МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИИ»

Международная научно-практическая конференция

ГУМАНИТАРНЫЕ ОСНОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРЕССА: РОССИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

(25-27 апреля 2016 г.)

СБОРНИК СТАТЕЙ

ЧАСТЬ 2

Москва – 2016

УДК 008+009+159.9+330
М 82

Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 8 частях. Часть 2 / под ред. В.С. Белгородского, О.В. Кащеева, В.В. Зотова, И.В. Антоненко. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 315 с.

В сборник включены статьи участников конференции: профессорско-преподавательского и научного состава, аспирантов российских и зарубежных вузов и научно-исследовательских учреждений. Статьи отражают широкий спектр основных направлений исследований в современной гуманитарной и общественной сфере.

Ответственные редакторы:
В.С. Белгородский (Москва, Россия), О.В. Кащеев (Москва, Россия), В.В. Зотов (Москва, Россия), И.В. Антоненко (Москва, Россия).

Редакционный совет: Г.В. Акопов (Самара, Россия), А.А. Аникин (Москва, Россия), Н.Г. Артемцева (Москва, Россия), О.А. Артемьева (Иркутск, Россия), Г.А. Горбань (Запорожье, Украина), Д.Д. Дуйсенбеков (Алматы, Казахстан), О.А. Запека (Москва, Россия), А. Ишикава (Токио, Япония), И.Н. Карицкий (Москва, Россия), М.М. Кашапов (Ярославль, Россия), Л. Кеверески (Битола, Македония), О.В. Ковалева (Москва, Россия), А.Ф. Корниенко (Казань, Россия), А.А. Костригин (Нижний Новгород, Россия), О.М. Краснорядцева (Томск, Россия), Т.Ю. Нечаева (Москва, Россия), М.Д. Няголова (Велико Тырново, Болгария), В.Н. Панферов (Санкт-Петербург, Россия), Е.Г. Страчкова (Москва, Россия), И.А. Сусоколова (Бремен, Германия), П.Т. Тюрин (Рига, Латвия), А.А. Федоров (Новосибирск, Россия), Н.П. Фетискин (Кострома, Россия), М.Д. Чабаркапа (Белград, Сербия), В.А. Янчук (Минск, Беларусь).

ISBN 978-5-87055-352-8
ISBN 978-5-87055-356-6

© Московский государственный университет дизайна и технологии, 2016
© Обложка. Дизайн. Николаева Н.А., 2016
© Коллектив авторов, 2016

С О Д Е Р Ж А Н И Е

СЕКЦИЯ «ПСИХОЛОГИЯ ИСКУССТВА, ДИЗАЙНА, МОДЫ И ТВОРЧЕСТВА»

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Психология одежды и моды (теория культурных слоев)…….. 6
Артемцева Н.Г., Бурмистрова Д.Ю. Неофициальный брачный статус как модная форма гендерных отношений…….. 13
Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Методика «Шкала отношения к моде» (ШОМ) как диагностика личностных представлений о моде…… 18
Артемцева Н.Г., Крылова В.Б. Выбор модных аксессуаров как творческое отношение к самопрезентации коммуникантов…… 24
Архипова Н.А. Восприятие граффити в городском пространстве - китч или искусство?..... 30
Бегичева О.Л., Чупахина М.А., Карпова М.А. Роль профессиональных факторов в формировании медицинской одежды…….. 35
Богоявленская Д.Б. Кто или что является субъектом творчества?.... 41
Брешковская К.Ю., Петухова-Левицкая М.И. Роль музыкального мышления в развитии творческого потенциала детей младшего школьного возраста……... 46
Вараева Н.В., Николаева Е.А. Развитие личности ребенка средствами изобразительной деятельности……... 52
Вербова К.В., Пенькова О.А. Концепт как метод изучения социально-психологического феномена моды……. 57
Волкодаева И.Б. Нейродизайн – новая проектная культура в средовом дизайне……... 63
Волкодаева И.Б., Кнауб Э.В. Доступная городская среда и интеграция людей с ограниченными возможностями в социально-активную жизнь общества……..... 67
Воробьева Е.С. Формирование мотивации к татуированию как механизм конструирования самоидентичности ……..... 71
Воропаев Е.П. Проблемы взаимосвязи психического и физического в артистической практике……. 77
Воропаев Е.П. Психологические особенности режиссеров Харьковских детских театральных студий…… 83
Галкина Т.В. Динамика креативности и мотивационной направленности: возможности применения методов восточной саморегуляции в актерской деятельности студентов…… 87
Грашин А.А. Дизайн-образование сегодня: актуализация ценностей проектной культуры……. 93
Греков И.В. Творческое самопроектирование в игре «Мастер двух миров»…… 99
Грекова Т.Н., Артемцева Н.Г. Психотип как детерминанта выбора

творческой профессии…….. 106
Грекова Т.Н., Петушкова Г.И., Петушкова Т.А. Психотипические особенности восприятия стилевых характеристик моды…….. 112
Губенко А.В. Механизмы преобразования смыслов в творческом мышлении…….. 117
Гулямова С.Т. Ораторское искусство в управленческой деятельности руководителя: психологический подход…….. 122
Джига Н.Д., Мисюченко О.В. Личностно-профессиональное самосовершенствование учащихся колледжа творческих специальностей……. 127
Зарецкая Г.П. Социально-психологические факторы креативности обучающихся по конструкторско-технологическим направлениям..... 133
Ильясов И.И., Масленникова А.В., Нагибина Н.Л. Символические представления образа-Я и их связь с психологическим типом…… 140
Ильясов И.И., Масленникова А.В., Нагибина Н.Л. Стилистика народной музыки как отражение мировоззрения народа…….. 146
Кайтукова З.Х. Метакогнитивный компонент творческого потенциала личности……... 153
Карпова Е.А., Амалайнен А.В. Креативность: поиск активизирующих факторов……. 157
Килошенко М.И. Модная установка в межличностном общении…... 162
Колесниченко В.О. Личностные особенности как фактор роста творческой самореализации…….. 168
Коробцева Н.А., Петрова Е.А. Психология одежды и имиджелогия... 173
Котенева А.В. Экстремальная психология в эпических поэмах Гомера……. 178
Круглякова Е.А. Психологические особенности людей, предпочитающих яркую одежду……. 184
Куриленко О.Н., Волкодаева И.Б. Психология цвета в дизайне детского игрового пространства…….. 189
Лопаткова И.В. Художественное моделирование как форма мышления и познания…….. 194
Лосева С.Н. Особенности исследования музыкальности музыкально одаренных учащихся……. 198
Лосева С.Н. Сравнительный анализ развития креативности как компонента музыкальной одаренности в школьном возрасте……. 204
Марихин С.В. Сущность проектного мышления специалиста в области дизайна……. 209
Меделец Н.А. Особенности дизайна современных легковых электромобилей в контексте основных формообразующих факторов…… 215
Михалина М.А. Техника «кинестетическая эмпатия» как средство преодоления психологических барьеров общения в подростковом возрасте……... 221

Новикова А.С., Ахметвалиева А.З., Ахметвалиева Г.З. Маркетинговые исследования на рынке модной одежды…….. 229
Новикова Е.В. Роль творческого мышления в принятии управленческих решений…….. 231
Петренко В.Ф. «Ковер-самолет», или предварительные гипотезы о вхождении в измененные состояния сознания с помощью визуального орнамента……... 237
Петухова-Левицкая М.И., Шелиспанская Э.В. Методологические основы подготовки будущих психологов по дисциплине «Музыкальная психология и терапия»…… 243
Петушкова Т.А. Эскизный проект дизайнера в свете положений когнитивной психологии……... 249
Прокофьев В.Г., Прокофьева Т.Н. Экспериментальное изучение соционических признаков Аугустинавичюте-рейнина…….. 254
Прокофьева Т.Н., Владимиров О.М. Дизайн интерьеров через призму соционики…….. 260
Рогожина А.А. Дизайнерское проектирование рекламных баннеров: психологический аспект…… 267
Сабра Л.А. Роль и значение подарка в объектных отношениях…….. 272
Сироткина И.Е. Искусство перформанса в свете социальной теории И. Гофмана……. 277
Смирнова Т.П., Кикнадзе И.В. Предпочтения в одежде современных женщин с различными гендерными стереотипами…… 284
Соколова И.Ю. Психологические механизмы развития художественно-творческих способностей личности……. 290
Стрижак А.В. Художественный образ как средство повышения выразительности в формообразовании промышленных изделий в учебном дизайн проектировании……. 294
Сычева И.В. Личностно-профессиональные характеристики художественного потенциала студентов-дизайнеров…… 298
Тимохович А.Н., Филенко Ц.С. Использование креативной функции сознания в работе над ассортиментом тканей……. 304
Тюрин П.Т. О «сходстве несходного» – семантические и изобразительные корреляции абстракционизма, иконописи и китайской живописи……. 309

СЕКЦИЯ «ПСИХОЛОГИЯ ИСКУССТВА, ДИЗАЙНА, МОДЫ И ТВОРЧЕСТВА»

ПСИХОЛОГИЯ ОДЕЖДЫ И МОДЫ (ТЕОРИЯ КУЛЬТУРНЫХ СЛОЕВ)

Антоненко И.В., Карицкий И.Н.
Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Представлена теория культурных слоев одежды. Выделены слои: адаптивный, функциональный, символический, регуляционный и индивидуальный. Показана их социальная роль. На основе культурных слоев формируются стили одежды. Представлена методика эмпирического изучения культурных слоев одежды.

Ключевые слова: одежда, культурный слой, стиль одежды, мода, когнитивная сложность перцепции.

PSYCHOLOGY OF CLOTHING AND FASHION (THEORY OF CULTURAL LAYERS)

Antonenko I.V., Karitsky I.N.
Moscow state university of design and technology, Russia

A theory of cultural layers of clothing is presented. Several layers are obtained: adaptive, functional, symbolic, regulatory and individual. Their social role is shown. On the basis of the cultural layers the clothing styles are formed. The technique of the empirical study of cultural layers of clothing is presented.

Keywords: clothing, cultural layer, style of clothing, fashion, cognitive complexity of perception.

В антропологических, культурологических, социальных и психологических теориях зачастую существенным образом недооценивается значение и роль одежды в процессах антропогенеза, филогенеза и онтогенеза человека. Собственно, наличие одежды один из атрибутивных признаков человека и общества, а развитость ее социальных и культурных функций – критерий дифференцированности и развития конкретного социума. Одежда выполняет не только материальную функцию защиты тела от негативного воздействия природной среды, но и ряд социальных функций, являясь знаком принадлежности людей к определенному этносу, культуре, социальному слою, наличия некоторого статуса, принадлежности к профессии, а также в ряде отношений выражает индивидуальность человека и т.п. Сам факт наличия одежды делает человека человеком, а вариации одежды вы-

ражают многообразные аспекты его проявления. Отдельные вопросы философии, социологии и психологии одежды и моды рассмотрены в ряде исследований (Васильев, 2014; Гофман, 1994; Зиммель, 1901; Килошенко, 2014; Парыгин, 2003 и др.).

Социальные аспекты одежды непосредственно связаны с ее психологическими компонентами. Это, прежде всего, социальные представления, а также коммуникативная, интерактивная, регулятивная, перцептивная, индивидуализирующая ее стороны. Все многообразие проявлений одежды существует как мир социальных представлений, в чем-то весьма консервативный (традиция), а в чем-то, наоборот, очень подвижный (мода). Социальные представления имеют обыденную, общественную, профессиональную, коммерческую, научную и другие составляющие (Артемцева, Грекова, 2013; 2015; Панферов, 2009; Петренко, 2010). Одежда несет определенную информацию о людях (коммуникативная сторона), определяет особенности их взаимодействия (интерактивная сторона), регулирует эти отношения (регулирующая сторона), через нее люди смотрят друг на друга (перцептивная сторона) и выражают свои личностные особенности и предпочтения (индивидуализирующая сторона). Стилевые и индивидуальные особенности одежды являются одним из факторов, формирующих личностное доверие (Антоненко, 2012; 2015). А социальные практики имеют своим неотъемлемым компонентом одежду, ее стили и моду в мотивационном, концептуальном, реляционном, методологическом, праксическом, инструментальном, телесном, действенном и феноменальном (перцептивном) аспектах (Карицкий, 2007; 2011; 2015).

Таким образом, в одежде представлено множество социальных и культурных маркеров различных аспектов социального функционирования. Эти маркеры образуют системы, которые консолидированы в своеобразные культурные слои. Под культурным слоем одежды мы понимаем совокупность элементов одежды, которая выполняет определенную и специфическую социальную функцию. Культурные слои взаимосвязаны, представляя собой единый комплекс, а историческое развитие одежды и моды протекает в форме процесса системогенеза культурных слоев. Восприятие и интерпретация культурных слоев одежды протекает в форме социальной перцепции, при которой элементы культурных слоев выступают такого же рода индивидуальным и групповым проявлением, как и поведение личности или социальной группы. А усвоение тех или иных социальных норм, которые манифестируются в особенностях одежды, является одним из результатов процесса социализации (Антоненко, Карицкий, 2014; 2015а; 2015б).

Культурных слоев много, в данном случае мы рассмотрим пять основных. Первый слой одежды, сугубо материальный, обеспечивает защиту тела от неблагоприятных факторов внешней среды, он является адаптивным. Этот слой для одежды исходный и реализует потребность человека в

создании лучших условий выживания в текущих природных обстоятельствах, он позволяет человеку более успешно приспосабливаться к природным условиям окружающей среды. Другими словами, при экваториальном, субэкваториальном и тропическом климате обычно можно обходиться или без одежды, или некоторым ее минимумом, в субтропиках одежда необходима, но обычно легкая, в умеренном климате без одежды обойтись никак нельзя, а в субарктическом надо выживать и одежда должна быть особо прочной и теплой. И конечно, в каждой климатической зоне, природном сезоне и условиях конкретной среды есть свои специфические физические, химические и биологические факторы, от которых должна защищать одежда: солнце, жара, ветер, песок, дождь, снег, море, мороз, скалы, почва, соль, насекомые, животные и т.п. То есть первый слой одежды является природным, материальным, он отвечает насущной необходимости адаптироваться к природной среде, его главный признак – необходимость, природная обусловленность, защитные характеристики. Поэтому его можно назвать физиологическим, природным, адаптационным, защитным или необходимым слоем. Далее мы будем называть его в основном адаптивным слоем. Адаптивный слой всегда имеет свои специфические элементы, по которым он легко узнается субъектом социальной перцепции в определенном природном и социальном контексте.

Над адаптивным слоем надстраивается второй слой одежды, который связан с ее функциональностью. В одной и той же природно-климатической зоне человек занят разными видами деятельности и находится в разных ситуациях: работает в поле, занят охотой, рыбной ловлей, геологической разведкой, военным делом, управлением, стоит за станком, сидит за рулем автомобиля, строит дом, красит стены, трудится в офисе, в лаборатории, преподает, развлекается, отдыхает, находится на официальной приеме, в театре, ресторане, занят спортом и т.п. То есть одежда, прежде всего, соответствует физиологическим потребностям в данной природной среде, но теперь на нее наслаивается согласованность с видом деятельности или с ситуацией, она должна быть оптимальна для этой деятельности или ситуации, не мешать ей, а способствовать. Здесь, конечно, уже присутствует не только функциональность одежды как простое соответствие виду деятельности, но и элементы культурной обусловленности в форме традиционной одежды для данного виды деятельности, но все же на первом плане стоит именно функциональность одежды. Есть специальная одежда для сельскохозяйственной работы, для геологоразведочной деятельности, для рыбаков в море, для работы в офисе, для маляров, для праздничных приемов, для разного рода развлечений и спорта, для военных и т.д. И, таким образом, это второй культурный слой одежды – функциональный. Этот слой также имеет свои специфические элементы, по которым он воспринимается в конкретном контексте именно как функциональный слой. Надо только отметить, что одни и те же физические элемен-

ты одежды могут принадлежать разным слоям, но их определенное сочетание образует специфический культурный слой.

На основе первых двух слоев – адаптивного и функционального – формируется следующий слой одежды – символический. Его основная роль состоит в обозначении социальных статусов, в простейшем случае – указание на изобилие чего-то или богатство, на раба, надсмотрщика, рабовладельца или жреца и царя, на крестьянина, ремесленника определенного цеха, купца или феодала, в других случаях – на один из множества социальных статусов существующих в сложном обществе: регулировщик, врач, больной, школьник, студент, преподаватель, ребенок, родитель, пожилой человек, военный того или иного звания, офисный работник, подчиненный, руководитель, банкир, рабочий, бригадир, начальник цеха, директор и т.п. В любом случае это как-то присутствует в одежде: традиционная одежда крестьянина, военного и моряка (с их многочисленными знаками различий), учителя, рабочего, клерка, брокера, заключенного, банкира, больного, врача и т.п. В одних случаях такого рода знаки очень определенны и заметны (военные), в других они не бросаются в глаза (офисные работники), но всегда существуют, иногда в латентной форме. Как и другие слои, символический слой имеет специфические элементы, по которым он представлен в процессах социальной перцепции, как и в других случаях, эти элементы могут принадлежать разным слоям. Например, адаптивный слой одежды крестьянина может быть представлен холстом или тканью из хлопка, а помещика дорогой тканью.

Четвертый слой одежды тесно смыкается с символическим, его основная роль – регуляция социальных отношений и поведения. Его можно специально выделять или говорить о второй функции символического слоя (регуляционной), но поскольку этот слой не всегда связан с символическим, то правильнее все же рассматривать его отдельно. Дело в том, что все три рассмотренных выше слоя обладают способностью к регулированию социальных отношений, особенно функциональный и символический. Мы по-разному относимся к рабочему и банкиру, к человеку в бедной и богатой одежде, к тем, кого принимаем за подчиненного и за начальника, к артистам, чиновникам, педагогам, военным и т.п. То есть одежда еще регулирует наши взаимоотношения, через нее мы приписываем определенные социальные качества ее носителям и соответственно изменяем свое отношение и поведение. Регуляционный слой представлен элементами других слоев – адаптивного, функционального, символического и индивидуального. Хотя сама социальная перцепция избирательна и культурно обусловлена, но обращая внимание на определенные элементы указанных слоев и акцентируя их, субъект восприятия и поведения строит свое представление об объекте своего восприятия и, соответственно, регулирует свое поведение по отношению к нему, исходя из собственных социальных норм и ценностей.

На основе предыдущих слоев и во многих случаях включая новые элементы формируется пятый слой одежды, который является индивидуальным. Он может иметь несколько источников, но главным его признаком является индивидуальность. Это новая надстройка над четырьмя предыдущими слоями, выражающая личные предпочтения. Один человек может предпочитать спортивную одежду, другой яркие тона, третий выбирает не выделяться из общей массы, четвертый, наоборот, демонстративно проявляет свою принадлежность определенной социальной группе или выражает какого-то рода оригинальность и т.д. Важно то, что при любом варианте одежда индивидуализирована через личный выбор: не выделяться в одежде является таким же выбором, как и выделяться, быть как все это тоже совершенно определенный выбор, т.е. индивидуальный слой всегда присутствует в одежде. Для одних он строится на некого рода привычках: тот, кто занимается спортом, часто предпочитает спортивный стиль одежды, кто занят в сфере искусства, одевается более свободно и артистично, характерно для своей среды, чиновник обычно узнаваем в классическом строгом костюме, хотя его костюм может иметь и некоторые другие элементы индивидуальности, правда, в довольно узких рамках, а определенная ментальность присутствует в стилях академическом, богемном, милитари, гламурном, готическом, хиппи или авангардном. Индивидуальный культурный слой одежды как содержит элементы других слоев, так и имеет свои специфические. В социальной перцепции эти элементы легко отслеживаются даже неспециалистом, т.е. на обыденном уровне они обычно легко узнаваемы.

Индивидуальность более всего бросается в глаза, когда она контрастирует с окружающими, это стили: панк, готический, хиппи, гламурный, авангардный, балетный, ретро, кантри, эмо, этнический и т.п. В любом случае, индивидуальность надстраивается над природным слоем одежды, ее функциональностью, символическим и регуляционным слоями, в одних случаях акцентируя функциональность, распространяя ее за сферы исходной деятельности (повседневный спортивный стиль, повседневные пиджак или куртка), в других случаях сигнализируя об определенной социальной группе или ментальности (винтаж, панк, хиппи, милитари, спортивный, экологический, азиатский, академический и другие стили), в третьих проявляясь как элемент самой функциональности (некоторого рода украшение, особая деталь в функциональной одежде), в четвертых демонстрируя желание выделиться, обратить на себя внимание. И конечно, индивидуальный слой одежды обратно связывается с функциональностью, символьностью и регуляционным аспектом одежды, порождая вторичную функциональность, символичность и социальную регуляцию.

