все, что можно отнести или обозначить; объекты могут быть материальные или нематериальные, реальные или мнимые” [3, стр. 4]. Литература о понятии “дом” выделяет по крайней мере 3 группы в составе объектов, которые отдельно или вместе могут предоставлять людям разные возможности. Первая категория охватывает *физические и пространственные* аспекты дома. Вторая категория подчеркивает понятие дома как платформы для установления чувства собственного “я”, а также социальных отношений. Третья группа включает *финансовые и правовые* аспекты, такие, как тип владения и дом в качестве финансовых инвестиций.

Coolen и Meesters [3] различают явные возможности, такие как еда, сон и приготовление пищи; и скрытые возможности, такие как чувство конфиденциальности и безопасности. Различие между двумя типами возможностей сохраняется для целей нашего исследования.

Дом существует не только в реальном, но и в идеальном мире, не имеющем пространственных или временных границ. Существует также временное измерение понятия дома, которое можно найти в воспоминаниях и ностальгии по прошлому, повседневной жизни в настоящих и будущих мечтах и страхах [1].

Таким образом, можно выделить пять различных измерений, связанных с понятием дома, которые представлены на рисунке.

Во-первых, можно выделить три элемента значения дома: физические и пространственные элементы; индивидуальные и социальные элементы; финансовые и правовые элементы.

Во-вторых, можно выделить два типа возможностей, которые эти элементы, вместе или по отдельности, могут предложить индивиду: место для опыта и повседневных практик и платформу для различных физических и социальных атрибутов и процессов.

В-третьих, дом следует понимать как создаваемый одновременно в его реальных и идеальных формах.

В-четвертых, временное измерение жизненно важно для понимания формирования смыслов понятия “дом”.

Наконец, крайне важно рассмотреть различные контексты, в которых существуют эти измерения.

Теоретическая модель позволяет структурировать значение дома для конкретного человека.