На основе культурных слоев образуются стили одежды. Прежде всего, они формируются на базе функционального, символического и индивидуального слоя. Образование стиля на базе функционального или симво-

лического слоя это довольно обычный механизм формирования стиля одежды. Так возникли стили «белый воротничок», «голубой воротничок», богемный, академический, вечерний, стили профессиональной одежды (множество стилей), спортивный, военный, а также различные дресс-коды и пр. Хотя стиль одежды, основанный на принципах функциональности или символической сигнальности, прежде всего, связан со специфической деятельностью, ситуацией или статусом, он также легко может становиться стилем индивидуальности, если человек начинает отдавать предпочтение этому стилю, расширяя, таким образом, социальную зону его использования. Это чаще всего касается стилей спортивного, милитари, управленцев среднего звена (деловой костюм), богемного, некоторых профессиональных стилей и др. Стиль на основе индивидуального слоя в принципе может сформироваться по любому признаку или группе признаков, на основе многообразных культурных оснований, и предугадать актуализацию этих оснований затруднительно, хотя по наметившимся социальным тенденциям и преобладающим практикам можно говорить о новых стилевых трендах для определенных социальных групп и субкультур.

На основе предложенной концепции были разработаны эмпирические методики изучения когнитивной сложности профессиональной перцепции одежды и моды специалистами. В частности, были выделены следующие основные параметры для оценки когнитивной сложности: количество выделяемых стилей одежды (объем элементов совокупности), количество выделяемых групп стилей одежды (объем типов, классификация стилей), абсолютное количество стилей в группах стилей одежды (качество группирования), среднее количество стилей в группах стилей одежды (качество группирования), абсолютное количество признаков стиля одежды (аналитичность), среднее количество признаков стиля одежды (аналитичность), дифференциация стилей одежды (различение). Был проведен ряд эмпирических исследований.

Таким образом, стиль одежды включает в себя пять культурных слоев – адаптационный, функциональный, символический, регуляционный и индивидуальный. Как и всякое социальное явление, одежда, ее стили и мода являются субъективной данностью индивидуального и массового сознания. На уровне адаптивного слоя одежда удовлетворяет базовую потребность в защите от природных факторов. Здесь социальная психология следует, прежде всего, за физиологическими потребностями, а также за существующими материалами и технологиями. Аналогично функциональный слой, прежде всего, обусловлен видом деятельности или типом ситуации, а только потом другими причинами. И здесь социальная психология следует за объективными факторами, важнейшими из них являются развитие производства и вообще экономики, возникновение новых видов труда, а также появление других новых сфер деятельности, непроизводственных, например, досуговых. Основная связь символического слоя прослеживает-

ся со структурой социума, здесь на первый план выходят процессы социальной идентификации и перцепции. Регуляционный слой проявляется через все другие, демонстрируя типичные формы идентификации, перцепции, социальной нормированности, коммуникации и интеракции. Индивидуальный слой одежды является по преимуществу сферой самовыражения и манифестации личностной идентичности. Как и прочие слои, он является «говорящим», а значит, определяет особенности социального взаимодействия, коммуникации, взаимного восприятия, специфических социальных практик общения.

Литература

Антоненко И.В. Интегративный потенциал доверия: метаотношение и функции // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2012. – №1. – С.104-108.

Антоненко И.В. Сущность доверия как социально-психологического явления // Вестник Университета Российской академии образования. 2015.– №3. – С.34-43.

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная психология моды // Приволжский научный вестник. 2014. – №11-2 (39). – С.105-110.

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная перцепция культурных слоев одежды // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ - 2015). Сборник материалов международной научно-технической конференции. М.: МГУДТ, 2015. – С.202-206

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная психология одежды и моды // Вестник Университета российской академии образования. 2015. – №3. – С.44-50.

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Общее и особенное в восприятии моды: постановка проблемы // Дизайн и технологии. Научный журнал. - М.: МГУДТ, 2013. – №4. – С. 97-104.

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2015. №47.(Электронная версия).

Васильев А. Этюды о моде и стиле. М., 2014.

Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М., 1994.

Зиммель Г. Психология моды // Научное обозрение. 1901. – № 5.

Карицкий И.Н. Субъект в психологическом исследовании // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2007. – №8. – С.88-93.

Карицкий И.Н. Системогенез психологической практики // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2011. – №22. – С.36-39.

Карицкий И.Н. Субъектно заданная модель психологической практики // Вестник Университета российской академии образования. 2015. – №3. – С.70-80.

Килошенко М.И. Психология моды. СПб., 2014.

Панферов В.Н. Методологические последствия изучения социальной перцепции // Методология и история психологии. 2009. – Вып. 3.

Парыгин Б.Д. Социальная психология. СПб., 2003.

Петренко В.Ф. Парадигма конструктивизма в гуманитарных науках // Методология и история психологии. 2010. – Вып. 3.

НЕОФИЦИАЛЬНЫЙ БРАЧНЫЙ СТАТУС КАК МОДНАЯ ФОРМА ГЕНДЕРНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Артемцева Н.Г., Бурмистрова Д.Ю.
ФГБУН Институт психологии РАН,
Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия
Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2016-0004

В статье представлен анализ двух видов брачных статусов: неофициальный и официальный. Рассмотрены индивидуально – психологические особенности людей с неофициальным и официальным брачным статусом. Показано, что существуют статистически-значимые различия в самооценке, созависимости, степени удовлетворенности потребностей и ценностях у людей с официальным и неофициальным брачным статусом.

Ключевые слова: брачный статус, индивидуально-психологические особенности, ценности, потребности, самооценка, созависимость.

INFORMAL MARIAGE STATUS AS A FASHIONABLE FORM OF THE GENDER RELATIONS

Artemtseva N.G., Burmistrova D.U.
Institute of Psychology RAS,
Moscow State University of Design and Technology, Russia

Individually-psychological features of people with the informal mariage status were viewed. The empirical study was held. The aim of the study was to examine the individually-psychological characteristics of people with the informal mariage status, such as self-esteem, codependency, personal needs and values. According to the study, there are statistically significant differences in self-esteem, codependency, personal needs and values of people with the informal mariage status.

Keywords: marital status, individual psychological characteristics, personal values, personal needs, self-esteem, codependence.

Растущая с каждым днем мода на неофициальный брак порождает большой интерес к этому феномену. Вопросы семьи и брака всегда были волнующими для многих гуманитарных наук. В психологии проблеме официального и неофициального брака посвящены работы Т.В. Андреевой, А.Г. Харчева, Л.Б. Шнейдер и др.

Однако, к сожалению, остаются без должного внимания исследования индивидуально-психологических особенностей партнеров, состоящих в официальном и неофициальном браках.

Целью нашего исследования было: изучить, какие же психологические особенности присущи людям, состоящим в неофициальном браке в отличие от тех, кто зарегистрировал отношения, а также посмотреть есть ли какие-то связи личностных характеристик с удовлетворенностью брачного статуса у тех и у других. По нашему мнению, такие личностные особенности как самооценка, созависимость, потребности и ценности партнеров являются наиболее важными показателями восприятия супружеских отношений партнерами. Так, уровень самооценки напрямую связан со степенью доверия и искренности между партнерами. Заниженная самооценка является одним из основных показателей созависимости, возникающей тогда, когда два психологически зависимых человека устанавливают взаимоотношения друг с другом. В таком случае созависимость является тем самым сцеплением, способным удерживать людей вместе на протяжении очень долгого времени. Разная степень удовлетворенности основных потребностей приводят партнеров к непониманию друг другом. С потребностями человека тесно связаны личностные ценности, определяющие его мотивационную сферу, направленность личности, а также отношение к себе и к окружающему миру. Различие ценностей, как и потребностей, также может привести к неразрешимым конфликтам. Несомненно, что все вышеперечисленные индивидуальные особенности являются важными факторам в брачных отношениях.

С целью проверить *гипотезу,* что существуют различия в степени удовлетворенности потребностей, иерархии ценностей, профиле созависимости и самооценке у людей, состоящих в официальном и неофициальном браке, нами было проведено эмпирическое исследование.

Испытуемые: 64 респондента (студенты вузов г. Москвы, мужчины и женщины): 32 человека - имеющие неофициальный брачный статус и 32 человека - имеющие официальный брачный статус.

Нами были использованы следующие методики:

1. Тест «Потребности» или «парные сравнения». В.В. Скворцов (модификация И.А. Акиндиновой) (В.П. Пугачев. Тесты, деловые игры, тренинги в управлении персоналом, 2003)

2. Методика Дембо – Рубинштейн «Шкала самооценки и уровня притязаний» (А.М. Прихожан Применение методов прямого оценивания в работе школьного психолога, 1988)

3. Опросник ценностей Шварца (В.Н. Карандашев Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство, 2004)

4. Опросник «Профиль созависимости» (Н.Г. Артемцева Феномен созависимости. 2012)

Для обработки данных применялся t-критерий Стьюдента (Statistica 7.0.).

Мы выяснили, что личностные ценности людей с неофициальным и официальным брачным статусом имеют статистически значимые различия. А именно, люди с неофициальным брачным статусом в отличии от людей с официальным брачным статусом, менее подвластны общественному мнению и установкам (T=3,0633 при p=0,003). Для них менее характерно строить свою жизнь согласно общественным ожиданиям. Люди с неофициальным брачным статусом менее склонны сдерживать свои желания и поступки, которые могут противоречить желаниям окружающих, или причинять им вред. Они в большей степени самостоятельны, полагаются в основном на свои взгляды и ощущения, что нельзя сказать о людях с официальным брачным статусом (T=-2,0052 при p=0,05). Для людей с неофициальным брачным статусом, является важным быть независимыми во всех отношениях. Поэтому они предпочитают заниматься тем, чем захотят и когда захотят, более того они больше ориентированы на получение удовольствий. Жизнь полная впечатлений и наслаждений, является для них, по сравнению с людьми с официальным брачным статусом, одной из ведущих ценностей (T=-2,6602 при p=0,01). Поэтому ради удовлетворения своих желаний они готовы тратить и время и силы. Этим также можно объяснить, почему для людей с неофициальным брачным статусом власть, как ценность является более важной, чем для людей с официальным брачным статусом (T=-2,8942 при p=0,005). Им необходимо контролировать людей и средства, с целью получить желаемое. Но помимо желания контролировать других, людям с неофициальным брачным статусом также важно контролировать и самих себя, в то время как людям с официальным брачным статусом необходим контроль извне.

В удовлетворенности потребностей у людей с официальным и неофициальным брачным статусом, также были обнаружены статистически значимые различия. Потребность в безопасности больше удовлетворена у людей с неофициальным брачным статусом, чем у людей с официальным брачным статусом (T=3,41564 при p=0,001). Это объясняется тем, что для людей с официальным брачным статусом данная потребность является более важной, и следовательно они больше нуждаются в ее удовлетворении. Они считают, что приобретение официального брачного статуса, как раз является для них решением этой проблемы. Людей с неофициальным брачным статусом больше заинтересованы в удовлетворении потребности в самовыражении, раскрытии своей индивидуальности. Для них главнее

реализовать себя в профессиональной деятельности, творчестве, чем думать о своей безопасности. Тем более что «безопасность» понимается людьми с официальным брачным статусом как одобрение общества, а как нам уже известно, люди с неофициальным брачным статусом на мнение общества ориентированы в меньшей степени. Удовлетворенность потребности в признании выше у людей с официальным брачным статусом (Т=2,93491 при р=0,005), и это естественно, ведь для них является важным быть принятыми и общественно одобренными, и официальный брачный статус дает им такую возможность. В то время как для людей с неофициальным брачным статусом важнее быть признанными в профессиональной деятельности, творчестве, к чему они и стремятся. У людей с неофициальным брачным статусом потребность в социализации удовлетворена больше, чем у людей с неофициальным брачным статусом (Т=-2,75360 при р=0,008). Первым для раскрытия своей индивидуальности и самовыражения, необходимо иметь как можно больше социальных контактов и ролей, но они не стремятся к подлинной близости. В то время как для людей с официальным брачным статусом это стремление характерно, удовлетворение этой потребности происходит в основном в брачных отношениях, и зачастую супружеская роль отнимает у человека много сил и энергии. Естественно, что и потребность в самовыражении удовлетворена больше у людей с официальным брачным статусом, чем у людей с неофициальным (Т=-2,75360 при р= 0,008). Так как для людей с неофициальным брачным статусом, данная потребность является ведущей, для них важно стремиться к наиболее полному раскрытию себя, использованию своих знаний и умений, осуществлению собственных замыслов, реализации индивидуальных талантов и способностей, достижению всего желаемого. Как правило, такая реализация происходит в профессиональной деятельности, творчестве, поэтому большая доля сил и энергии человека направлена в эти сферы, в то время как силы людей с официальным брачным статусом устремлены внутрь семьи, на удовлетворение ее потребностей.

Самооценка у людей с неофициальным и официальным статусом также имеет статистически значимые различия. Люди с неофициальным брачным статусом выше оценивают свой авторитет у сверстников (Т=-2,6250 при р=0,01). И это объяснимо. Мир меняется, и неофициальный брак становится для молодежи все более модным и приемлемым, но идущим вразрез с общественными устоями. Поэтому такая форма брака является своеобразным шагом против общественной системы, и несет авторитет и престиж среди сверстников, но не среди старшего поколения. Помимо этого, как мы уже упоминали, люди с неофициальным брачным статусом считают себя самостоятельными и независимыми, что, по их мнению, является авторитетным. Так как мы уже говорили, что люди с неофициальным брачным статусом больше, чем люди с официальным, ориентированы на творчество, самовыражение и реализацию своих возможностей,

они выше оценивают свое умение делать многое руками, чем люди с официальным брачным статусом (Т=-2,4439 при р=0,02). Люди, имеющие неофициальный брачный статус, выше оценивают свой характер, чем люди с официальным брачным статусом (Т=2,7408 при р=0,008). Это говорит о том, что первые более способны принять свою истинную индивидуальность, со всеми ее достоинствами и недостатками, в отличии от вторых. Тем более что по профилю созависимости у людей с официальным и неофициальным брачным статусом также обнаружены различия. Люди с официальным брачным статусом более созависимы по отношению к своему брачному партнеру и общественному мнению, чем люди с неофициальным брачным статусом. При сравнении результатов обеих групп были получены статистически значимые различия по следующим вопросам: 1) «Я чувствую себя хорошо, если помогаю другим людям» (Т=2,5054, при р=0,02) 2) «Я люблю дарить подарки и оказывать услуги людям, о которых забочусь» (Т=2,4907, при р=0,02) 3) «Меня беспокоит, как окружающие меня люди будут реагировать на мои чувства, взгляды, поведение» (Т=2,2002, при р=0,003) 4) «Для меня желания, чувства и мысли других важнее, чем мои собственные» (Т=2,8662, при р=0,005).Первые ставят желания, мнения и взгляды партнера выше своих собственных, а это значит, что они являются эмоционально зависимыми от партнера. Они также боятся, как воспримет и отреагирует на их взгляды, мнения и желания их партнер, а это естественно не позволяет им расслабиться и раскрыться. Постепенно такие люди перестают понимать, чего они сами хотят и что думают по отношению к какой-нибудь проблеме. Так как всю ответственность они начинают возлагать на своего партнера.

На основании полученных результатов можно сделать следующий вывод: люди с неофициальным брачным статусом более склонны к уважению и принятию особенностей своего характера. Они выше, чем люди с официальным брачным статусом оценивают свой авторитет у сверстников. Это стремлению к авторитету, не случайно. Авторитет дарит власть, которая как мы уже говорили, является для них значимой. Также они выше, чем люди с официальным брачным статусом оценивают свое умение многое делать своими руками, что подтверждает уже полученный нами результат о важности потребности в самовыражении и о желании быть самостоятельными и независимыми.

Литература

Андреева Т.В. Психология семьи. СПб.: Речь, 2010. – 384 с.

Артемцева Н.Г. Феномен созависимости. М.:РИО МГУДТ, 2012 - 222 с.

Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство.— СПб.: Речь, 2004. [Электронный ресурс].

Прихожан А.М. Применение методов прямого оценивания в работе школьного психолога / Научно-методические основы использования в школьной психологической службе конкретных психодиагностических методик: Сб. научн. тр. / Редкол.: И.В. Дубровина (отв.ред.) и др. — М.: изд. АПН СССР, 1988. – 272 с.

Шнейдер Л.Б. психология семейных отношений. Курс лекций. – М.: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000 .- 512 с.

Харчев А. Г. Брак и семья в СССР. М.: Мысль, 1979. – 75 с.

МЕТОДИКА «ШКАЛА ОТНОШЕНИЯ К МОДЕ» (ШОМ) КАК ДИАГНОСТИКА ЛИЧНОСТНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О МОДЕ

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н.
ФГБУН Институт психологии РАН,
Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия
Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2016-0004

В статье представлен анализ психологического аспекта отношения к моде в структуре обыденного индивидуального сознания. Предложен диагностический инструментарий, измеряющий субъективно-личностное отношение к моде у отдельного человека.

Ключевые слова: личностные смыслы, представление, отношение, индивидуальность, мода, диагностика.

THE TECHNIQUE "SCALE OF ATTITUDE TOWARD FASHION" (SAF) AS DIAGNOSTICS OF PERSONAL IDEAS OF FASHION

Artemtseva N.G., Grekova T.N.
Institute of Psychology RAS,
Moscow State University of Design and Technology, Russia

The analysis of psychological aspect of the attitude towards fashion in structure of ordinary individual consciousness is presented in article. The diagnostic tools measuring the subjective and personal attitude towards fashion at the certain person are offered.

Keywords: personal meanings, representation, relation, identity, fashion, diagnostics.

Мода - сложный многозначный феномен, выступающий индикатором исторических социокультурных изменений в обществе. Несмотря на то, что стереотипы обыденного сознания по-прежнему связывают моду с одеждой, манерой одеваться, быть модником, такие современные аспекты

моды как экономика, политика, наука, образование, современные технологии, медицина значительно расширяют содержательное пространство моды. В индивидуально-личностном плане влияние моды проявляется на уровне субъективных предпочтений и ценностно-смысловых ориентиров конкретного человека - увлечения модными книгами, музыкой, картинами художников, подверженность модным эталонам мира вещей, отношений, поведения, образа жизни, мировоззрения.

По содержательной наполненности термин «мода» относится к сложным понятиям. По своей структуре включает в себя множество обобщаемых в данном понятии объектов и их признаков: массовость моды, ее изменчивость, зависимость от социальных запросов времени, быстротечность, цикличность, динамичность, диалектический характер развития моды.

Мода, как любое фундаментальное понятие, имеет статус и научного, и обыденного, житейского. Поэтому может быть изучено через значение и личностный смысл, которые в психологии рассматриваются как оппозиция: значение выступает носителем общего социокультурного и исторического опыта, а личностный смысл - как субъективная интерпретация этого значения в рамках индивидуального опыта. Психологическое содержание моды представляет собой единое семантическое пространство, в котором интегрируются объективные и субъективные смыслы моды: массовость – уникальность, демократичность – элитарность, новизна – постоянство. Двойственность существует уже в самой этимологии слова «мода», которая идет от латинского modus - мера, способ, образ, правило, норма и от санскритского madh - мерить, взвешивать.

Общее содержание понятия «мода» исследуется исключительно в рамках культурологической и социологической традиции. Культурологи рассматривают феномен моды как составляющий элемент общественной структуры культурного пространства, не только материального, но и духовного. В научных работах культурологов последних лет мода понимается как механизм выработки норм ценностей культуры, оказывающий влияние на формирование «человека модного» как субъекта культурной деятельности. В исследованиях философов, социологов и культурологов наиболее полно раскрывается объективное содержание понятия «мода» как одной из внешних форм культуры и социального опыта. Выделяется способность моды быть одновременно демократичной и элитарной, отражать амбивалентную потребность человека - отличаться от других и быть похожим на других. Мода рассматривается как форма проявления коллективного поведения и подчеркивает роль молодежи в развитии модного движения.