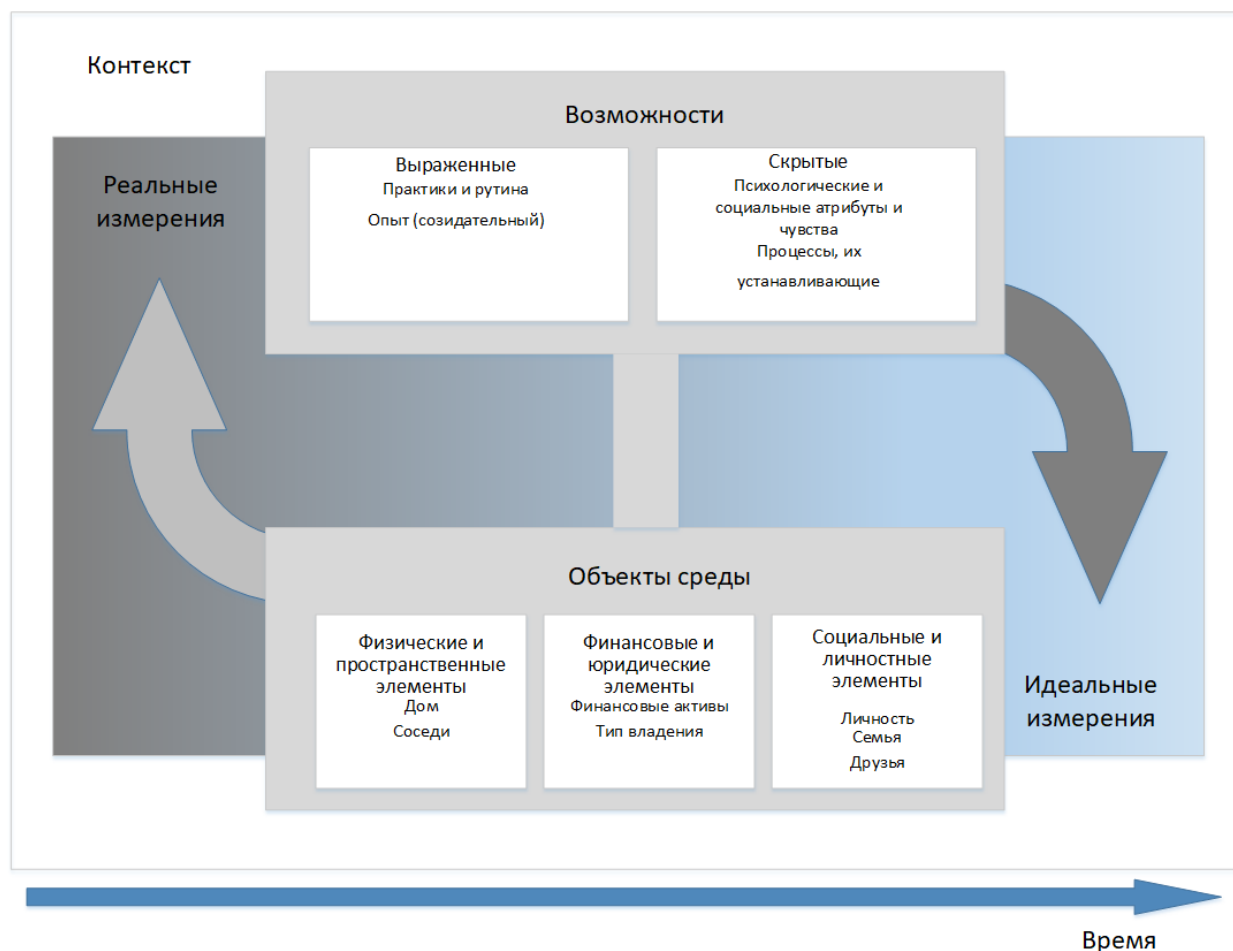


Рисунок. Концептуальная модель различных измерений понятия дома (составлено авторами)

Различные скрытые возможности, т. е. социально-психологические атрибуты, дом обеспечивает для разных людей в разных условиях и в разное время, например, безопасность, чувство принадлежности, приватность, как было показано в эмпирических исследованиях о значении дома [2, 4, 7].

Методология

В исследовании использовался кейс-анализ с качественным подходом к сбору и анализу данных. Было отобрано восемь случаев модернизации дома (в мегаполисе, Лондон) с максимальной вариацией целенаправленной стратегии из сообщества SuperHome, обсуждающего предстоящие и совершенные ремонты домов. Цель формирования выборки состояла в том, чтобы максимально разнообразить варианты целей с точки зрения энергосбережения здания. Цели варьировались от отсутствия явных целей до желания достичь максимального энергосбережения в доме.

Интервью домовладельцев после строительства (ретроспективное)

В домах собственников были проведены полуструктурированные интервью, в ходе которых домовладельцам было предложено проанализировать, что явилось фактором принятия решений, а также их переживания и размышления после опыта модернизации. Интервью включало в себя процедуру пошагового разбора, пространственно-визуальную технику,

которая позволяет воссоздать воспоминания интервьюируемого о процессе модернизации, а также жизненный опыт. Собеседования обычно длились около 60 минут.

Цепочный ассоциативный эксперимент

Эмпирические данные также собирались с помощью дискретных ассоциативных задач, в которых интервьюируемым предлагалось представить как можно больше ответов, связанных со стимульным словом "дом".

Стенограммы и соответствующие фотографии были отсортированы по случаям. Интервью и результаты ассоциативных экспериментов были закодированы для поиска особенностей, характерных для энергосберегающих жилищ. Значения понятия "дом", изложенные ранее, использовались в качестве теоретического объяснения для понимания того, как выявленные темы могут быть преобразованы в более личные и значимые сообщения, направленные на поощрение энергосберегающей модернизации дома.

Темы, выявленные в ассоциативных экспериментах

Когда достигается полная интеграция человека с окружающей средой, для описания его дома используются такие слова, как тепло, гармония и радость [6]. Результаты ассоциативного задания свидетельствуют о том, что «дом» ассоциируется с комфортным, радостным местом и общим положительным опытом для опрошиваемых в каждом конкретном случае.