А.Б. Гофман поставил ряд важных вопросов: как выделить собственно моду, как достаточно достоверно и надежно очертить ее границы и отделить ее от того, что модой не является, что есть мода по существу, что

скрывается за бесконечной сменой отдельных мод. В своих работах А.Б.Гофман отмечает универсальность, массовый характер моды, социальную природу ее свойств, объединяющих всех участников моды на уровне стандартов и атрибутивных ценностей, рассматривает моду как одну из форм, один из механизмов социальной регуляции и саморегуляции человеческого поведения: индивидуального, группового и массового (Гофман, 2010).

Однако все эти размышления касаются только общих закономерностей внешних проявлений моды. При этом роль субъективного фактора в моде не отрицается, но его значимость в контексте моды, как феномена массовой психологии, отступает на второй план. Теоретическое осмысление глубинных субъективных основ моды как феномена личной психологии, внутренних механизмов восприятия и отношения к моде остается за пределами культурологических, социальных и социально-психологических исследований.

Личностный смысл понятия по своему субъективному семантическому содержанию противопоставляется объективному содержанию значения понятия. В психологии под личностным смыслом понимается избирательное пристрастное отношение субъекта к окружающему миру, выраженное в значениях.

Личностный смысл проявляется в эмоционально оценочном характере суждений, представлений и отношений к внешним объектам и относится к глубинным пластам индивидуального обыденного сознания человека.

Анализируя моду как отношение, М.И. Килошенко приходит к выводу, что объективная реальность моды, представленная поведением субъекта моды, и переживания субъекта моды по поводу этой реальности определяют суть моды конца XX столетия - моды как отношения. Поэтому мода в широком смысле слова может быть определена как существующее в определенный период и общепризнанное на данном этапе отношение людей к внутренним и внешним формам культуры (Килошенко, 2014).

Это определение автора расширяет известное общепринятое определение моды за счет введения дефиниции «внутренние формы культуры», не обосновывая и не уточняя, что подразумевается под этим.

По нашему мнению, уже само понятие «мода» содержит в себе объективную и субъективную реальность, где внешние проявления моды объективно существуют в значении понятия, а внутренний мир субъекта моды вмещает в себя всю многогранную семантику личностных смыслов в отношении к моде.

Личностный смысл моды становится приоритетной характеристикой в современных дизайнерских исследованиях образно-символической проблематики костюма, образно-информационных структур моды, семантических особенностей визуального пространства моды, механизмов визуали-

зации модной формы женской одежды. Тем не менее внутренняя составляющая отношения к моде остается до сих пор за границами внимания современных исследователей моды как психологического феномена.

В последнее время были проведены комплексные исследования, где изучались субъективные параметры оценок моды: психологические особенности восприятия стилей одежды, гендерные стереотипы одежды, психологическая стилистика имиджа (Артемцева, Грекова, 2013; 2015; Грекова, Петушкова, Путилина, 2015).

Результаты этих исследований значительно расширили диапазон научно-практических знаний о психологических особенностях человека как субъекта моды, о связи внешних и внутренних механизмов функционирования моды.

Так, например, И.В. Антоненко и И.Н. Карицкий разработали «комплексную многомерно-параметрическую концепцию пяти культурных слоев моды в одежде» (Антоненко, Карицкий, 2014, с.105). Однако все эти исследования не исчерпывают назревшую потребность в более серьезном подходе к изучению психологического содержания моды и его субъективной составляющей. Одной из причин сложившейся ситуации является отсутствие диагностического инструмента, позволяющего выявить субъективный смысл моды.

Наше исследование - попытка уточнить и конкретизировать представление о психологическом содержании моды в структуре обыденного индивидуального сознания на внешнем и внутреннем уровнях, и создать диагностический инструментарий, измеряющий субъективно-личностное отношение к моде у отдельного человека.

В результате первого этапа проведенного нами исследования были получены общие и индивидуальные компоненты восприятия моды посредством анализа ассоциаций испытуемых:

общее - образ жизни, круг общения, ценности, предпочтения в выборе профессии, одежды, курорта, места жительства - все это присутствует в нашей повседневной жизни, несмотря на изменения содержания этих понятий;

особенное - понимание стиля как борьба за индивидуальность даже вопреки моде и создание модных направлений.

В процессе анализа ассоциаций мы обнаружили, что смысловые доминанты ассоциативных рядов испытуемых имеют или коннотативные характеристики, или отражают денотативные значениия (Артемцева, Грекова, 2013).

Целью второго этапа исследования стало изучение отношения к моде в структуре индивидуального обыденного сознания.

На основании теоретического анализа и контент-анализа результатов проведенного эмпирического исследования мы составили опросник «Шкала отношения к моде» (ШОМ).

Методика «Шкала отношения к моде» (ШОМ) предназначена для измерения степени проявления внешнего и внутреннего компонентов отношения к моде.

При проведении исследования выборку респондентов составили 233 человека (200 женщин и 133 мужчины) в возрасте от 17 до 45 лет, люди разных профессий с высшим, неоконченным высшим, средне-специальным и средним образованием. Участие респондентов в исследовании было добровольным.

Процедура проведения исследования. По своей форме проведения опросник «Шкала отношения к моде» является индивидуальным и не требует какого-либо оборудования. Респондентам предлагался бланк опросника и сообщалось о цели проведения исследования, а также давалась гарантия о неразглашении результатов и предоставлялась возможность отказаться от участия в опросе, если они не желают этого по каким-либо причинам.

Затем респондентам давалась инструкция, где испытуемому предлагалось оценить по шкале от 1 до 10 (где 1-«абсолютно не верно», а 10 - «абсолютно верно») насколько приведенные высказывания опросника подходят ему, а также заполнить анкетные данные. По окончании исследования респондентам давалась обратная связь.

Методы обработки и анализа данных. Для обработки данных был использован статистический пакет STATISTICA 7.0., а также SPSS v12.0 for Windows.

Методика «Шкала отношения к моде» (ШОМ) успешно прошла проверку на внутреннюю валидность и ретестовую надежность. Проведенный анализ показал достаточно высокую консистентность шкалы.

Для дальнейшего использования методики «Шкала отношения к моде» (ШОМ) создан окончательный вариант опросника, представленный ниже.

Ключ к обработке результатов: За каждый положительный ответ начисляется по 1 очку и подсчитывается их сумма. Чем выше набранная сумма баллов, тем более у него выражено внешнее и внутреннее стремление следовать моде.

Для лиц с высокими значениями «Шкалы отношения к моде» характерны такие свойства личности как удовлетворение потребности в безопасности, признании, демонстративность, высокая самооценка, стремление к самоактуализации и самовыражению. В своем поведении они руководствуются модными тенденциями и рекомендациями известных специалистов индустрии моды.

Бланк

ФИО_____ Возраст_____ Пол_____ Образование_____

<u>Инструкция:</u> На бланке для ответа вам предлагается ряд утверждений. При согласии с утверждением рядом с ним поставьте знак «+» («да»), при несогласии – «-» («нет»).

Текст опросника

1. Модный человек хорошо социально адаптирован
2. Комфорт и практичность важнее, чем мода
3. Мода – это внутреннее проявление себя
4. Мода задает определенные правила поведения и манеру одеваться
5. Мода – это ни в коем случае не вид искусства
6. Мода – способ привлечение внимания
7. Мода - способ манипуляции обществом
8. Мода - это творчество, создание нового, необычного
9. Мода – это гармония форм и пропорций
10. Мода - стремление к целостности между внешним и внутренним состоянием
11. Мода – это реализация желания выделиться
12. Мода - процесс познания мира
13. Мода - проявление внутренней потребности в познании нового
14. Мода – это общепризнанное направление, в котором должно двигаться общество

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Существует большое количество определений понятия «мода», которые ограничиваются рассмотрением общих закономерностей внешних проявлений моды.

2. Понятие «мода» следует рассматривать как единое семантическое пространство, где внешние проявления моды объективно существуют в значении понятия, а внутренний мир субъекта моды вмещает в себя всю многогранную семантику личностных смыслов в отношении к моде.

3. Опросник «Шкала Отношения к моде» (ШОМ) удовлетворяет требованиям надежности, внутренней валидности, внешней валидности, конструктной валидности.

4. Методика ШОМ пригодна для использования на русскоязычной популяции, как измерительное средство для исследований и диагностики субъективно-личностного отношение к моде на внешнем и внутреннем уровне у отдельного человека.

Литература

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная перцепция культурных слоев одежды // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой

промышленности (ИННОВАЦИИ - 2015). Сборник материалов международной научно-технической конференции. М.: МГУДТ, 2015. – С.202-206

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Общее и особенное в восприятии моды: постановка проблемы // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2013. – №4. – С.97-104.

Артемцева Н.Г, Грекова Т.Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2015. №47.(Электронная версия).

Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 4-е издание, исправленное и дополненное: М.: КДУ, 2010.

Грекова Т.Н., Петушкова Г.И., Путилина Е.М. Дизайн костюма: проблемы выбора стилевого архетипа. Учебное пособие. М.: МГУДТ, 2015.

Килошенко М.И. Психология моды. СПб., 2014.

ВЫБОР МОДНЫХ АКСЕССУАРОВ КАК ТВОРЧЕСКОЕ ОТНОШЕНИЕ К САМОПРЕЗЕНТАЦИИ КОММУНИКАНТОВ

Артемцева Н.Г., Крылова В.Б.
ФГБУН Институт психологии РАН,
ИП Щаницин А.Н., Москва, Россия

Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2016-0004

В статье представлены результаты эмпирического исследования восприятия психологических характеристик объект-коммуникантa по его фотопортрету «с бородой и без». Выявлено, что при восприятии психологических характеристик объект-коммуникантa с модным аксессуаром (борода) и без него по его фотоизображению характеристики оцениваются частично по-разному. Показано, что восприятие психологических характеристик коммуникантa по его лицу опосредовано его представлениями о моде.

Ключевые слова: психология моды, модные аксессуары, восприятие, объект-коммуникант, субъект-коммуникант.

CHOICE OF FASHION ACCESSORIES AS A CREATIVE APPROACH TO THE PRESENTATION OF THE COMMUNICANTS

Artemtseva N.G., Krylova V.B.
Institute of Psychology RAS,
I.P. Sinitsyn A.N.

The article presents the results an empirical study on the psychological characteristics of the perception of images by a communicant with such fashion accessory as a beard, as well as the study of the perception of psychological

characteristics of the face of the communicant mediated his ideas about fashion were conducted. It was revealed that the perception of psychological characteristics of the communicant with a fashion accessory and without it on his photographs, characteristics assessed partly, in different ways.

Keywords: fashion psychology, fashion accessories, perception, object-communicant, subject-communicant.

Современное общество предъявляет все более возрастающие требования к внешнему виду человека, его одежде. От внешнего облика человека часто зависит получение им престижной работы, успех в любовных и дружеских отношениях, симпатия со стороны окружающих людей. Поэтому не удивительно, что современный человек тратит огромные средства на оформление своего внешнего вида, приобретая одежду, косметику, посещая косметические салоны, переходя на сложные виды диет, подвергая себя пластическим операциям.

Мода на протяжении нескольких веков выполняла частичную роль социального регулятора в обществе, являясь продолжением обычая в традиционном обществе. На данном этапе, человек формируется как личность, исследуя и пробуя различные образы, идеалы красоты. Человеку необходимо вписаться в общество, занять определенную нишу, показать свой статус или, подражая, стремиться к желаемому. Внешность достоверно отражает главные характеристики человека, которые учитываются в общении с ним окружающими людьми: пол, возраст, социальный статус, личностные черты и пр. Внешность человека является средством выражения внутреннего мира личности, ее самопредъявления во взаимодействии с другими людьми. Особое внимание уделяется роли одежды в анализе внешности человека. Так, например, И.В. Антоненко и И.Н. Карицкий (2014) разработали комплексную многомерно-параметрическую концепцию пяти культурных слоев моды в одежде. Исходя из содержания этой концепции, можно сделать вывод, что одежда и модные аксессуары могут кардинально изменить восприятие личности человека по его внешнему облику. Изучение роли модных аксессуаров в самопрезентации коммуникантов (в частности бороды у мужчин) как проявление творческого подхода к оформлению своей внешности становится очень актуальной проблемой.

В процессе общения впечатление о другом человеке формируется достаточно быстро, иногда спонтанно и порой за очень короткий промежуток времени. Одной из важнейших детерминант формирования такой мгновенной оценки является не только опыт субъекта восприятия, так называемого наблюдателя, но и внешность воспринимаемого человека, особенно, обращает на себя значительное внимание, выражение его лица. В науке накоплено много данных, показывающих, что оценка индивидуально-психологических особенностей человека по выражению его лица не

только возможна, но может быть точной и адекватной (см., напр., Лицо человека в науке, искусстве и практике, 2015).

Однако существуют факторы, мешающие правильному восприятию людей. Одним из таких факторов является сокрытие нижней части лица человека. На наш взгляд нижняя часть лица человека очень информативна и потому такой модный аксессуар как борода, меняет мнение о человеке и влияет на первое впечатление о нем. Грамотно подобранная борода, может сильно изменить образ мужчины, а как выяснилось из нашего эксперимента и образ женщины. К сожалению, многие представители сильной половины, все больше стремятся к так называемому андрогинному, почти бесполому образу. Все чаще мы стали видеть на страницах журналов моделей-андрогинов. Из-за большого количества публичных андрогинов, у нас складывается своеобразное представление о мужественности. Метод «с бородой и без» позволяет исследовать восприятие обобщенных психологических характеристик коммуниканта по его изображению.

На первом этапе исследования проверялась *гипотеза,* что при восприятии психологических характеристик коммуниканта с модным аксессуаром (борода) и без него по его фотоизображению характеристики оцениваются частично по-разному.

Испытуемые: 50 респондентов (29 женского пола и 31 – мужского пола), в возрасте от 21 года до 58 лет. Образование не ниже среднего. Все испытуемые совершеннолетние и трудоспособные.

Методики: 1.«С бородой и без» (Н.Г. Артемцева, В.Б. Крылова, 2015). Методика представляет собой комплект из 8-ми карточек (15 х 21 см) с цветным фотопортретом (2 персонажа - мужчины с бородой и без, а также 2 персонажа - женщины с бородой и без). 2.Метод субъективного шкалирования (модификация Н.Г. Артемцева, 2003).

Условия проведения: испытуемым предлагался регистрационный бланк для заполнения, в котором было необходимо указать пол и возраст, уровень образования, свои инициалы. Далее последовательно каждому испытуемому предъявлялись карточки с фотоизображениями в произвольном порядке и протокол. Исследование проводилось в индивидуальной форме, время рассматривания фотоизображений не ограничивалось.

Результаты: при анализе всех оценок по протоколам выделились три основных группы испытуемых, у которых: а) оценки фотоизображения с бородой и без бороды полностью совпадают; б) оценки фотоизображения с бородой и без бороды частично соответствуют друг другу; в) оценки фотоизображения с бородой и без бороды различаются абсолютно.

Из 200 протоколов 184 показали частичное совпадение, 2 полностью совпадают и 14 не совпадают совсем.

С целью проверить различия на статистическую значимость, мы применили Т-критерий Стьюдента (СТАТИСТИКА 7). По результатам исследования оценки всех карточек статистически значимо различаются по

следующим шкалам: «Умный – Безумный», «Сильный – Слабый», «Задумчивый – Легкомысленный», «Общительный – Замкнутый». Так по фотоизображениям, на которых изображены мужчины, испытуемые характеризовали человека без бороды, как сильного, умного, задумчивого и общительного, чем с бородой. В то время как по фото, на которых изображены женщины, испытуемые дали прямо противоположные характеристики.

Анализ литературы приводит к выводу, что чисто выбритое лицо должно иметь какие-то преимущества, которые не видны на первый взгляд. Например выделяется такая характеристика как «Дружелюбие» (к ней можно отнести оценки по шкалам «Добрый – Злой», «Нежный – Грубый»). Мы не получили значимых различий по этим шкалам, а значит наличие бороды, по мнению испытуемых, никак не влияет на дружелюбие. Далее мы предположили рассмотрели такое преимущество, как «открытость», что можно определить по шкалам: «Общительный – Замкнутый», «Экстравертированный – Интровертированный». И получили значимые различия по шкале «Общительный – Замкнутый», выяснилось, что для фотоизображений мужчин испытуемые дали оценку людей без бороды, как более общительных, в случае же с фотоизображениями женщин – наоборот. А это значит, что наличие или отсутствие такого модного аксессуара, как борода, создает образ более общительного человека. Рассмотрим еще одно интересное для нас преимущество, как «Женоподобность». Его бы будем определять по следующим шкалам: «Сильный – Слабый», «Мягкий – Жесткий», «Нежный – Грубый» и «Чувственный – Рациональный». Результаты дали нам значимые различия лишь по шкале: «Сильный – Слабый». И тут фотоизображениям мужчин испытуемые дали оценку людей без бороды, как более слабых, в случае же с фотоизображениями женщин – наоборот. Это является очень интересным результатом, так как считается, что наличие бороды, делает образ мужчины более сильным и мужественным. По другим же шкалам значимых различий не выявлено. Таким образом можно сказать, что борода влияет на восприятие такой характеристики, как «женоподобность», лишь частично.

На втором этапе исследования проверялась *гипотеза,* что представления о моде субъект-коммуниканта опосредовано его психологическими характеристиками.

В результате обработки результатов опросника «Шкала отношения к моде» (Н.Г. Артемцева, Т.Н. Грекова, 2015) и данных протоколов субъективного шкалирования оценки себя были получены статистически значимые корреляции (СТАТИСТИКА 7). Тот кто оценивает себя более вовлеченным в социум (человек для которого важно общественное мнение), также считает, что мода – это способ привлечение внимания ($r=0,3$ при $p < 0,05$). Такой человек будет поддерживать свою бороду в идеальном порядке. Борода будет подстрижена в соответствие с последними веяниями моды. Для того, кто оценил себя более слабым, мода является реализацией

желания выделиться($r=0,3$ при $p < 0,05$). Борода таких людей, может эпатировать окружающих причудливыми формами и даже неожиданными цветами. Если человек отстраненный, то он не считает, что мода – это общепризнанное направление, в котором должно двигаться общество ($r=0,31$ при $p < 0,05$), а значит, он не будет думать о состоянии бороды. Она будет выглядеть неухоженной.

Понятие моды часто обозначает самую непрочную и быстро проходящую популярность. А бывает, приносит человеку славу на долгие годы. Выводы, которые мы сделали из оценок опросника «отношение к моде», говорят о том, что для многих людей мода – это еще и способ решить для себя какие-то внутренние проблемы. Мода создает образ успешного, уверенного в себе, социально хорошо адаптированного представителя общества, что дает шанс человеку скромному или застенчивому привлечь к себе внимание и получить хорошую работу или быть более успешным в отношениях с противоположным полом. Также с помощью моды можно развеять повседневную скуку. Люди устают от одного и того же образа, равно как и одной и той же одежды. Они стремятся изменить свой образ и покупают для этого новую одежду. С помощью моды люди стремятся выделиться, хотят получить признание со стороны окружающих. Эти две выгоды, однако, могут быть разнонаправлены. Если изменить что-то радикально, то, вполне возможно, подчеркнув свою индивидуальность, столкнутся с неприятием со стороны окружающих. Человеку сильному, мода не очень важна, а иногда ее несоблюдение даже позволяет, что называется «оставаться в тени». Но и сильный человек часто стремиться подчеркнуть свою индивидуальность.

Во многом изменить или дополнить образ помогают аксессуары. Универсальная функция аксессуаров в культуре – приспосабливать, вписывать человека в тот или иной жизненный контекст. Это обеспечивает продуктивную коммуникацию и успешную деятельность. Аксессуары одновременно подстраивается под среду и трансформируют ее в необходимом направлении.

Для представителей сильного пола придумано не так уж много аксессуаров. Сегодня мужские аксессуары образует универсальную систему знаков и их прочтения. С помощью аксессуаров мы можем определить не только статус и благосостояние человека, но и индивидуально-личностные качества. С помощью маленького штриха можно выгодно освятить те достоинства, которые при других обстоятельствах не были бы замечены. Это утверждение, как не странно, относится и к бороде.

К сожалению, мужчины не всегда стремятся придерживаться общих модных тенденций. Они не задумываются, что борода позволяет не только решать «согревающие функции», но и дает возможность еженедельно создавать новый образ. В конце концов, от бороды во многом зависит, насколько человек будет себя комфортно чувствовать, каким у него будет

внутреннее ощущение. Особенно уверенное ощущение мужчине пригодится, к примеру, когда ему предстоит собеседование или свидание. Растянутые спортивные брюки, лохматые грязные волосы, вряд ли такое «стильное» сочетание привлечет противоположный пол. Женщинам по душе мужественные мужчины, те, кто умеют себя преподнести.

Анализ результатов исследования показал, что мужчину без бороды испытуемые оценили более сильным и умным, в то время как женщину более сильной с бородой.

Мужчины привыкли чувствовать себя «настоящими мужиками» и они боятся быть отвергнутыми и выглядеть слабыми в глазах женщин, поэтому те результаты, которые мы получили представляют большой интерес для дальнейшего и более глубокого исследования данного вопроса.

Также мы определили, что чем сильнее человек, тем менее он обеспокоен вопросами моды. Это может сыграть «злую шутку» с человеком, так как известно, встречают по одёжке, потому привлекательный внешний вид - это уже половина успеха в общении с противоположным полом, в бизнес встречах, и просто в новых знакомствах с другими людьми.

Таким образом, на основании вышесказанного можно сделать общий вывод, что при восприятии психологических характеристик коммуниканта с модным аксессуаром (борода) и без него по его фотоизображению характеристики оцениваются частично по-разному, а так же что представления о моде субъект-коммуниканта опосредовано его психологическими характеристиками.

Литература

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная перцепция культурных слоев одежды // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ - 2015). Сборник материалов международной научно-технической конференции. М.: МГУДТ, 2015. – С.202-206.

Артемцева Н.Г. Восприятие психологических характеристик человека по «разделенному лицу». Автореф.дисс……к.психол.н. М., 2003.

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Общее и особенное в восприятии моды: постановка проблемы // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2013. – №4. – С.97-104.

Артемцева Н. Г, Грекова Т.Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2015. – №47.(Электронная версия).

Крылова В.Б. Социальная перцепция коммуниканта с модным аксессуаром. Дипломная работа. М.: ИСИ МГУДТ. 2015.

Лицо человека в науке, искусстве и практике / Под ред. В.А. Барабанщиков, К.И. Ананьева, А.А. Демидов. М.: Московский институт психоанализа, 2015.

ВОСПРИЯТИЕ ГРАФФИТИ В ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ - КИТЧ ИЛИ ИСКУССТВО?

Архипова Н.А.
Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В работе представлены эволюционные этапы развития граффити в городском пространстве – от девиантного китча до произведения искусства, вдохновляющего зрителей на положительные действия и поступки. Результатом данного исследования является обоснование необходимости принятия протестных рисунков уличных художников для направления их творческого потенциала в положительное русло и создания созидательных изображений лояльно вписывающихся в городское пространство.

Ключевые слова: граффити, китч, уличное искусство, проблема восприятия, современное искусство.

PERCEPTION OF GRAFFITI IN THE CITY SPACE - KITSCH OR ART?

Arkhipova N.A.
Moscow State University of Design and Technology, Russia

The paper presents the evolutionary stages of the development of graffiti in the city space - from deviant art to kitsch, inspiring viewers to positive actions and deeds. The result of this research is to study the need for protest pictures of street artists to direct their creativity in a positive way and create a loyal creative images fit into the urban space.

Keywords: graffiti, kitsch, street art, the problem of perception, modern art.

В настоящее время уличное искусство граффити приобретает огромные сферы влияния в оформлении города, улиц, книг, витрин, фасадов зданий, рекламных и политических брандмауэров. Также делаются первые шаги в направлении институционализации граффити, как современного искусства. В этом понимании строго отсеиваются материалы тюремных татуировок и заборной символики, а символика композиции, колорита, каллиграфии становятся канонами этого искусства. Принято считать, что всякое художественное произведение следует изучать только в контексте социально-культурного символизма. Но не будет ли изучение в искусстве граффити только композиции и колорита разрушением этих принципов?

Уличное искусство постепенно и уверенно переводят из разряда правонарушений в разряд изобразительного искусства. Теперь мы рассматриваем это наряду с наскальной палеолитической живописью. Этот поворот нельзя было остановить, и нельзя было недооценивать значение этого ис-

кусства. В искусстве граффити есть нечто общее с таким некогда вызывающим течением авангарда, и его направлениями, как экспрессионизм, кубизм, фовизм, дадаизм. Изначально художники по граффити в отличие от современных художников не стремятся занять нишу в знаменитых музеях, довольствуясь стенами никому неведомых брандмауэров и заброшенных зданий.

Если изначально граффити воспринималось обществом как китч, как девиантное поведение, то сейчас мы видим именитых мастеров своего дела, различные тонкости, оригинальные работы, стилевые школы разных стран - все то, искусство, без которого город станет пустым. Граффити со временем перерастает из маргинального движения в концептуальное и актуальное искусство. Все происходит по той причине, что оно врывается в городское пространство без всевозможных разрешений и бросает вызов устоявшимся нормам урбанистического поведения (Ch.P.Acker, 2013).

Желание граффитистов создавать свои фрески на фасадах зданий, в труднодоступных местах говорит о том, что искусство не несет прямого социального протеста. Но это нельзя сказать, о работах скандальной группы «Война», которые нацелены на социальную реакцию зрителей. При всей оригинальности стилей, художники не претендуют на историческую новизну, свойственную современному искусству. Многие художники остаются почти всегда анонимными, их могут знать только близкие знакомые, отличают их только по своему индивидуальному стилю в искусстве граффити. Но зачем нужна анонимность? Можно ли ее сравнивать с анонимностью фольклора, дистанцией художника-зрителя? Фольклорное искусство принято считать локальное, семейное, деревенское, местное, а в граффити мы видим неожиданный для фольклора интернационализм, универсальность, в которой локальность отходит на второй план. Граффити напоминает вездесущую промышленную рекламу, которая вжилась в город и стала его составляющей. Понятие о том, что граффити, наносится только на стены, давно ушло. Сейчас граффити, это высокотехнологичное искусство, занимающее каждую область нашей социальной жизни: интернет, печатные средства массовой информации, мода, современная наружная реклама. Граффити – это постоянно развивающаяся визуальная коммуникация (J.Tulke, 2013).

Почему граффити принято считать агрессивным искусством? Во многом уличное искусство схоже с рекламой: яркие краски, провокационные сюжеты. Надломленные ритмы линий в каллиграфических работах, где каждый художник, старается быть узнаваемым, развивая свою индивидуальную технику и стиль.

В понимании этого феномена противоречий, возникает вопрос, для какого зрителя создаётся данные метафорические “выкрики” граффити? Огромные фасады, расписанные замысловатыми персонажами адресованы не кому то определенному, а всем без исключения, как большинство ло-

зунгов рекламных и политических кампаний. Эта двойная таинственность покрывает граффити внутри социального пространства. Так возникает состояние, в котором граффити приобретает положение ненаправленности, и эта ненаправленность разрушает основополагающие коммуникационные признаки общества.

Вандализм, как одна из главных составляющих граффити, оказывается в состоянии языковой несовместимости, отказ от адресной коммуникации, выступает как аналог “немого” (Ch.P.Acker, 2013).

Однако существует некое влияние различной орнаментики, каллиграфических символов, изображения, символические фигуры, что делает граффити и концептуализм близкими течениями. Но в концептуализме концепция строится как рациональная игра с языком. Язык в данном случае обращается к разуму, а не к чувству. Граффити же не обращается “ни к чему”, не навязывая идеи.

Пытаясь определить область возникновения и практического применения, мы должны говорить и о групповых действиях и о солидарности художников и зрителей. И в тоже время об асоциальности как противопоставленности коллективному сознанию горожан.

Можно приводить в пример различные критерии - возраст, психология поколения и т.д. Возможно, граффити является одной из форм монументального самовыражения. Язык граффити в том роде имеет различные позиции в трактовке социальной адаптации: может быть направлен на коммерческие проекты и на протест против какой-либо системы. Но в одном, уличное искусство протеста и уличное искусство, направленное на социальную стабильность между обществом и художниками, имеют общее: уличное искусство далеко не раскрытое явление в искусстве, свободное от множества рамок и критериев.

Первое, что узнает человек, начинающий изучать уличное искусство - это то, что течение это плюралистичное. Этот факт, казалось бы, совершенно исключает возможность описание этого искусства как определенного феномена, как результат коллективного труда множества художников.

Каждое течение в искусстве провоцировало контртечения, каждая попытка сформулировать теоретическое определение искусства побуждала художников к созданию произведений не подходящих под новое направление.

В современном искусстве всегда существует множество образов, не соответствующих никакому вкусу, будь то вкус индивидуальный, высокий, маргинальный или массовый. Уличное искусство – это не маргинальное и не девиантное искусство, оно лишено множества предпочтений и понимания эстетики у общества. И общество, имея свои собственные нравственные понятия об искусстве, нарекает его маргинальным, лишенным высокого понимания красоты. Уже К. Малевич утверждал, что он борется против искренности в художнике. М. Бродтхерс говорил, что он начал заниматься

искусством, потому что захотел сделать что-то неискреннее (Th. McEvilley, 1999, с.7). Быть не искреннем - в этом ключе означает - создавать искусство, не апеллирующее к какому-либо конкретному вкусу, включая свой собственный - это тот парадокс, который появляется в современном искусстве.

В классическом модернизме уже прослеживается аналогия с современным уличным искусством. В контексте современного искусства отдельные произведения искусства стали парадоксальными предметами, например «Фонтан» Марселя Дюшана является и не является произведением искусства. «Черный квадрат» К. Малевича – одновременно и картина, и геометрическая фигура. Уличное искусство является и искусством и вандализмом, но эта видимость бесконечного плюрализма является иллюзией. В действительности существует лишь одна правильная интерпретация, которая навязывается зрителю: как предметы парадокса эти произведения искусства требуют идеальной самопротиворечивой реакции. Быть предметом парадокса – нормативное требование, относящееся к любому произведению современного искусства. В этом смысле даже самые радикально односторонние вещи могут рассматриваться как достойные внимания, если они способны восстановить нарушенное равновесие в сфере искусства в целом (Гройс, 2013).

Агрессивность и односторонность - значимые составляющие уличного искусства. В современных условиях уличное искусство может быть создано и представлено публике одним из двух способов: как искусство пропаганды, так и искусством потребления. В каждом из этих двух режимов создается множество работ. И одни работы воспринимаются публикой, другие становятся действием вандализма.

Материальное искусство привлекает внимание зрителей намного больше. Не стоит забывать, что все искусство авангарда создавалось как протест против общественного вкуса. Из этого следует, что демократизация аудитории - не является решением проблемы. Также не являются решением и просвещения зрителя, потому что все стоящее искусство создавалось вопреки каким-либо культивированным вкусам. Современные примеры включают исламистское видео, плакаты, функционирующие в контексте антиглобалисткого движения - такое искусство является пропагандой, а не товаром.

Несмотря на жанровое разнообразие, в уличном искусстве, существует общая идейная и стратегическая установка на подрыв существующего социально-символического порядка, на массированную “бомбардировку” социальных пространств, служащих финансовым интересам крупного корпоративного капитала.

В 2007 году Джон Райс снимает документальный фильм об уличном искусстве, озаглавлен императивом «Bomb it». Этот травелог рассказывает об особенностях всемирного распространения стрит-арта от Филадельфии до Кейптауна и от Нью-Йорка до Токио. Герои фильма - уличные худож-

ники с разных континентов, из разных этнокультурных контекстов, с разным уровнем образования. Безымянные арабские подростки из парижских пригородов, утверждающие “я ставлю тэг - значит, я существую” и воспринимающие стрит-арт, как оптимальную для постиндустриального мегаполиса форму жизни, форму бунта. Уличные художники и анонимные граффитисты своими “бомбардировками” пытаются символически уничтожить устанавливаемые сверху социальные иерархии, правила, запреты и предписания. Всех интервьюируемых в фильме уличных художников, несмотря на их национальные и социальные различия, объединяет жесткая нетерпимость к навязываемым социальным сценариям и ритуалам. Город принадлежит богатым? Нет, в их понимании принадлежит им самим. Если той же частой в городе появляются все различные билборды и плакаты, то так же будут появляться и надписи на стенах

Многие фильмы о стрит-арте - игровые, например такие как «Бомби систему!» (2002), или документальный: «Бомби Берлин! Спецпредложение!» (2010) — подчеркивают “бомбардировочную” сверхзадачу уличного искусства. Под “бомбардировкой” авторы фильма подразумевают метафорическую роль стрит-арта как военную операцию.

Во-первых, стрит-арт утверждает главенство социальной функции искусства, во-вторых, изымает искусство из традиционного для него музейно-галерейного пространства и перемещает в живой и непредсказуемый контекст улицы. При этом стрит-арт доводит до логического предела и воплощает (порой в пародийном или даже издевательском ключе) утопические проекты, стимулировавшие идейно-эстетические поиски искусства XX-XXI веков.

В первую очередь, это авангардный проект демократизации искусства, предполагающий, что любой дилетант, даже не обладая художественным образованием, способен стать подлинным художником, оставив неповторимую метку внутри городского ландшафта.

Во-вторых - модернистский проект тотальной демузеификации, предписывающий искусству полный и окончательный разрыв с каноническими формами культурного архива и заставляющий искусство искать себе место в пространстве непрогнозируемых экспериментов с городской средой.

Языки уличного искусства постоянно модифицируются, сливаются с городским окружением - граффити стало неотъемлемым визуальным языком города. На протяжении многих лет мы сталкиваемся с новыми изменениями этого течения: на смену плоскостному двухмерному измерению пришло трехмерное измерение изображений.

Но главная идейная составляющая осталась прежней, художники, как и раньше, вторгались в городское пространство, используя теперь для этого не всегда традиционные, этому движению, инструменты. Меняя манеру письма, развитие стилей, художник выступает как изобретатель. Рас-

сматривая образ художника этого закрытого общества, мы видим личности стремящиеся создать свой стиль не похожий на другие. Для публичного демонстрирования своей оригинальности художникам в определенный момент потребовались изменения, как стилистические, так и медийные инновации. По мере распространения, на этот раз, прототипом стали страны Европейского Союза. Волна граффити “наступала” на все уголки мира и каждый новый художник, вступивший в братство, стремился развить свое стилистическое “я” выдвинув его на новый уровень. В дальнейшем мы видим новую форму толкования граффити – как произведение искусства вне трансгрессивного контекста.

Со временем, среди художников по граффити стали известны и популярны для подражания их стилю такие имена как - Ник Уокер, Бэнкси, Паша 183, Шепард Фейри (псевдоним Obey), Адам Нит. Американские художники-граффитисты превратили данный вид искусства в настоящий бизнес: продажи работ на самых популярных аукционах, выпуск линии одежды и аксессуаров, выставки картины в галереях. Таким образов вывод проведенного исследования позволяет заключить, что в первой четверти XXI века граффити становится настоящим искусством, признанным во всём мире.

Литература

Букин С., Симонов А. Школа граффити. М.: Феникс, 2008.

Гройс Борис. Политика поэтики. М.: Ад Маргинем Пресс, 2013.

Christian P.Acker. Flip the script A Guidebook for Aspiring Vandals and Typographers. Gingko Press in association with Upper Playground. New York. 2013. – 224 с.

Julia Tulke. Aesthetics of Crisis. Street Art, Austerity Urbanism and the Right to the City. Free Researcher, aestheticsofcrisis.org. 2013. – 11 с.

Thomas McEvilley, Sculpture in the Age of Doubt, Allworth Communications, Inc., 1999. – 448 с.

РОЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ В ФОРМИРОВАНИИ МЕДИЦИНСКОЙ ОДЕЖДЫ

Бегичева О.Л., Чупахина М.А., Карпова М.А.
Государственный университет управления, Москва, Россия

В работе представлены результаты теоретического исследования роли профессиональных и исторических факторов на формирование медицинской одежды.

Ключевые слова: медицинский работник, медицинская одежда, больной, врач, медицина, униформа.

THE ROLE OF THE PROFESSIONAL FACTORS IN DESIGNING MEDICAL CLOTHES

Begicheva O.L., Chupahina M.A., Karpova M.A.
State University of Management, Moscow, Russia

In this work the results of the theoretical research on the role of the professional and historical factors in designing medical clothes are represented.

Keywords: medical worker, medical clothes, patient, doctor, uniform.

С момента своего рождения мода всегда была в центре внимания. Мода влияет на изобразительное искусство и дизайн, на литературу и технику, политику и идеологию... Она формирует образ жизни, вкусы, поведение людей. Одежда и мода составляют существенный момент социализации людей, неотделимы от антропогенеза и социальных представлений (Антоненко, Карицкий, 2015; Килошенко, 2014; Шинкарук, 2012). Создание одежды вовсе не означает, что она автоматически становится модной, а модельер, ее создавший, принимается обществом. Мода создается не отдельным индивидуумом, а командой специалистов, занятых в модном производстве, а потому мода это результат коллективной деятельности (Юнийа Кавамура, 2009).Свободное истолкование понятия «мода» подразумевает господство установленных вкусов и взглядов в определенной сфере жизни или культуры. В отличие от стиля мода (от лат. modus – «способ», «правило») отражает лишь поверхностные изменения и существует в общественной среде, как правило, недолгое время. Употребляя слово «мода», многие неверно ассоциируют его с одеждой. Следует различать совокупность предметов, покрывающих человеческое тело, и стремление постоянно видоизменять эти предметы в зависимости от обстоятельств. В качестве причины обновления бытия обычно выступают исторические события, хотя такие перемены нередко происходят под влиянием экстравагантной личности (Грицак).

Мода и профессиональные факторы оказали влияние и на формирование медицинской одежды. В формировании правильных взаимоотношений медсестры с больными, их родственниками, коллегами имеет значение не только духовный, но и внешний облик медсестры. Одежда, выражение лица, манера держать себя отражают некоторые аспекты личности медсестры и в частности, степень ее заботы, внимания к больному, способность к сопереживанию.

Еще Гиппократ указывал, что врачам следует «держать себя чисто, иметь хорошую одежду и натираться благоухающими мазями, ибо все это обыкновенно приятно для больных». Нельзя забывать, что больные хотят видеть медицинского работника идеальным специалистом, но если они об-

наруживают недостатки в его внешнем виде, то относят их к его профессиональной деятельности.

Медицинский работник не должен допускать небрежности при осмотре больных. Нельзя, например, не вымыть руки перед осмотром больного на дому. Неопрятность недопустима, так как в представлении больного она снижает престиж медицинского работника.

Недопустимо: ярко накрашенные губы, длинные лакированные ногти, пальцы, унизанные драгоценностями, ультрамодная прическа и т.д.

А больной ведь неравнодушен к этому, в излишнем внимании медицинского работника к собственной внешности он может заподозрить невнимание к себе как к больному. Желание иметь импозантную внешность довлеет у некоторых мед. работников над профессиональной осмотрительностью. Они забывают, что не полностью закрыта рукавом халата трикотажная кофточка, шерстяное платье увеличивают возможность инфицирования окружающих.

Каждый из нас, приходя в лечебное учреждение, не только ожидает от медицинского работника приветливого и доброжелательного отношения, но и обращает внимание на его внешний вид.

Белый халат – это неотъемлемая часть профессионального костюма представителя самой гуманной профессии – медсестры. Но когда и кто предложил именно белый халат, шапочку, а позже другие виды медицинского костюма? Как началась история медицинской одежды?

Известно, что во время эпидемий римские врачи для посещения больных облекались в особого покроя длинные платья. Лица их были закрыты, чтобы они не вдыхали заразы. На нос был надет – длинный клюв, наполненный благовонными веществами. В руках, облаченных в перчатки, они держали длинную палку, которой указывали, чем больной должен пользоваться и что принимать. Этим они ограждали себя от заразы и могли, не подвергая свою жизнь опасности, оказывать больным требуемую помощь. По всем улицам Рима бегали одетые таким образом врачи, вид которых был до того страшен, что дети обращались от них в бегство.

Похожий костюм носили врачи Европы во время эпидемий чумы, но с некоторыми дополнениями. Птичьего вида облачение из кожи покрывало врача с головы до пят; полагали, что такое одеяние способно защитить от заразы. В большой клюв клали приятно пахнущие травы для фильтрации заразы, передающейся по воздуху; в жезле был ладан, который, как думали, может защитить от нечистой силы. Даже отверстия для глаз, в которые вставляли стеклянные линзы, были защищены.