Существенная разница отмечается в ассоциациях респондента с близкими, но разными по смыслу стимульными словами – "дом" и словосочетанием "энергосберегающий дом". Разница заключается в масштабе понимания социальной единицы. Идея дома имеет коннотации к личной и семейной идентификации, тогда как идея энергосберегающего дома имеет более широкую коннотацию социальной и национальной идентификации. Когда опрошенных попросили дать ассоциации со словом "дом", они рассказали о себе, своей семье и друзьях. Когда респондентов попросили дать ассоциации со словами "энергосберегающий дом", они говорили о своих обязанностях перед всем обществом, будущими поколениями и Землей.

Темы, связанные с модернизацией

Опрошенных спрашивали об обосновании их действий по модернизации и предлагали подробно ответить на их вопросы, чтобы исследователь получил более полную картину их намерений. Несколько тем возникли в результате тематического анализа целей дооснащения интервьюируемых, которые сгруппированы под заголовками "комфорт", "личные и профессиональные убеждения", а также "финансовые соображения".

Понятие комфорта было упомянуто всеми опрошенными, прежде всего, в отношении теплового комфорта и хорошего качества воздуха в помещении.

Все опрошенные говорили о своих экологических интересах, которые подкреплялись их личным отношением, а иногда и профессиональным имиджем. Как респонденты видят свою роль в смягчении последствий изменения климата и что они готовы сделать, чтобы помочь окружающей природной среде измениться.

Наконец, все опрошенные говорили о некоторых финансовых проблемах и соображениях, будь то сокращение расходов на энергию или достижение энергосберегающей модернизации при небольшом бюджете.

Увеличение чувства комфорта и контроля

Тематический анализ целей модернизации и жизненного опыта после модернизации выявил восприятие энергосберегающего жилья как среды, которая обеспечивает лучшую платформу для развития чувства комфорта и контроля по сравнению с энергозатратным жильем. В настоящем подразделе дается обзор того, как развитие этих чувств понимается в литературе о понятии "дом". Такое понимание затем используется, чтобы предложить, как могут быть сформулированы значимые сообщения относительно энергосберегающей модернизации, способствующие чувству комфорта и контроля.

Ценности, атрибуты и переживания, связанные с домом, такие как чувство комфорта и контроля, не просто существуют, но являются общепринятыми. Процессы, устанавливающие эти отношения, могут быть сознательными и бессознательными [5]. Было обнаружено, что персонализация пространства, чтобы соответствовать внутреннему миру жителя дома, усиливала чувство психической безопасности.

Дом – это место комфорта [6]. Это место уединения, место, где можно расслабиться и быть самим собой. Это место, куда можно было бы уйти и восстановиться. Комфорт также понимается с точки зрения онтологической безопасности [7], которая была введена в научный обиход в связи с понятием "дом" Сондерса и Уильямса (1988).

Из этого следует, что содержательное послание, направленное на поощрение чувства комфорта или контроля, связанного с энергосберегающими жилищами, может включать картину повседневной деятельности, осуществляемой индивидуально или коллективно, и подчеркивать, как физическая структура энергосберегающего жилища обеспечивает лучшую платформу для осуществления такой деятельности по сравнению с энергозатратным жильем.

Создание новой идентификации: "она более глобальна, чем мы"

Результаты ассоциативных экспериментов показали, что понятие энергосберегающего дома связано с чувством ответственности и долга перед сообществом, нацией и всей Землей. Можно сказать, что энергосберегающее жилище обеспечивает платформу для формирования новой идентичности. В текущем подразделе рассматривается, как идея идентификации понимается в литературе о понятии "дом". Такое понимание затем используется для того, чтобы предложить, как могут быть сформулированы значимые идеи для энергосберегающей модернизации.

Некоторые процессы способствуют установлению идентичности человека со своим домом. Например, процесс персонализации, т. е. устройства внутреннего пространства дома в соответствии с личными предпочтениями, смыслами и ценностями способствует установлению такой идентификации.