И все же в Средние века одежда врача или аптекаря ничем особо не отличалась от одежды ученого, богослова или простого, но зажиточного горожанина. Врачи одевались в дорогие мантии, украшенные драгоценными камнями. Знаменитый целитель и алхимик Парацельс, отражая всеобщее мнение, писал, что врачу подобает кроме соответствующей одежды

носить на руках кольца с драгоценными камнями. Золотое кольцо, плащ из черного драпа и малиновую шапочку вместе с дипломом доктора медицины по обычаям своего времени получил величайший гуманист и писатель Франсуа Рабле. Главным при ее выборе было стремление подчеркнуть свою значительность и состоятельность.

Постепенно на смену впечатляющим мантиям и драгоценностям как непременным атрибутам ученого-врачевателя пришел обычный сюртук. Вот тут-то, для того чтобы выделиться, эскулапам пришлось поломать голову, но вскоре был найден простой выход. Врачи стали ходить в больницу в одном и том же грязном сюртуке, забрызганном кровью. Такое постоянство отнюдь не являлось свидетельством их бедности, а, наоборот, было предметом гордости и служило доказательством большого опыта и востребованности владельца этого сюртука.

Хирургические операции проводились в операционных комнатах, напоминающих ярусный театр или амфитеатр. В центре операционной находился стол, окружённый несколькими рядами сидений, благодаря чему студенты и другие зрители могли наблюдать за ходом операции. Хирурги не использовали перчаток и были одеты в свою обычную одежду, поверх которой надевался фартук, защищающий одежду от пятен крови. Инструменты и принадлежности для операции были нестерилизованными.

Взгляды на профессиональную одежду для врачей в XIX веке претерпели существенные изменения. Пышные мантии и заляпанные кровью сюртуки сменила одежда, выполняющая принципиально другие функции. Главными критериями ее пригодности стали гигиеничность и удобство. Во второй половине XIX века докторский халат вошел в повседневную практику врачей. Слово «халат» заимствовано из арабского (hil at – почетное платье). Впервые в мире для врачей и среднего медицинского персонала белый докторский халат предложил Карл Андреевич Раухфус – врач-педиатр.

В 1886 году в госпитале Джона Хопкинса (США) военный врач Бладгут ввел резиновые перчатки для защиты рук хирурга от инфекции.

В середине XIX в. английский ученый Джозеф Листер развил теорию антисептики, и в это время начала появляться в гардеробе врачей специальная одежда, головные уборы и маски, которые выполняли уже санитарные функции и защищали пациента от инфекции.

С приходом эпидемии "Испанского гриппа" в 1918 году, и растущим интересом к антисептической теории Листера, некоторые хирурги начали носить хлопчатобумажные марлевые маски в операционной. Правда, делалось это отнюдь не для защиты пациента от инфекций, а для защиты самого хирурга от заболеваний, которыми его мог заразить пациент. В тоже время, персонал операционной начинает носить резиновые перчатки для защиты рук. Оперирующие хирурги неохотно принимают новые веяния.

Первоначально медицинская одежда, применяемая в операционных, была белой. Этим она символизировала чистоту. Однако комбинация яркого света ламп с белой окружающей средой в операционной вызывала зрительное напряжение у хирургов и медицинского персонала, что негативно влияло на операционный процесс.

В 50-е и 60-е годы многие больницы отказались от белого цвета в хирургической спецодежде в пользу оттенков зеленого и синего. Эти цвета контрастируют окружающей среде операционной, снижают усталость глаз и делают пятна яркой красной крови менее заметными на спецодежде. Многие больницы и клиники стали использовать различные цвета при выборе униформы для медицинского персонала для того, чтобы обозначить разные отделения.

В 70-е годы 20 столетия хирургическая одежда приобрела современный вид: куртка без застёжки с вырезом V-образной формы и короткими рукавами, прямые брюки. Современный операционный костюм (свободного покроя рубашка и брюки) синего, зеленого и светло-коричневого цвета появился в клинике Вишневского в Москве.

Белый цвет операционных костюмов используется редко, так как вызывает быструю усталость глаз. Даже при выборе кафеля для операционных предпочтение отдаётся темным или спокойным светлым оттенкам. Например, в клинике Купреянова в Военной медицинской академии есть зеленая и голубая операционные, названные по цвету кафеля. Часто предпочитают черные операционные, так как происходит поглощение яркого отблеска от ламп.

В настоящее время медицинская униформа представлена очень разнообразно, как в выборе фасонов, так и в выборе цветовой гаммы. Медицинские халаты же встречаются в различных вариациях. Одежду для медицинских работников изготавливают из хлопка или смесовой ткани (хлопок с полиэстером), благодаря чему врачи и медперсонал носят стильную, удобную и практичную спецодежду.

Императрица Мария Федоровна приблизительно в 1803 году учредила так называемые Вдовьи дома (дома сердобольных вдов), которые признано считать предтечей дела милосердия в России. Форма во вдовьих домах представляла собой: Темно-коричневое платье.

Впоследствии к платью добавился еще плат и передник. Обычно светлых расцветок. И уже в 1844 г.в упоминании Санкт-Петербургского заведения Общины сестер милосердия (впоследствии Свято-Троицкая община) есть почти четкое описание: темное платье прикрывалось белым передником, волосы - белым платком, «свернутым наподобие шляпки».

В последствии такая же одежда была у сестер милосердия и в Крестовоздвиженской общине, Кауфманской общине, Никольской общине, Иверской общине и др.

Все формы состоят из одних и тех же элементов: платье, фартук, накидка, нарукавная повязка, но у каждой общины они чем-то отличаются. Разница в цвете платья (синее, коричневое, серое), в форме накидки… Торжественно сияли белизной сестры только на параде, а когда они работали с больными, раненными солдатами, принесенными только что с передовой, фартуки и халаты становились серыми от крови, грязи, гноя… В таких полевых условиях невозможно было держать все в идеальной чистоте.

Форма одежды сестер РОКК 1914 г: зимой - шерстяное платье коричневого или серого цвета, белый передник с нашитым на груди красным крестом и белая головная косынка. Летом - платье из холста, того же цвета. На переднике сестры имели отличительный знак своего звания – нашитый на нагруднике знак Красного Креста (КК). Крест на фартуке (если он был), как правило, сажался на картон. Т.е. попросту говоря, картон обшивался красной тканью, потом крепился к фартуку. Зачастую вовремя войны, сестры зашивали туда деньги.

При исполнении своих обязанностей сестры носили на левой руке повязку со знаком КК, имевшую личный номер, что должно было подтверждаться особым удостоверением (в случае войны повязка носилась беспрерывно). Правилами ношения формы сестер милосердия и лицами женского санитарного персонала РОКК (1915 г .) запрещалось «носить неполную форму или искажать ее любыми аксессуарами, не соответствующими строгому облику сестры милосердия».

С утверждением к концу XIX в. в медицинской практике белого халата - сестры милосердия так же, как и врачи, стали использовать его во время службы в лечебных заведениях. Халат был длинный и совершенно глухой спереди (воротник стойка, завязки сзади), нередко поверх надевался еще и передник. Больные и раненные воспринимали их как ангелов, несущих избавление от боли и страданий.

Существенно преобразовываться традиционные медицинские халаты начали лишь в 70-х годах прошлого столетия, с развитием текстильной промышленности. Именно тогда, с изобретением новых видов смесовых тканей, возникла идея применять их для медицинской униформы.

В натуральное сырье добавлялись различные синтетические или вискозные полимеры. Естественная гигроскопичность хлопчатобумажной «дышащей» материи усиливалась свойством отталкивать влагу и кровь. Также, медицинские халаты нового поколения завоевали симпатии врачей и медицинского персонала своей «несминаемостью».

Современная медицинская одежда разнообразна, красива и практична. Современные медицинские костюмы удобны еще и тем, что в процессе рабочего дня выглядят свежо и элегантно. Она по-прежнему остается символом чистоты и здоровья.

Литература

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная психология одежды и моды // Вестник Университета Российской академии образования. 2015. – №3. – С.44-50.

Килошенко М.И. Психология моды. СПб., 2014.

Шинкарук М. Мода и модельеры-М.: АСТ, 2012.

Юнийа Кавамура. Теория и практика создания моды, М.: Гревцов Букс, 2009.

Грицак Е. Популярная история моды. Интернет источник: http://log-in.ru/books/elena-gricak-populyarnaya-istoriya-mody/ Последний визит: 19:30 21.03.16

КТО ИЛИ ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ СУБЪЕКТОМ ТВОРЧЕСТВА?

Богоявленская Д.Б.

Психологический институт Российской академии образования, Москва

В статье сделана попытка дать интерпретацию теориям творчества Я.А. Пономарева и О.А. Тихомирова, которые, с нашей точки зрения, раскрывают механизмы творчества как в основном сознательного процесса, зависящего от способностей и мотивации личности и предотвратить их интерпретацию как отрицающих ведущую роль сознания.

Ключевые слова: сознание, бессознательное, интуиция, эмоции, творчество.

WHO OR WHAT IS THE SUBJECT OF CREATIVITY?

Bogoyavlenskaya D.B.

Psychological Institute of Russian Academy of Education, Moscow

There is an attempt to interpret the theories of creativity of Ya. Ponomarev and O. Tihomirov, which, from our point of view, reveal the mechanisms of creativity as a conscious process generally, depending on abilities and motivation of the person, and to give up their interpretation as denying the leading role of consciousness.

Keywords: consciousness, unconsciousness, intuition, emotions, creativity.

В отличии от анализа трудовой деятельности, где ведущая, решающая роль сознания не подвергается сомнению, роль сознания как решающего фактора в процессе творчества передается бессознательному. «Неизбежный путь творчества: от инкубации к инсайту», – утверждает В.М. Аллахвердов (Аллахвердов, 2011).

Знаменитое высказывание Пуанкаре «Поднимая ногу на ступеньку

омнибуса, я понял...» (Пуанкаре, 1908) воспринималось как демонстрации того факта, что решение сложной проблемы не происходит в процессе ее сознательного анализа, а, напротив, в момент свободы от размышлений над ней, как результат неконтролируемого бессознательного. Конкретность момента – «поднимая ногу на ступеньку» – более доказателен, чем абстрактные утверждения о том, что это происходило в период отдыха, прогулки и т.д. Каждый понимает, что, заходя в транспорт, ты в этот момент сосредоточен именно на этом процессе. Для нас – психологов «поднятие ноги» означает лишь направление внимания субъекта, а значит отсутствие размышления о чем-либо другом. Именно для работы бессознательного в решении проблемы выделен этап «инкубации». Но туда не может проникнуть наша мысль и мы лишены возможности прогноза.

Казалось бы, это признание невозможности научного раскрытия и понимания процесса творчества. Однако «наука» не сдается и модифицирует проблему как выявления условий передачи информации между бессознательным и сознанием, фактически отдавая процесс творчества нашему мозгу. Базой этой тенденции являются психофизиологические исследования работы мозга по активации нейронов мозга и торможению в момент «догадки» предфронтальных зон.

За верным утверждением серьезного специалиста В.М. Аллахвердова «Открытие – это осознание», стоит, увы, специальный механизм, принимающий решения, какие из бессознательно выработанных когнитивных конструктов довести до сознания, а какие отвергнуть. По его мнению, эту роль начинают играть эмоции. Эмоции сообщают сознанию о событиях, происходящих в неосознаваемой сфере... Эмоциональный сигнал сообщает: решение задачи найдено... (Аллахвердов, 2006, с.27).

В попытке понять исходные причины достаточно широко распространенной в науке позиции, в том числе крупного ученого, отошлю читателя к его же определениям. Из одиннадцати возможных значений сознания, приведенных В.М. Аллахвердовым в его фундаментальном труде (Аллахвердов, 2000, с.29-30), мы остановимся на двух: «как осознанное – в оппозиции бессознательному» и «как выражаемое в словах (вербальное)– к словесно невыразимому». Фактически движение мысли в этой проблематике, как и простая логика, делают эти два значения идентичными.

Пример тому, открытие Я.А. Пономаревым феномена визуального «усмотрения» решения и отнесение его к интуиции как явлению, диаметральному логическому процессу рационального мышления. Отсюда его отнесение к бессознательному. Стало традицией при описании моментов бессознательного, даже в высшей степени профессиональных статьях (Селиванов, 2011), ссылаться на теорию творчества Я.А. Пономарева и О.К. Тихомирова. Не спасает и утверждение Пономарева, что затем человек «карабкается по уровням вверх, вербализуя усмотренное, чтобы рассказать другому» (Пономарев, 1976, с.190).

В ряде своих публикаций я подчеркиваю силу таланта Я.А. Пономарева, который в рамках дипломной работы сделал шаг вперед в развитии закона «транспозиции отношений». Он фиксировал не просто перенос функционального значения из одной ситуации в аналогичную по структуре, а усмотрение его в «побочном продукте» деятельности. Перенос, который исследовал Пономарев, действительно невозможен без реального взаимодействия с предметами. Он невозможен в уме, т.е. логически или по памяти. Интуитивное усмотрение – узнавание отвечающей наличной доминанте структуры, предшествует ее вербализации, и лишь поэтому оно «интуитивно». Пономарев относит этот феномен к интуиции, чтобы подчеркнуть его специфику. Оно не получено в результате логической процедуры и только наглядно. Студент философского факультета в 50-х гг. прошлого века мог оперировать только этими двумя понятиями: либо результат получен в последовательно логически выводном процессе, либо он относится к интуиции (Богоявленская, 2009).

Построению окончательной теории творчества предшествовала большая работа Пономарева по анализу онтогенеза мышления и затем перевода этапов его развития в структурные уровни его функционирования. Если задача не решается на верхнем уровне логического мышления, то возникает необходимость опуститься на нижний уровень наглядно-действенного мышления, т.е. реального взаимодействия с предметами в рамках конкретной деятельности. Именно здесь возникает возможность увидеть нечто, отвечающее по своей структуре решению стимулирующей задачи. Это нечто является некоторым моментом выполняемой деятельности, ее побочным продуктом, но не целью. В ином случае это был бы повтор исходной задачи. Возможность заметить этот «побочный продукт» переводит его в «прямой», т.е. делает актуальным для сознания. Усмотрение, узнавание структуры, отвечающей наличной доминанте, предшествует ее вербализации, и лишь поэтому оно отнесено Пономаревым к интуиции. Классический вариант с подсказкой возможен только в искусственной ситуации эксперимента. Исследование феномена подсказки потому важно, что в жизни мы их постоянно получаем, но как «побочный продукт» окружающей нас реальности. Инженер, работающий над проектом моста через широкую часть реки, видит ее в паутине между кустами, где он лежит в отчаянии от отсутствия решения. А устройство вязального станка подсказывают движения рук вяжущей бабушки в электричке. В теоретическом объяснении проявления данного феномена сказался талант психолога Пономарева. Вместе с тем, оговорю сразу, Пономарев изучал частный случай решения творческих задач.

В рамках школы С.Л. Рубинштейна было показано, что догадка возникает как стремительно кристаллизующийся закономерный результат проведенного анализа. Следовательно, решение творческих задач не обязательно осуществляется на уровне подсказки «побочного продукта», как на

этом настаивал Пономарев, а может проходить в рамках последовательно разворачиваемого рационального мышления (Богоявленская, 2009; Рубинштейн, 1958). Но он прав в том, что «подсказку», как нечто внешнее со стороны, в своем уме вы не увидите. Данные Ю.Б. Гиппенрейтер подтвердили сформулированные Пономаревым требования, обеспечивающие перенос. Это, прежде всего, наличие доминанты, т.е. стойкого интереса и стремления решить задачу. Поэтому принципиально, что подсказка действует только тогда, когда она дается после основной задачи. В качестве подсказки может выступать предмет, который вызвал на себя ориентировку. Поэтому значимость выполняемой деятельности, в процессе которой можно увидеть подсказку в ее побочном продукте, не должна конкурировать с имеющейся доминантой. Сам же «побочный продукт» возникает вопреки сознательному намерению. Однако, это не значит, что неосознанно, поскольку складывается под влиянием тех свойств предметов и явлений, которые вовлечены во взаимодействие (Леонтьев, Пономарев, Гиппенрейтер, 1981).

Одновременно, Ю.Б. Гиппенрейтер выявила и новые условия: перенос происходит, когда задача-подсказка дается на поздних этапах решения основной задачи, и не происходит, когда она предъявляется на ранних. Это было объяснено Рубинштейном как отсутствие необходимого анализа условий задачи на ранних этапах и, напротив, достаточного анализа исходной задачи для усмотрения подсказки на поздних этапах ее решения (Рубинштейн, 1959).

Наряду с теорией Я.А. Пономарева в качестве неосознаваемых явлений приводится факт открытия О.К. Тихомировым феномена «предвосхищающих эмоций», фиксирующих правильный ответ до его логического обоснования в словесной формулировке. И теперь становится понятным вопрос Аллахвердова: «Как люди до осознания самого решения могут догадаться, что найден верный путь к решению»? (Аллахвердов, 2011, с.179). Здесь я не соглашусь с классиком данной проблемы, что в силу этого факта роль эмоций стала совсем загадочной (Аллахвердов, 2011, с.178). Тактильная деятельность слепых шахматистов позволила О.К. Тихомирову фиксировать наличие невербализованного операционального решения. В свою очередь, это привело его к открытию логически ранее не предполагаемого феномена «предрешения» задачи. Для нас принципиально важно, что Тихомиров при этом подчеркивает значимость анализа исследовательской деятельности, предшествующей возникновению у испытуемого «предрешения» задачи – невербализованного операционального смысла решения. Он пишет: «Именно это звено процесса решения задачи обычно ускользало от исследователей, пользующихся исключительно либо данными словесного отчета, либо рассуждений вслух, что и порождало иллюзорные представления о том, что сущность мышления состоит в далее не расшифровываемом акте «усмотрения». На самом же деле, как теперь стало

ясно, данные представления связаны с ограниченностью методов анализа мышления» (Тихомиров, 1984, с.52).

Тихомиров обращает внимание на то, что анализ протоколов речевого рассуждения испытуемого обнаруживает классический феномен внезапного появления «идей», определяющих ход решения задачи. Он подчеркивает, что если ограничиться только данными речевого протокола, этот акт действительно выступает как внезапный. Но главное, на что обращает внимание Тихомиров, это то, что в научной литературе «часто этот акт характеризуется как внезапный, непосредственно из предшествующей деятельности не вытекающий, и получает далее нерасшифровываемое наименование «интуиция», «усмотрение решения», которые противопоставляются аналитическому, или дискурсивному, мышлению» (там же, с.76). Анализ осязательного поиска позволил Тихомирову выйти за пределы наблюдаемой феноменологии, и он показал, что «…действительная природа процесса не соответствует ее видимости, что в осязательной активности происходит подготовка вербализованного отражения свойств элементов ситуации» (там же, с.76).

Итак, процесс подготовки «внезапного» появления вербализованного продукта, в том числе того, который выступает как принцип решения данной задачи, является результатом сложной исследовательской деятельности (установление взаимодействий между элементами и тем самым выявление их свойств), которая предшествует возникновению этих образований и создает опосредствующие продукты в виде невербализованных смыслов, что и фиксируют эмоции. Мы видим, что дихотомия сознательного и неосознанного проходит по одной границе: вербальный – невербальный. Научная заслуга О.К. Тихомирова как раз и состоит в том, что он фиксирует в эксперименте невербальные смыслы, что возвращает их в сознание и как следствие подлинному субъекту творчества – человеку с его способностями и структурой личности.

Литература

Аллахвердов В.М. Сознание как парадокс. СПб.: ДНК, 2000.

Аллахвердов В.М. Осознание как открытие // Психология творчества. Школа Я.А. Пономарева. М.: ИП РАН, 2006.

Аллахвердов В.М. Неизбежный путь творчества: от инкубации к инсайту // Творчество – от биологических оснований к социальным и культурным феноменам. М.: ИП РАН, 2011.

Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. Самара: ИД «Федоров», 2009.

Леонтьев А.Н., Пономарев Я.А., Гиппенрейтер Ю.Б. Опыт экспериментального исследования мышления // Хрестоматия по общей психологии: Психология мышления / под. ред. Ю.Б. Гиппенрейтиер, В.В. Петухова. М.: МГУ, 1981.

Пономарев Я.А. Психология творчества. М.: Наука, 1976.

Пуанкаре А. Математическое творчество (1908) // Ж. Адамер. Исследование психологии изобретения в области математики. М., 1970.

Рубинштейн С.Л. Принципы и пути развития психологии. М.: АПН, 1959.

Селиванов В.В. Осознанное и неосознанное в продуктивном мышлении субъекта // Творчество – от биологических оснований к социальным и культурным феноменам. М.: ИП РАН, 2011.

Тихомиров О.К. Психология мышления. М.: МГУ, 1984.

РОЛЬ МУЗЫКАЛЬНОГО МЫШЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Брешковская К.Ю., Петухова-Левицкая М.И.
Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого, Россия

В статье актуализируется проблема творческого развития учащихся младшего школьного возраста в отечественной психологии. Обосновывается необходимость использования музыкальной деятельности как условия развития творческого потенциала учащихся данного возраста. Охарактеризованы основные направления развития музыкального мышления, формы и средства.

Ключевые слова: творчество, творческий потенциал, музыкальная деятельность, музыкальное мышление, направления развития музыкального мышления.

THE ROLE OF MUSICAL THINKING IN THE CREATIVE POTENTIAL DEVELOPMENT WITH PRIMARY SCHOOLAGED CHILDREN

Breshkovskaya К.Ю., Petukhova-Levitskaya М.И
Tula State Pedagogical University after Leo Tolstoy, Russia

The article actualizes the problem of the creative development with primary school-aged children in the national psychology. It demonstrates the need of using the musical activity as a condition of the creative potential development with children of this age. It outlines the main directions of musical thinking, forms and means development.

Keywords: creative work, creativity, musical activity, musical thinking, directions of the musical thinking development.

В контексте постиндустриального развития общества значимость научных концепций, объясняющих природу творчества и описывающих технологию развития творческого потенциала личности, непрерывно растёт. В условиях постоянно меняющейся ситуации воспитания (обучения) необходимым нормативным качеством человека становится творческость как способ бытия в мире, желание и умение создавать новую реальность в пределах жизненного пространства.

Гуманистическая парадигма современного образования актуализировала концепцию творческого развития личности, которая не сводит активность личности только к приобретению совокупности знаний, умений и навыков, а исходит из универсальности человеческой активности, когда развитие одной способности в ходе образования неразрывно связано с формированием других способностей. В результате этой универсальности возможен процесс познания и практического преобразования действительности, а также процесс адаптации к инновационным изменениям в обществе. Данный подход формирует понимание целостности личности как обладающей априорной ценностью и способностью к свободному творчеству и самораскрытию.

Проблема творческого развития личности всегда занимала ведущее место в отечественной психологической науке (А.Н. Леонтьев, Л.С. Выготский, А.В. Запорожец и др.).

В настоящее время образование как условие формирования современного творческого типа мышления, является предметом особого внимания психологической науки и практики.

Современная психологическая наука не располагает единым мнением в отношении понятия «творчество». Учёные-исследователи по-разному определяют творчество, но единодушны в том, что творчество может рассматриваться как создание нечто нового, ранее не бывшего, оригинального, на основе реорганизации имеющегося опыта и формирования новых комбинаций знаний, умений, продуктов (Г.М. Коджаспирова, А.Ю. Коджаспиров, 2005; Е.В. Котова, С.В. Кузнецова, Т.А. Романова, 2010). По мнению исследователей А.И. Савенкова, Н.С. Лейтеса, Д.Б. Богоявленская, критерием творчества служит не качество результата, а характеристики и процессы, активизирующие творческую продуктивность. Творчество – одна из содержательных форм психической активности личности, которую можно рассматривать как универсальное средство развития индивидуальности, обеспечивающее устойчивую адаптацию к новым условиям жизни, как необходимый потенциал для преодоления стрессовых ситуаций и активного творческого отношения к действительности (Курносова, 2013, с.163).

Исследования в данной области значительно активизировались ещё в конце 80-х годов. В этот период была сформулирована «концепция творческой одаренности» А.М. Матюшкина, которую автор рассматривает

как общую предпосылку творческого развития и становления творческой личности (Матюшкин, 1965).

Исходя из понимания творческого потенциала как интегративной глубинной личностной характеристики, исследователи предлагают рассматривать его внешние проявления, которые возможно объединить в три группы: интегративные личностные характеристики (любознательность, словарный запас, способность к оценке), характеристики сферы умственного развития (оригинальность мышления, его гибкость, продуктивность, высокая концентрация внимания, память), характеристики сферы личностного развития (увлеченность содержанием задачи, перфекционизм, нонконформизм, лидерство, широта интересов) (Савенков, 1999).

Особая роль в решении данной проблемы не случайно отводится искусству и художественной практике. В высших своих проявлениях искусство – всегда творчество. Поэтому в процессе художественной деятельности решаются не только частные задачи художественного воспитания и образования, но и более глобальные – развития интеллекта и творческого потенциала. Как показали многочисленные исследования, одним из наиболее эффективных способов формирования творческого потенциала учащихся младшего школьного возраста является музыкальное искусство. Музыка в отличие от пространственных искусств (живопись, скульптура и т.п.), которые обладают средствами объективного изображения действительности, представляет собой искусство выражения внутреннего мира человека: его чувств, настроений, идей. Содержание музыки представляет собой эмоциональную сторону психических переживаний человека, которые в свою очередь, являются отражением образов окружающей действительности и звуковыми средствами выражает существенные жизненные процессы. По мнению Б.М. Теплова музыка является, прежде всего, путем к познанию огромного и содержательнейшего мира человеческих чувств. Лишенная своего эмоционального содержания, музыка перестает быть искусством (Теплов, 1965).

Воздействуя на чувства и мысли человека, музыка способствует эмоциональному познанию им окружающей действительности и помогает ее творческому осмыслению и преобразованию. Первостепенная роль в этом процессе отводится музыкальному мышлению.

В последние годы в различных областях научного знания заметно возрос интерес к проблеме музыкального мышления. Истоки этой проблемы просматриваются с достаточно далёких времён – XVIII век (И.Ф. Гербарт, Э. Ганслик, Г. Риман и др.). В начале XX века в Европе и России были созданы концепции, напрямую выводящие к проблемам музыкального мышления. И хотя проблема музыкального мышления как таковая существует в современной науке относительно недавно, она является одной из самых притягательных в теоретическом музыкознании и музыкальной психологии.

Историческое становление и развитие категории музыкального мышления рассмотрено в работах отечественных исследователей Б.В. Асафьева, М.Г. Арановского, В.В. Медушевского и др. (Асафьев, 1954; Арановский, 1991; Медушевский, 1994).

Музыковедческий уровень, прежде всего, через интонационную специфику музыкального искусства, как основу музыкального образа, изложен в трудах Б.В. Асафьева, Л.А. Мазеля, А.Н. Сохора, Ю.Н. Холопова и др. (Асафьев, 1954; Мазель, 1979; Сохор, 1970; Холопова, 1999).

Культурологический аспект музыкального мышления освещается в трудах В.В. Медушевского, Е.В. Назайкинского, В.Н. Холоповой и др., в данных работах смысл музыкального произведения рассматривается через интонации, жанры и стили историко-культурных контекстов эпох. Художественное содержание музыки, по мнению исследователей, раскрывается в процессе непосредственного контакта с произведением, освоения звучащей интонации через особую музыкальную деятельность – «интонирование». Выступая специфическим видом человеческого мышления, музыка несёт основную функцию - функцию человеческого общения.

Для развития творческого потенциала средствами музыки наиболее благоприятен младший школьный возраст, так как именно в этот период закладывается базовая культура человека, фундамент всех видов мышления, в том числе музыкального.

Формирования и развития музыкального мышления у детей младшего школьного возраста наиболее продуктивно происходит в условиях целенаправленных воздействий, а именно в рамках общего музыкального развития.

Постепенное усложнение форм и видов музыкальной деятельности в рамках уроков музыки (в образовательных учреждениях) является стимулом к расширению музыкально-мыслительных способностей детей и, соответственно, к развитию музыкального мышления.

Музыкальное мышление детей младшего школьного возраста развивается в единстве и взаимодействии двух основных направлений: а) собственно интонационного восприятия и осознания музыки; б) её индивидуального понимания, «трактовки», опосредованного жизненным и музыкальным опытом (Цыпин, 2003, с.219). Первое из них идёт от отдельных, частных компонентов музыкальной интонации к их комплексам, к восприятию и осознанию мелодической стороны музыкальных произведений. Второе направление - интерпретации музыки, внемузыкальных образов и ассоциаций – идёт от единичных, бедных, сугубо конкретных и односложно названных образов к развернутым, ярким картинам и сюжетным рассказам, включающим образы воспоминания и образы фантазии.

Необходимо отметить, что уже в период младшего школьного возраста проявляются как очевидные индивидуальные различия между детьми, обусловленные природными музыкальными данными и содержанием

(объёмом) социокультурного и собственно музыкального опыта, так и психофизиологические особенности детей данного возраста, что актуализирует своевременную диагностику и учёт педагогами этих особенностей при проведении музыкальных занятий и их творческого развития.

Несмотря на интенсивное развитие у детей младшего школьного возраста памяти и мышления, в работе с ними ещё требуется достаточно частая смена видов музыкальной деятельности, обращение к приёмам, предполагающим применение наглядных методов обучения, использования игровых ситуаций. Эти особенности необходимо учитывать во всех видах музыкальной деятельности, способствующих развитию музыкального мышления, и особенно в слушании (восприятии) музыки, которое является основополагающим процессом музыкального мышления.

Так детей младшего школьного возраста привлекают пьесы, выражающие их детский мир, отличающиеся конкретностью, яркостью образов, живым поэтическим содержанием, гибкостью ритмов, простотой и ясностью языка и формы («Марш деревянных солдатиков» П. Чайковского, «Ласковая просьба» Г. Свиридова, «Смелый наездник» Р. Шумана и др.). Девятилетние школьники хорошо воспринимают в музыке образы героической тематики прошлого и настоящего, музыку разных народов. Например, они с удовольствием слушают мужественную музыку Л. Бетховена, их привлекает героический образ Ивана Сусанина, народная музыка в произведениях композиторов. Это свидетельствует о развитии их познавательных интересов, о стремлении к познанию окружающего мира

Предлагая вниманию детей музыкальный материал для слушания, важно учитывать объём их слухового, пока ещё не сформировавшегося целенаправленного внимания. Так дети 6-7 лет способны внимательно слушать музыку одну-полторы минуты, ученики III класса – около трёх минут, а четвероклассники уже могут охватить вниманием музыкальный образ, звучание которого длится четыре-пять минут. Жанровые особенности произведений легче осознаются детьми младшего школьного возраста в активной музыкальной деятельности (Дубровина, 2007, с.80).

Таким образом, различные виды музыкальной деятельности, такие как: слушание музыкальных произведений, музицирование (вокальное, инструментальное), музыкальные игры и музыкально-ритмические движения – способствуют не только развитию музыкальных способностей, развитию музыкального мышления, но и гармоничному развитию всех сфер личности ребенка, общему интеллектуально-творческому потенциалу. При правильной организации этой деятельности, с одной стороны, у детей младшего школьного возраста закладываются предпосылки для развития эстетических чувств, с другой стороны, интенсивное развитие получают компоненты, сопутствующие этому процессу – развивается способность к слуховому представлению мелодии, критическому анализу услышанных музыкальных произведений, возможность выражения собственных впечат-

лений, получения удовольствия от музыкального вида деятельности, расширяется объём интонационного словаря, активизируются навыки владения музыкальным языком и т. д. Иными словами интенсивное развитие получают компоненты, составляющие непосредственно музыкальное мышление.

Все качественно новые образования и процессы музыкального мышления, которые наблюдаются у детей на данном этапе онтогенеза, возникают, прежде всего, на основе эмоционального содержания музыкальных произведений.

Следовательно, формирование музыкального мышления у детей младшего школьного возраста детерминируется общим психическим развитием и связано, с одной стороны, с накоплением и обобщением жизненных впечатлений, создающими почву для творческой фантазии и воображения, с другой стороны, опосредуется собственно музыкальным развитием ребёнка, происходящем в определённой социокультурной и музыкальной среде. В свою очередь музыкальное мышление способствует развитию как отдельных качеств личности ребёнка, отвечающих за развитие творчества – любознательность, пытливость, продуктивность, независимость, неконформность, изобретательность в играх, дивергентность мышления, способность к продуцированию нескольких вариантов решения проблемы и оригинальности мышления, так имеет важное значение и в развитии творческого потенциала личности младшего школьника в целом.

Литература

Арановский М.Г. Синтаксическая структура мелодии. М., Музыка, 1991.

Асафьев Б.В. Избранные труды. В 5-ти т. Т. 2. М., 1954.

Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей М.: «Академия», 2002.

Дубровина И.В. Практическая психология образования. СПб.: Питер, 2007.

Запорожец А.В. Психология. М., 1965.

Котова Е.В., Кузнецова С.В., Романова Т.А. Развитие творческих способностей дошкольников. М.: ТЦ Сфера, 2010.

Курносова М.Г. Роль педагога в развитии творческих способностей дошкольников // Актуальные проблемы речевого развития дошкольников и детского творчества в современном обществе / отв. Ред. Н.В. Бабичева, Н.В. Дунаева. – Тула: изд-во Тул. Гос. Пед. Ун-та им. Л.Н. Толстого, 2013.

Мазель Л. Строение музыкальных произведений. М., 1979.

Матюшкин А.М. Некоторые проблемы психологии мышления. М.: «Психология мышления», 1965.

Медушевский В.В. Интонационно-фабульная природа музыкальной формы. М., 1983.

Назайкинский Е. Метод // В.А. Цуккерман - музыкант, ученый, человек. М., 1994.

Холопова В.Н. Форма музыкальных произведений. СПб., 1999.

Сохор А. Музыка как вид искусства. М., 1970.

Цыпин Г. М. Психология музыкальной деятельности: Теория и практика / Под ред. Г. М. Цыпина. М.: «Академия», 2003.

РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА СРЕДСТВАМИ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Вараева Н.В., Николаева Е.А.
Нижегородский филиал Гуманитарного института, Россия, Москва

В статье рассматривается механизм воздействия искусства на личность. Являясь одновременно аккумулятором социального и духовного опыта поколений и средством самовыражения для человека, искусство играет двойную роль в развитии личности ребенка: с одной стороны, оказывает воспитательную функцию, и, с другой стороны, самостоятельное творчество терапевтично для личности. В статье показаны особенности детского восприятия изобразительного искусства. Приводятся авторские разработки занятий для детей дошкольного и младшего школьного возраста.

Ключевые слова: развитие личности ребенка, изобразительная деятельность.

DEVELOPMENT OF THE CHILD'S PERSONALITY BY MEANS OF FINE ACTIVITIES

Varaeva N.V., Nikolaeva E.A.
The Nizhniy Novgorod branch of Humanitarian Institute, Russia, Moscow

The article discusses the mechanism of the influence of art on personality. Accumulating social and spiritual experience of generations and being a means of self-expression for people, art plays a dual role in the development of the child's personality: on the one hand, it has an educational function, and, on the other hand, the creative process is therapeutical for the individual. The article shows the peculiarities of children's perception of art. The article includes the program of drawing lessons for children of preschool and younger school age.

Keywords: development of the child's personality, art and drawing.

Обращенное в первую очередь к чувствам, искусство способно очень сильно и глубоко воздействовать на человека, воспитывать и развивать его духовно, нравственно и эмоционально. По мнению Л.С. Выготского, пси-

хологию искусства следует рассматривать на стыке двух проблем – чувства и воображения. Эмоция порождается и подогревается воображением и проявляется в ряде фантастических представлений и образов, которые служат как бы ее вторым выражением. Фантазия выступает центральным моментом проявления эмоциональной реакции. Искусство опирается на прием затруднения восприятия, выведение его из привычного автоматизма. «Всякое произведение искусства таит в себе внутренний разлад между содержанием и формой и именно формой достигает художник того эффекта, что содержание уничтожается, как бы погашается… Ужас не изображается ради него самого, но как импульс для его преодоления» (Выготский, 1998). Если мы сосредоточиваем внимание на чувстве, оно становится слабее или вовсе рассеивается, рефлексия нейтрализует чувство, снижает накал эмоций.

И в то же время, эстетические эмоции, накапливаясь и повторяясь, могут привести к существенным изменениям установок личности и, как следствие, и ее поведения (Выготский, 1998). Когда мы говорим о развитии личности, мы рассматриваем личностных образований. «Личность понимается не как особая субстанция, а как продукт развития человеческого опыта или как результат усвоения (социализации, интериоризации) человеком общественных форм сознания и поведения» (Божович, 1968). Произведения искусства несут в себе не только индивидуальную позицию автора, но и опыт поколений. Соприкосновение с произведениями искусства дает не меньшую почву, чем общение с людьми. Создатели Школы диалога культур рассматривали искусство как форму «свободного формирования общения с другими как с самим собой и с собой как с другим». Произведение искусства, в их представлении, есть «форма соединения участников общения чрез века и пространства» (Библер, 1992). Информация, получаемая от восприятия картин интериоризируется так же как информация, получаемая от собеседника при общении.

С другой стороны, собственное творчество ребенка в правильно организованном педагогическом пространстве может повысить самооценку, снизить тревожность, освободить от страхов.

Таким образом, искусство играет двойную роль в развитии личности. С одной стороны, это способ самовыражения и разрядки, что позволяет включать его в терапевтическую работу. И, с другой стороны, это способ воздействия и, соответственно, механизм формирования личности.

Рисование - близкий детям вид деятельности. Многие дети любят рисовать. Цвет – один из признаков видимых нами предметов, осознанное зрительное ощущение. Цвет оказывает на нас эмоциональное воздействие: одни цвета успокаивают, другие – вызывают радость или тревогу, чувство тоски или грусти. В рисовании дети учатся эмоционально и образно воспринимать мир через цвет и форму. Л.С. Выготский отмечает психологическое родство искусства и игры для ребенка. Ребенок некритичен по от-

ношению к своим рисункам. Он легко переходит от правдоподобного изображения к неправдоподобному и наоборот. И в то же время ребенок охотно воспринимает нестандартные образы в произведениях живописи. Рисуя, ребенок строит воображаемые миры. В них ребенок реализует свои фантазии и страхи. И в то же время рисунок делает внутренний мир ребенка доступным для восприятия окружающим. Дети получают возможность взаимораскрытия и взаимодействия. При этом, оставаясь символом, рисунок не вынуждает человека открыто говорить о своей проблеме. А, творя совместно, дети лучше ощущают свою включённость в группу, сильнее чувствуют групповую поддержку. Рисунок эстетичен, диагностичен и терапевтичен одновременно. Например, кинетический рисунок семьи, часто используемый в детской психологии (Зинкевич-Евстигнеева, 2003), при правильно поставленной работе в то же время формирует у ребенка представление о семье и о себе.

Как отмечает Гертруда Шоттенлоэр, умение что-то изображать, творить - одна из форм независимости, которая всё больше развивается с возрастом ребёнка. Это означает также и независимость от созданного. Ребёнок может изменять рисунок, творить его снова и снова. Таким образом процесс рисования раскрепощает внутреннюю энергию и открывает возможности для раскрытия потенциала (Шоттенлоэр, 2001).

Мы считаем необходимым в работе с детьми интегрировать различные формы работы в рамках изобразительной деятельности. Важно обучать детей понимать и чувствовать цвет и форму, чтобы лучше воспринимать творчество художников и, в то же время, свободнее выражать свое состояние.

Мы разработали цикл занятий «Страна красок», в рамках которого дети отправляются в путешествие вместе с художником Тюбиком. Это обучающие занятия.

Всем хорошо известно, что сказка, сказочные образы, символика близки детям, ведь ребёнок живёт в мире сказок. Через волшебные ворота - разноцветную радугу - они попадают в волшебную разноцветную страну, где живут краски. Каждая краска представлена своим стихотворением, своими красочными репродукциями. Во время путешествия дети знакомятся с различными характеристиками и свойствами цвета, как основного выразительного средства, познают его тайны, знакомятся с интереснейшей наукой - цветоведение. Они связывают определённый цвет с соответствующим настроением музыки или стихотворения. Леонардо да Винчи говорил: «Живопись – это поэзия, которую видят, а поэзия – это живопись, которую слышат». Мы часто говорим о поэзии в музыке и музыкальности поэзии. Материал содержит много стихов, загадок, различных творческих заданий, что, несомненно, вызывает у детей большой интерес к предмету. Составленные с учётом возрастных особенностей детей, занятия способствуют развитию мышления, фантазии, творчества. Дети учатся видеть краски окружающего мира.

Важно обращать внимание на используемые материалы. Карандаши, мелки и фломастеры позволяют усилить контроль. Пастель, краска и глина способствуют более свободному и спонтанному самовыражению (Киселева, 2012).