Подразумевается, что социально-психологическое влияние на жильцов с целью вдохновить их на энергосберегающую реновацию должно быть направлено на личность с широкой социальной ответственностью. Этого можно было бы легче достичь, если бы эта идентификация формировалась на муниципальном или местно-общинном уровне.

Заключение

Формирование установки на энергосберегающую реновацию дома с использованием значений понятия "дом" возможно планировать в практической деятельности, осуществляя целенаправленное психологическое воздействие на домовладельцев путем направления им смысловых посланий. Было выделено пять различных аспектов концепции значения понятия

"дом". Утверждается, что использование этих параметров необходимо для создания контекстуальных сообщений в целях изменения поведения [8] и содействия энергосберегающей модернизации. Определены два основных направления таких сообщений:

- Сообщения, касающиеся усиления чувства комфорта и контроля. Они лучше всего передаются через изображение повседневной деятельности и энергосберегающего жилья, обеспечивающего лучшие условия для осуществления такой деятельности.
- Сообщения о новой национальной идентификации, социальной ответственности. Эти сообщения распространяются, когда энергосберегающие мероприятия реализуются на уровне малых и больших социальных групп, а не отдельных домохозяйств.

ЛИТЕРАТУРА

1. Blunt, A. and Dowling, R. Home. London: Routledge, 2006.
2. Després, C. The meaning of home: Literature review and directions for future research and theoretical development. Journal of architectural and Planning Research 8(2), 1991. 96-115.
3. Coolen, H. and Meesters, J. Editorial special issue: house, home and dwelling // Journal of Housing and the Built Environment. 2012. 27(1): 1-10.
4. Mallett, S. Understanding home: a critical review of the literature. The Sociological Review 52(1), 1994. 62-89.
5. Manzo, L. Beyond house and haven: toward a revisioning of emotional relationships with places // Journal of Environmental Psychology. 2003. 23(1): 47-61.
6. Molony, S. The Meaning of Home: A Qualitative Metasynthesis // Research in Gerontological Nursing. 2010. 3(4): 291-307.
7. Somerville, P. The social construction of home // Journal of Architectural and Planning Research. 1997. 14(3): 226-245.
8. Имедадзе И.В. Категория поведения в теории установки. Тбилиси: Мецниереба, 1991.
9. Нартова-Бочавер С.К. Долгая дорога домой: новые тенденции в исследованиях психологии домашней среды // Психологические исследования / Под редакцией А.Л. Журавлева, Е.А. Сергиенко, Н.Е. Харламенковой. М.: 2018. Институт психологии РАН С. 140-151.
10. Журавлев А.Л., Харламенкова Н.Е. Психология личности как открытой и развивающейся системы (к юбилею Л.И. Анцыферовой) // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 6. С. 30-39.

Bobrova Yekaterina Alekseevna

Institute for Environmental Design and Engineering
University College London, United Kingdom, London
E-mail: yekatherina.bobrova.12@ucl.ac.uk

Tikhomirova Svetlana Vitalievna

Institute of psychology of Russian academy of sciences, Moscow, Russia
E-mail: sti@ipras.ru

Psychological home meaning as decision factor for low carbon retrofit

Abstract. The problem of global warming is recognized as a serious and real threat, leading to imbalance of all natural systems, temperature anomalies and an increase in the frequency of extreme events, such as hurricanes, floods and droughts. A significant reduction in carbon dioxide emissions can be achieved by increasing the energy savings of homes. The challenge is to change people's behavior and encourage them to use energy-saving technologies in their apartments and homes around the world. The search for mechanisms of global change in the behavior of people in the field of energy saving is a new socio-psychological problem. Scientific studies say that, on the one hand, residents of apartments and households do not sufficiently understand the benefits of living in an energy-efficient house, on the other hand, environmentalists and municipal authorities do not know how to influence the decision of people to repair their apartments and houses in order to increase their energy efficiency. The article develops the concept of the socio-psychological value of the house, allowing to structure the socio-psychological attitudes and activities of residents of apartments and houses on energy saving.

Keywords: socio-psychological home meaning; energy-saving behavior; sphere of values and motivation of the individual; attitude