Дети могут заниматься индивидуально, но иногда бывают очень полезны групповые формы. Основная цель «группового рисунка» - создание условий для самовыражения детей и сплочения коллектива, что будет способствовать снижению тревожности и агрессивности (Вараева, 2006).

Мы придерживаемся идеи некритичного гуманного отношения к внутреннему миру каждого ребёнка. В ходе занятий организован процесс постепенного продвижения вглубь мира своих переживаний через прорисовывание различных ситуаций и выражение своего отношения к тому, что "проявилось" в рисунке. Этот психотерапевтический по своей сути курс, предусматривает целостность педагогического процесса, осуществление в единстве воспитания, развития и обучения.

Жестко заданной структуры эти занятия не имеют. Каждое занятие включает четыре основных этапа:

- эмоциональное введение (создание эмоционального настроя группы);
- рисование;
- обсуждение рисунков;
- подвижные игры.

Количество детей в группе не должно быть слишком большим или слишком маленьким. Оптимально формировать группу из 6 - 8 детей.

Весь цикл занятий условно можно разделить на четыре основных этапа. Количество занятий в рамках каждого этапа может варьироваться в зависимости от сплочённости группы и индивидуальных особенностей детей. Лучше использовать краски или мелки, так как карандаши и фломастеры не дают таких широких возможностей для самовыражения. На одном из занятий, дети рисуют мелками, на другом - красками и кисточкой, на третьем - пальчиковыми красками.

Первый этап - "Ознакомительный".

Задача первого этапа - введение детей в "мир рисунка", ознакомление с правилами работы с краской и мелками, снятие эмоционального напряжения и страха за то, что рисунок получится некрасивым. В продолжение всего первого этапа участники группы рисуют отдельно, каждый на своём листе бумаги. Если есть возможность, лучше посадить детей за отдельные столы.

Тема рисунка может быть любой. На первом занятии мы, как правило, предлагаем детям "оживить" кляксу. Клякса содержит в себе неопределённость и большой потенциал для творчества, кроме того её можно сколько угодно изменять и размазывать, не рискуя испортить или сделать некрасивой.

Во время работы очень важно хвалить детей, подчеркивая, как старательно и сосредоточенно они работают, какие красивые и интересные у них получаются рисунки, как уверенно и спокойно они гладят кисточкой листок бумаги.

Второй этап - "Установление партнерских отношений" предполагает деление группы на пары.

Задача этого этапа - научить детей взаимодействовать, договариваться и принимать участие в совместной деятельности. Кроме того такая работа помогает почувствовать границу "своего" и "не своего" пространства, а также возможности организации совместного пространства.

Каждая пара получает двойной альбомный лист, на сгибе которого ставится клякса.

Затем дети садятся с двух сторон за стол. А по центру их общего листа (над сгибом) ставится ширма так, чтобы дети не могли видеть рисунки друг друга. В конце занятия ширма убирается. Ведущий предлагает детям придумать название получившегося большого рисунка. Вся группа при этом может высказывать предположения, на что это похоже. Занятие завершается выставкой рисунков.

Третий этап - "Эмоциональный".

Когда взаимодействие детей в паре становится бесконфликтным, то есть никто из участников группы не отказывается рисовать на одном листе с другими, не заходит за границу своего листа, и все дети принимают задачу - выполнить совместный рисунок, - можно переходить к следующему этапу работы.

Задача этого этапа - эмоциональное самовыражение детей и "общение" через рисунок.

В основе третьего этапа также лежит работа в паре. Усиление взаимодействия происходит за счет "смешения" и взаимного изменения рисунков.

И, наконец, четвертый - "Групповой" - этап непосредственно объединяет всех детей в единой деятельности.

Для занятия ведущий подготавливает ватманский лист (желательно круглой формы), расчерченный на сектора по количеству детей в группе. Постепенно от занятия к занятию границы между секторами становятся всё менее чёткими.

На последнем занятии перед детьми ставится цель создать единый общий рисунок. Например, нарисовать карту космоса или общую мечту, в зависимости от возможностей группы. После окончания занятия этот рисунок вывешивается в группе.

Литература

Божович Л.И Личность и ее формирование в детском возрасте. М.: Просвещение, 1968.

Вараева Н.В. Некоторые аспекты самосознания ребенкав условиях социально-реабилитационного центра и направления реабилитационной работы: Монография. Н.Новгород: Гладкова О.В., 2006.

Выготский Л.С. Психология искусства. Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 1998.

Зинкевич-Евстигнеева Т.Д., Кудзилов Д.Б. Психодиагностика через рисунок в сказкотерапии. СПб.: Речь, 2003.

Киселева М.В. Арт-терапия в работе с детьми: Руководство для детских психологов, педагогов, врачей и специалистов, работающих с детьми. СПб.: Речь, 2012.

Школа диалога культур: Основы программы / Под общ. ред. В.С. Библера. Кемерово: «АЛЕФ» Гуманитарный центр, 1992.

Шоттенлоэр Г. Рисунок и образ в гештальттерапии. СПб.: «Издательство Пирожкова», 2001.

КОНЦЕПТ КАК МЕТОД ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО–ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ФЕНОМЕНА МОДЫ

Вербова К.В., Пенькова О.А.
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы

Представлены результаты изучения содержания и структуры социально – культурного концепта «мода». Выделенные ядерные компоненты концепта «мода» свидетельствуют о том, что актуальными когнитивными признаками его, активно формирующимися в сознании современных студентов и отражающими новые черты нашего менталитета, являются следующие: красота, fashion –индустрия, креативность, успех, мода как образ жизни. Полученные результаты позволяют не только составить целостное представление о содержании и структуре конкретного концепта «мода», но и расширить представление об интерпретационных и объяснительных возможностях концепта как способа познания и конструирования социального мира в контексте социальных изменений.

Ключевые слова: мода, концепт, когнитивные признаки, ассоциации, реккурентность, ядро и периферия концепта.

CONCEPT AS A METHODOLOGY TO STUDY SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL PHENOMENON OF FASHION

Viarbova K., Piankova V.
Yanka Kupala state university of Grodno

The results of the study of the content and structure of the socio-cultural concept of "fashion" have been presented here. The selected nuclear compo-

nents of the concept "fashion" show that its topical cognitive features, actively formed in contemporary students' minds and reflecting the new features of our mentality, are the following: beauty, fashion-industry, creativity, success, fashion as a lifestyle. The results achieved allow not only create a holistic view of the content and structure of a particular concept of "fashion", but also to expand the idea of the interpretive and explanatory power of the concept as a way of learning and the constructing the social world in the context of social changes.

Keywords: fashion, concept, cognitive features, associations, recurrence, nucleus, concept periphery.

Междисциплинарность и многоуровневость понятия «мода» объясняет наличие множества определений моды и неоднозначность их. Мода в сфере научных знаний определяется неоднозначно не только по выделяемым характеристикам, функциональным особенностям, но и по содержанию. При этом теоретическое понимание моды нередко подменяется характеристиками, вводимыми на основе ее эмпирических проявлений. Поиск научного основания для построения интегральной теории моды – одна из актуальнейших проблем современности.

В этой ситуации плодотворной представляется интегративное изучение моды в социальной психологии (Килошенко, 2014). Мода, имея ярко выраженный динамический характер, отражая социальные, культурные и ценностные изменения, происходящие в обществе, относится к тем социальным явлениям, которые выступают объектами социального познания. Фокусом проблемы социальных изменений в психологии социального познания является специфика их восприятия рядовым человеком, поскольку повседневная жизнь представляет собой реальность, которая интерпретируется людьми и имеет для них субъективную значимость в качестве реального мира.

Особая роль участника в процессе конструирования образа социального мира сегодня отводится языку (Лотман, 1997). Язык предстает не просто как средство коммуникации, а и как важнейшее средство социального познания, и как элемент конструирования социального мира с особым акцентом на изменения, в нем происходящие (Андреева, 2009).В основе знаний о мире лежит такая единица ментальной информации, как концепт, которая и обеспечивает выход на концептосферу социума. Концепт в самом общем виде определяется как объективно существующее в сознании человека перцептивно-когнитивно-аффективное образование динамического характера в отличие от понятий как продуктов научного описания (Заневская, 2001).

В нашем исследовании изучались содержание и структура концепта «мода». Испытуемыми выступили 130 студентов различных факультетов УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы» (98 девушек и 32 –юношей). Выбор данной социальной группы обусловлен ее

прогрессивностью, высокой степенью восприимчивости к происходящим в обществе изменениям. Именно молодежь рассматривается как одна из наиболее заинтересованных в проблематике моды категорий населения.

Материалом исследования стали вербализованные ассоциации, полученные в ходе направленного ассоциативного эксперимента. Испытуемым предлагалось назвать первые пять слов - ассоциаций на слово - стимул «мода». В результате мы располагали индикатором частотности ответов респондентов. На этапе когнитивной интерпретации полученных результатов ассоциаты интерпретировались как языковые репрезентации определенных когнитивных признаков. Ассоциаты, близкие по своему семантическому содержанию, были объединены в ряды синонимов и квазисинонимов, что позволило выделить единый когнитивный признак концепта и определить его яркость. Анализ когнитивных признаков позволил выявить иерархию когнитивных классификационных признаков и распределить их по зонам: ядро, ближняя и дальняя периферия. Членение содержания концепта на ядро и периферию осуществлялось по критерию яркости когнитивных признаков.

Всего было получено 593 ассоциации. На этапе когнитивной интерпретации были выделены следующие когнитивные признаки концепта мода: красота – 93, индивидуальность – 84, личностные характеристики – 14, креативность – 3, новизна – 35, индикаторы успеха –18, мода как составляющая жизни – 14, объекты моды – 54, массовость –14, мужское-женское – 26, fashion-индустрия – 60, деньги – 35, эмоциональный компонент – 25.

Следует отметить достаточно высокую номинативную плотность изучаемого концепта: об этом свидетельствует детализация обозначаемого концепта, множественные вариативные обозначения, смысловые оттенки обозначаемого. Это означает коммуникативную значимость и популярность моды как предмета общественного обсуждения и осмысления.

Описание категориальной структуры концепта потребовало обобщения отдельных когнитивных признаков и выявления на их основе когнитивных классификационных признаков. Когнитивные признаки *красота, индивидуальность*, *личностные характеристики,* обобщаются классификационным признаком «красота» – 194. *Индикаторы успеха и деньги* – классифицируются признаком «успех» – 42, когнитивные признаки *новизна* и *креативность* – общим классификационным признаком «креативность» − 68. К общему классификационному признаку «fashion-индустрия» отнесены когнитивные признаки *объекты моды, эмоциональный компонент моды и эталон −140.* Когнитивные признаки *мода как составляющая жизни* и *мужское-женское* обобщаются классификационным признаком «*мода как образ жизни» −40.*

Структура концепта упорядочивает когнитивные признаки по полевому признаку. Полевая организация концепта отражает иерархию отдельных когнитивных признаков в структуре концепта, которая представлена

ядром и различными зонами периферии. Выявленные классификационные признаки как наиболее яркие, имея высокую частотность, составляют ядро концепта «мода». Ядерные компоненты концепта «мода»: красота, fashion –индустрия, креативность, успех и мода как образ жизни. Как видно, наиболее количественно представленной является группа ассоциаций, которую можно обозначить как красота (194 ассоциации). Ассоциации данной группы отражают различные аспекты смыслового содержания этого понятия. Поскольку мода отражает потребности человека, определяя способы и характер действий по их удовлетворению, количественное превосходство ассоциаций в данной группе свидетельствует о стремлении к повышению собственной привлекательности и значимости. Понятие красоты (частотность – 54), определяющее эстетический смысл моды, обнаруживает себя в определенной взаимосвязи с такими характеристиками как *вкус, шик, элегантность, изысканность, грация, утончённость, привлекательность, гармония, умение хорошо одеваться.* Понятие внешней привлекательности гармонично дополняется характеристиками внутреннего мира личности, проявления своего «Я» *(уверенность, богатый внутренний мир, стремление к лучшему, личный выбор , вера, взаимопонимание, личность, проявление внутреннего мира, свобода , зависть, беспокойство, интерес)* – 14. В рамках данной группы содержательно выделяется подгруппа, ассоциации которой указывают на своеобразие, уникальность личности и внешности, которые являются непременным атрибутом моды: с*тиль, индивидуальность, необычность, экстравагантность, нестандартность, неординарность, особенность выделения*. Обращает внимание тот факт, что ассоциация «стиль » имеет наиболее высокую реккурентность (частотность языковых репрезентаций – 61). Это свидетельствует о стремлении создания неповторимого индивидуального образа и высокой коммуникативной релевантности данного компонента в современной социальной ситуации. Внутренняя согласованность личности, ее индивидуальность определяет ее взаимодействие с модой.

Следующей по количественной представленности (140 ассоциаций) выступает группа ассоциаций «Fashion –индустрия». Данный когнитивный признак содержательно близок словарному обозначению понятия fashion (*образ, манера, фасон, покрой, форма, стиль, мода)* и в то же время отражает различные аспекты нового современного смыслового содержания его, указывающего на сращивание моды с бизнесом. Содержание ассоциаций отражает многообразные и различные аспекты индустрии моды (*тренд – информация, модели, модный журнал, работа, показ, дизайнеры, магазины, шоу, эскизы, реклама, пропаганда, подиум, фотографы, статистика, фотосессия, конкуренция, Коко Шанель, Валентин Юдашкин, Эвелина Хромченко, Сергей Зверев, Милан, Рим, Париж, бизнес*) − 60. Высокая количественная представленность ассоциаций данной подгруппы характеризует не только отдельные действия в процессе Fashion –индустрии, но и

указывает на коммерческий характер ее. Обращает внимание указание персоналий: люди, профессионально работающие в бизнесе моды или fashion−бизнесе, приобрели высокий статус и влиянии, на этот факт обращают внимание и другие исследователи. (Гусарова, 2009)

Оценочная зона данного компонента концепта объединяет когнитивные признаки, выражающие общую эмоциональную оценку восприятия моды. Самыми частотными из названных характеристик являются: *цвет, яркость, красочность, настроение, удовольствие, выстрел, выразительность.* Выделенный эмоциональный компонент характеризуется ярким преобладанием положительной оценки и способствует формированию соответствующих эталонов моды (*выражение, образ, картинка, принятие, образец для подражания)*.

Достаточно многочисленной и содержательно разнообразной выступает подгруппа объекты моды *(одежда, машина, платье, причёска, кроссовки, косметика, нитка жемчуга, чёрное платье, туфли «Лодочки», одежда последнего фасона, аксессуары , вещи, борода, галстук«бабочка», загар, гель для волос, внешность, телефон, стразы, очки, джинсы, белые носки, мебель, наркотики*) − 54. Выявленные потребительские предпочтения характеризуют направленность на приобретение и использование объектов потребления. Именно вторая составляющая в сочетании fashion-бизнес, т.е. бизнес, имеет явное превосходство как формальное, так и содержательное.

Следующей по количественной представленности выступает группа ассоциаций «креативность» (68 ассоциаций), свидетельствуя о высокой степени релевантности данной характеристики моды сегодня. Готовность к изменениям представлена ассоциациями подгруппы новизна (*новизна, новинка, изменчивость, перемены, время, современность, популярность, движение)*. Динамический характер моды характеризуется высокой частотностью ассоциации *движение* (8). В подгруппу «креативность» вошли ассоциации: *креатив, искусство, творение, творчество, шедевр, разнообразие, фантазия, сочетания, миф, эксклюзив.*

Содержательно близок рассматриваемой группе ассоциаций «Fashion –индустрия» выступает когнитивный классификационный признак «успех» объединяющий такие когнитивные признаки как *индикаторы успеха и деньги* Выделенные индикаторы успеха (*успех, власть, уровень, престиж, высота, лестница, цветы, знаменитость, горизонт*) – 18 содержательно дополняются более многочисленной подгруппой деньги (*деньги, цены, дорого, качество, для богатых, для избранных, недоступность, благополучие*) − 35. Между указанными компонентами существует несомненная взаимосвязь: демонстрация успеха и высокого статуса обеспечивается посредством модных объектов.

Следующим компонентом ядра концепта по частотности выступает группа ассоциаций, которую по наиболее частотному слову мы обозначили

«мода как образ жизни» (40 ассоциаций). Данная группа ассоциаций, выявляющих когнитивные и смысловые характеристики моды, функционирующие во многих сферах жизни человека, указывает на универсальный характер моды. При этом задается многовекторное пространство функционирования моды. Она рассматривается как составляющая жизни (*жизнь, часть жизни, возня в современном мире, то, к чему стремится мир, образ жизни, досуг, путешествие, поведение*) – 14. В рамках данной группы достаточно широко представлена интимно-личностная сфера жизни человека (*секс – эротика, тело, желаю, 90-60-90, девушка, обольщение, страсть, удовольствие, гомосексуализм, мужское – женское*) − 26. Заметим, что авторами указанных ассоциаций выступали преимущественно респонденты мужского пола. На значимость данной сферы в функционировании моды указывал Г. Блумер. Среди семи функций моды, им сформулированных, значится «мода используется для замаскированного выражения сексуальных интересов» (Килошенко, 2014, с.101).

Периферийная зона концепта содержит отдельные когнитивные признаки, раскрывающие его содержание и отношение к нему в различных коммуникативных ситуациях, о наличии связей его с другими элементами концептосферы. Ближняя периферия включает когнитивный признак массовость *(стереотип, большинство, группа, однотипность, копирка, стадо, повторяемость, всеохватность, предсказуемость, универсальность*) – 14.

Концепт «мода» характеризуется ярким преобладанием положительной оценки, хотя в интерпретационном поле незначительно представлена отрицательная оценка. В основном – это одиночные характеристики, выражающие негативное отношение к моде и находящиеся в зоне периферии *(ерунда, не моё, непонятное, вычурность, пестрота, понты, модник, неадекватность, нет смысла, выходящая за рамки, пошлость*) − 25. Единицы крайней периферии – аккуратность, чистота, опрятность и уют.

Проведенное исследование подтвердило эвристическую значимость анализа концепта «мода» в процессе накопления и систематизации феноменологических данных и формирования целостного представления о моде как объекте социального познания. Значение слова «мода», зафиксированное в словарях русского языка, в какой-то степени отражается лишь в смысловых группах «Красота», «Креативность» и «Успех».

Значение ядерного компонента «Fashion-индустрия» является новейшим компонентом структуры концепта «мода» и отражает изменения в менталитете современных студентов. Высокая количественная представленность, содержательное разнообразие ассоциаций в смысловой группе «Fashion-бизнес» в ответах респондентов говорят о том, что мода сегодня – это глобальный бизнес, который из сферы исключительно практического плана постепенно выходит в теоретическое, а также в научно-практическое дискуссионное поле.

Литература

Андреева Г.М. Социальная психология: векторы новой парадигмы. М.: МГУ, 2009.

Залевская А.А. Психолингвистический подход к проблеме концепта. Воронеж, 2001.

Килошенко М.И. Психология моды. СПб: Питер, 2014.

Лотман Ю.М. Проблемы структуры стиха. М.: Akademia, 1997.

*Гусарова К.*В поисках «Культурной истории» // Теория моды. 2009. Вып.11.

НЕЙРОДИЗАЙН – НОВАЯ ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА В СРЕДОВОМ ДИЗАЙНЕ

Волкодаева И.Б.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В данной статье рассмотрены процессы современной проектной культуры в дизайне среды. В процессе нахождения оптимальных дизайнерских решений, ключевым остаётся вопрос, связанный с нахождением контактов на психологическом уровне двух систем: дизайнер-заказчик. В результате исследования определена поэтапная форма общения двух систем и обозначена структура основных понятий психологического взаимодействия.

Ключевые слова: нейродизайн, проектная культура, дизайн среды, психологическое взаимодействие.

NEURODESIGN AS AN INNOVATIVE PROJECT CULTURE IN DESIGN

Volkodaeva I.B.

Moscow State University of Design and Technology, Russia

The present article deals with the processes in the modern project culture and environmental design. While searching for justified solutions in design, the key problem remains to be the establishment of contacts between two systems that are represented by the designer and the client on the psychological level. As the result of the present study a stepwise form of communication is determined and the structure of the basic definitions of the psychological interaction between the two systems is specified.

Keywords: neurodesign, project culture, environmental design, psychological interaction.

В проектной культуры дизайна крайне важно то обстоятельство, что ежедневный и ежечасный образ жизни людей неотъемлемо связан с окру-

жающей средой, со всем его предметно-пространственным наполнением. Это обстоятельство даёт возможность дизайнеру, наряду с использованием научных знаний об образе жизни и предметной среде, относится к средовому пространству, как к объекту проектирования, непосредственно определяющего проектные замыслы с помощью ценностного чувствования содержания образов о будущих, желательных состояниях жизни в проектируемом пространстве. Проектные замыслы с помощью ценностного чувствования содержания образов наделяют определёнными качествами средовые объекты и произведения искусства. Общую цепочку развития основополагающих связей развития проектной культуры в контексте новых научных знаний можно представить в виде этапов: проектная культура - образование - наука - качественная характеристика дизайнера - мировоззрение, идеи - новая проектная культура (Смирнов, 2013).

Проектирование средовых объектов – универсальный и самостоятельный в интеллектуальном и социокультурном отношениях тип деятельности, целенаправленный на создание реальных объектов или эффектов с заданными функциональными, технико-экономическими, экологическими и потребительскими качествами (Барсукова, 2008). Проектная культура – это высший уровень дизайна, который определяет и создаёт художественное качество средовых объектов и надстраивается над текущим (рабочим) проектным процессом преобразования или создания новой среды. К рабочему проектированию можно отнести: методологии проектирования, проектную инженерию, структурирование и зонирование среды, построение социальной и материальной инфраструктуры, определение функциональных служб, связей и навигаций, которые обеспечивают качественное течение проектного процесса и его результата.

Процесс проектирования является творческим процессом и успех результата во многом зависит от профессионализма *дизайнера*, т.е. от качества индивидуума, а также от качества индивидуума *заказчика*, способного точно определить и сформулировать свои представления о проектируемой среде. С целью определения качественной составляющей процесса проектирования рассмотрим дизайнера и заказчика как две самостоятельные системы.

Процесс проектирования средовых объектов можно представить в виде взаимодействия двух систем: *дизайнер - заказчик,* где последним являются: официальные или общественные организации, потребительские групп или отдельные лица. Данный процесс, включает в себя следующие этапы:

- описание *заказчиком* своего видения проектируемой среды;
- взаимопонимание двух систем;
- изучение *дизайнером* исходных обстоятельств средового объекта и исследование возможности выполнения проектируемой среды;

- оформление технического задания совместно *дизайнера с заказчиком;*

- разработка *дизайнером* проекта на профессиональном языке (текстовые описания, изображения, чертежи, таблицы экспликаций), удовлетворяющего принятым критериям целесообразности согласно техническому заданию;

- научно-техническое, технико-экономическое и социокультурное обоснование проекта;

- оценка и согласование проекта *дизайнера* с *заказчиком;*

- решение о принятии дизайн-проекта *заказчиком*;

- реализация проекта доступными для изготовителя технологическими, организационными, инвестиционными и прочими средствами.

Сегодня взаимодействие систем *дизайнер - заказчик* проходит в форме устной беседы, просмотром аналогов и с зарисовками клаузур для лучшего понимания. Рассматривая дизайнера и заказчика как две самостоятельные *системы* и их взаимосвязи в процессе проектирования средовых объектов, были определены ключевые этапы процесса на уровне системы познания человека, которая складывается в их сознании в результате становления индивидуального характера, воспитания, обучения, наблюдения и размышления об окружающем мире – всё это вопросы когнитивной науки. В жизни человек ставит себе цели и принимает решения о том, как надо действовать в той или иной ситуации, эти действия отражены в основе когнитивной системы взаимодействия мышления, сознания, памяти и языка, а носителем такой сложной системы является мозг человека, поэтому возникла новое научное познание - нейродизайн. Концепция самоорганизации творческой личности в настоящее время приобретает всё большее значение, становясь парадигмой исследования в области нейродизайна при взаимодействии различных систем и процессов, происходящих в них. Поэтому, возникает необходимость рассматривать механизмы самоорганизации и развития процессов проектирования в дизайне как синергетические вопросы, а исследуя проектную культуру процесса проектирования объектов среды, как взаимодействие различных систем можно сформулировать основы синергетического подхода к данной проблеме:

основные понятия - структура, методология, профессиональная терминология;

принципы - открытость системы, устойчивость и неустойчивость, необходимости и случайности;

методы - диалог, тестирование, сценарный подход.

Процесс взаимодействия и совместимость двух систем является ключевым узлом в успешном выполнении проекта, а современные научные исследования в области психологии взаимодействия *дизайнер - заказчик* сегодня открывают новые возможности на улучшение и для успешного выполнения проекта с новыми качествами.

Очевидно, что физическое и психологическое здоровье человека зависят от окружающей среды, т.е. от созданной дизайнером среды. Уже доказано, что продолжительность жизни и состояние человека зависят не только от физических - качества воздуха и воды, количества света, температуры, фоновых излучений, но и от психологической ситуации при субъективном восприятии жизненного пространства, т.е. сегодня необходимо говорить о комплексном комфорте человека, который закладывается и создаётся в процессе проектирования среды дизайнером (Смирнов, 2013).

Систему *дизайнер* можно структурировать следующими понятиями, от которых зависит умственная продуктивность деятельности: творчество, гибкость, глубина, быстрота, критичность, инициативность и сообразительность. Дизайнер и заказчик в силу свих потенциальных творческих возможностей и ресурса знаний в области процесса проектирования проходят следующие этапы:

- получение информации по описанию задачи заказчиком;
- выявление и определение цели проектирования заказчиком и дизайнером;
- генерация и выбор идей дизайнером;
- разработка информационной модели проектируемого объекта (концептуальный проект) дизайнером;
- утверждение заказчиком концептуальной модели, предложенной дизайнером;
- разработка компьютерной модели проектируемого объекта (визуализации средовых объектов) дизайнером;
- утверждение заказчиком компьютерной модели;
- создание рабочей документации дизайнером;
- оформление дизайн-проекта дизайнером;
- внедрение под авторским надзором дизайнера или самостоятельно заказчиком.

Каждый средовой объект имеют не только цвет и форму, но и неисчислимое количество свойств. Увидеть, почувствовать, познать это многообразие свойств на основе интуиции, профессионального опыта даёт возможность человеку выйти за пределы времени и пространства, лучше познать себя и окружающий его мир (Ткалич, 2007).

Средовое пространство обладает огромным потенциалом психологического влияния на человека: может пробуждать возвышенные чувства, или, наоборот, угнетает; инициировать активность к деятельности, или утомлять. Среда может формировать чувство собственного достоинства или уничтожить личностное начало, вызвать положительные эмоции или создать состояние дискомфорта, способствовать воспитанию эстетического вкуса, и в тоже время, влиять на обратный процесс. Нейродизайн сегодня становится главным инструментом в проектировании средовых объек-

тов, которые активно влияют на поведение человека и моделируют его потребительские свойства и предпочтения, создавая индивидуальную комфортную среду. Интерес к проблемам нейродизайна на рынке дизайнерских услуг считается важным научно-исследовательским аспектом современности.

Литература

Ткалич С.К. История дизайна: эволюция, методология, современные тенденции. В 2-х частях: Учебное пособие: в 2-х ч. Гриф УМО МГХПУ им. С.Г. Строганова. М.: 2007.

Смирнов А.С. Нейродизайн - новая позитивная реальность. // Финансовый контроль, тематическое приложение «Суждение». 2013. – №2. – С.42-45.

Смирнов А.С. Нейродизайн как научно-практическое направление в условиях меняющегося мира. М.: РАЕН. Апрель, 2013. – С.16-19.

Барсукова Н.И. Теоретические и прикладные проблемы, современного дизайна. // Материалы Всероссийской конференции, Сочи-Красная Поляна, СГУТиКД. 2008. – С.23-27.

ДОСТУПНАЯ ГОРОДСКАЯ СРЕДА И ИНТЕГРАЦИЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ В СОЦИАЛЬНО-АКТИВНУЮ ЖИЗНЬ ОБЩЕСТВА

Волкодаева И.Б , Кнауб Э.В.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В данной статье рассмотрены проблемы интеграции людей с ограниченными возможностями в социльно-активную жизнь общества. Раскрываются причины асоциального взаимодействия маломобильных групп населения и проанализированы существующие проблемы инфраструктуры города. В результате анализа потребностей маломобильных граждан были созданы решения по организации доступной городской среды.

Ключевые слова: люди с ограниченными возможностями, инвалид, социальные барьеры, окружающая среда, социальная жизнь общества, беспрепятственный доступ, доступная среда.

AVAILABLE URBAN ENVIRONMENT AND INTEGRATION OF PHYSICALLY DISABLED PEOPLE INTO SOCIAL AND ACTIVE LIFE OF SOCIETY

Volkodaeva I.B., Knaub E.V.

Moscow State University of design and technology, Russia

This article deals with the problems of integration of people with disabilities in active social life. The reasons revealed anti-social interaction of limited

mobility and analyzed the existing problems of the city infrastructure. An analysis of the needs of citizens with limited mobility were created for the organization of accessible urban environment.

Keywords: People with disabilities, disabled, social barriers, the environment, social life, easy access, accessible environment.

Жизнь с ограниченными возможностями – это особая форма жизни. На сегодняшний день в России более 10 млн. инвалидов. Люди с ограниченной подвижностью наделены правом, как все другие люди, на равные социальные возможности в обществе. Слишком часто их жизнь затруднена физическими и социальными барьерами, которые препятствуют полноценному участию в жизни общества. Из-за этого миллионы детей и взрослых сталкиваются с проблемами в жизни, которая является одинокой и пониженного качества.

Согласно теории П. Сорокина в обществе существуют так называемые «каналы вертикальной циркуляции» среди которых школа, армия, церковь, семья, брак, работа, собственность. Эти каналы способствуют вертикальной мобильности индивида и способны ускорить ее. Положение людей с ограниченными возможностями в социальной системе зависит от возможности доступа инвалида к таким каналам вертикальной циркуляции как образование и трудоустройство (Сорокин, 1992). Инвалиды, освоившие программы высшего, среднего профессионального и дополнительного образования, имеют занятость, превышающую 60%. Наиболее значимыми социальными факторами, определяющими инвалидность, являются: состояние окружающей среды, демографическая ситуация, уровень социально-экономического развития. Только на основе знания специфики и особенностей, потребностей и интересов каждой группы маломобильных граждан, овладения разнообразными способами, методами, приемами работы могут быть решены их проблемы, оказаны помощь и поддержка.

Включение людей с ограниченной мобильностью в активную социальную жизнь общества является одной из актуальнейших задач, проводимой в настоящее время. К маломобильным группам населения (МГН) относятся:

– инвалиды различных категорий, в том числе использующие для своего передвижения необходимые средства, приспособления;

– люди пожилого возраста;

– люди с маленькими детьми и колясками.

Обеспечение беспрепятственного доступа МГН к объектам инфраструктуры выступает в качестве одного из методов обеспечения малоподвижных граждан организации их социальной защищенности и их интеграции в социально-активную жизнь страны. Создание доступности для инвалидов городской среды направлены на улучшение условий проживания, обслуживания, досуга, трудовой деятельности инвалидов всех категорий,

на обеспечение возможности для их свободного доступа к объектам социальной инфраструктуры. Приоритетом при разработке программ адаптации городской среды является доступ инвалидов к объектам социальной инфраструктуры. В числе первоочередных проблем следует считать жилые и общественные здания, места отдыха, спортивные сооружения, культурно-зрелищные и другие учреждения, а также беспрепятственное пользование общественным транспортом и транспортными коммуникациями, средствами связи и информации (Брума, 2012).

Возникновение инвалидности означает ограничение жизнедеятельности – это полная или частичная утрата способности или возможности человеком осуществлять самообслуживание, самостоятельно передвигаться, ориентироваться, общаться, контролировать свое поведение, обучаться и заниматься трудовой деятельностью. Это приводит к конфликту с окружающей средой, не приспособленной к потребностям инвалидов. Наличие инвалидности не должно являться препятствием к трудовой деятельности. Именно поэтому необходимо активизировать работы по формированию доступной среды. Доступность, таким образом, выступает как дополнительный фактор производства. Социологические опросы в России показывают, что среди желающих работать преобладают мужчины среднего возраста, по группам заболевания – слабослышащие и слабовидящие граждане; около 40% инвалидов готовы пройти профессиональное обучение (переобучение) для последующего трудоустройства; свыше 60% хотели бы работать на обычных предприятиях и лишь треть – на специализированных. Однако подобрать подходящую работу удается только 35-49% инвалидов, состоящих на учете в службе занятости, 25% из них трудоустраиваются на временные рабочие места.

Следует применять комплексный подход к решению проблем доступной среды для МГН: во всех градостроительных и социальных конкурсах необходимо закладывать условия доступности, отдавая приоритеты тем проектам, которые создают комфортные условия для всех людей. Обеспечение равного доступа инвалидов к полноценным реабилитационно-образовательным программам, дающим возможность трудоустройства в соответствии с их интересами и медицинскими показаниями, должно быть подкреплено законодательно – с выделением каждого из направлений реабилитации (медицинского, социального, профессионального) как самостоятельной части целостной социально-экономической и организационно-правовой системы (Мельникова, Рыбников, 2014).

Помимо организации доступной городской среды существуют и другие виды поддержки данной группы граждан - интернет предлагает огромный потенциал для улучшения социального включения людей с ограниченными возможностями: работа онлайн, электронная демократия, доступ к знаниям и информации.

Для комфортной и безопасной жизнедеятельности МГН необходимо создать доступную среду. Инвалиды и другие малоподвижные люди должны пользоваться теми же правами и иметь равные возможности, что и большинство людей. Для удовлетворения жизненно необходимых потребностей каждый маломобильный гражданин должен иметь безбарьерный доступ ко всем социально значимым объектам инфраструктуры, а именно: жилье, предприятия и организации, связанные с отдыхом и досугом, розничная торговля, общественное питание, сфера услуг, спортивно-оздоровительные учреждения, пассажирский транспорт, больницы и другое. Необходимо создать такие условия, чтобы МГН могли, на ряду, со всеми «сотрудничать» с природой и обществом.

Для организации комфортной среды необходимо учитывать потребности следующих категорий граждан с ограниченными возможностями:

- с поражением опорно-двигательного аппарата (выделяется две группы: люди, использующие при передвижении различные приспособления для ходьбы и кресла-коляски);
- с дефектами зрения;
- с дефектами слуха.

Специфические особенности инвалидов с поражением опорно-двигательного аппарата в наибольшей степени влияют на особенности проектирования городской среды с учетом требований маломобильных групп населения. В основном трудности возникают при передвижении по городу, движении по сложному маршруту и в затесненном пространстве, в преодолении различных препятствий в виде лестниц, порогов и т.п., в пользовании балконами, лоджиями, обычной мебелью и оборудованием. Чтобы передвижение данной группы МГН было комфортным и безопасным, следует проектировать объекты городской среды и дорожно-тропиночные связи с установкой специального оборудования: заниженные бордюры, пандусы, поручни, кнопки экстренной связи и вызова, также необходимо устанавливать специальные детские площадки для инвалидов-колясочников.

Не менее важно при организации доступной среды учитывать требования инвалидов с дефектом зрения. При этом можно выделить две основные группы: полностью слепые люди и люди с остаточным зрением. Слепые пользуются тростью, увеличивающей габариты обычных людей. Кроме того, эти инвалиды испытывают затруднения в передвижении и ориентации. Для них особое значение приобретает при проектировании система дополнительных ориентиров: контрастных сочетаний цвета и фактуры, материалов, звуковых сигналов, специальных направляющих и предупреждающих устройств, рельефных и силуэтных таблиц и указателей и т.п.

Инвалиды с дефектами слуха по своим антропометрическим характеристикам близки к здоровым людям и не требуют внесения корректив в основные параметры объектов городской среды. Однако эти люди затруд-

няются в ориентации и поэтому в городское среде, зданиях и сооружениях необходимо учитывать целый ряд требований к устройству дополнительной визуальной и световой информации, а также электроакустических приспособлений (Сафронов, 2011).

Обустройство городской среды для маломобильных групп населения часто ограничивается финансовой или материальной поддержкой, однако акцент должен быть на более полном "включении" в пределах сообщества. Одним из факторов, способствующей социальной адаптации инвалидов, является возможность их физической мобильности через создание доступной городской среды, которая учитывает весь аспект проблем людей с различными ограничениями для полноценной жизни в обществе.

Литература

Сафронов К.Э. Безбарьерная городская среда 2-е издание, Омск: Золотой тираж, 2011.

Брума Е.В. Методика количественной оценки доступности городской среды маломобильным группам населения //Материалы Международной НПК. Брянск: БГИТА, 2012.

Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / Общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонов: Пер. с англ. М.: Политиздат, 1992.

РООИ перспектива [Электронный ресурс]: Статьи и материалы - Государственная программа РФ «Доступная среда» на 2011 – 2015 годы – результаты и продолжение 1997-2016. Режим доступа: http://perspektiva-inva.ru/protec-rights/articles/vw-2244/

Мельникова О.Г., Рыбников Е.В. Доступная среда для инвалидов. Волгоград: РО ОООИ РСИ ВАНС «Надежда», 2014.

ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИИ К ТАТУИРОВАНИЮ КАК МЕХАНИЗМ КОНСТРУИРОВАНИЯ САМОИДЕНТИЧНОСТИ

Воробьева Е.С.

Институт социологии РАН, Москва, Россия

В статье рассматривается мотивационный аспект формирования идентичности у людей с татуировками. Рассматриваются 2 типа самоидентификации − социальная и личная. В исследовании выделены 3 типа людей с разной мотивацией к татуированию − «модный», «творческий» и «демонстративный. Методом глубинного полуструктурированного интервью выявлены виды и уровни мотивации в первых двух группах, проанализированы их специфика, динамика и вклад в формирование социальной и личной идентификации.

Ключевые слова: татуировка, татуирование, телесные практики, мотивация, творчество, конструирование идентичности.

MOTIVATION TO TATTOO AT TATTOO ARTISTS AND THEIR CLIENTS AS A MECHANISM OF IDENTITY CONSTRUCTION

Vorobieva E.S.
Institute of Sociology of the RAS, Moscow, Russia

The article discusses motivational aspect of the identity formation of people with tattoos. Considers 2 types of identity − social and personal. The study highlights 3 types of people with different motivation for the tattoo: «fashion», «creative» and «demonstrative». Using in-depth semi-structured interviews revealed the types and levels of motivation in the first two groups, and analyzed their specificity, dynamics and contribution to the formation of social and personal identification.

Keywords: tattooing, tattoo, body practices, motivation, creativity, construction of identity.

Проблема конструирования идентичности в обществах современного типа – одна из наиболее актуальных в социальных науках. Если в обществах традиционного типа идентичность санкционирована традицией и фактически *задана* человеку от рождения, то в обществах «высокого модерна» она во многом является продуктом *выбора* человека. Конструирование идентичности связано с формированием Я-образа, частью которого является телесный образ. Татуирование рассматривается нами как один из способов творческого конструирования телесного образа как части общей Я-схемы.

В современной России, равно как и в современных западных обществах, существует татуирование двух типов: татуирование в «закрытых» социальных группах и татуирование в «большом» обществе. К первому типу относится татуирование внутри таких социальных институтов, как армия, флот и тюрьма. Для этих институтов характерны:

- четкая пространственная локализация, замкнутость границ,
- вынужденная длительная изоляция членов группы от «большого» общества,
- как следствие – формирование особого психотипа индивида, характеризующегося «ментальной госпитализацией» (Goffman, 1961, с.4-6).

Татуирование индивидов в таких «карцерных», или «закрытых», группах по сравнению с татуированием в «большом» обществе имеет длительную историю и свою специфику: процесс татуирования подчинен традиции. Это означает, что, во-первых, татуирование выступает как *традиционное, типичное* действие, и, во-вторых, *традиционны* сами тату-изображения.

В то же время, особенностью татуирования в «большом» обществе являются:

• сравнительно недавняя история возникновения (60-е гг. в США и Европе, 90-е гг. в России),

• *нетрадиционный*, *инновационный* характер действия.

Именно последний аспект татуирования в «большом» обществе находится в центре нашего исследовательского интереса.

В ходе эмпирического исследования, проведенного нами в период с 2012 по 2015 гг. татуирование рассматривалось как одна из телесных практик, направленных на телесное преобразование. Целью исследования явилось выявление содержательных и процессуальных аспектов мотивации подобного преобразования и его влияния на формирование идентичности. Исследование проводилось с использованием метода глубинного полуструктурированного интервью, выборка (N=40) формировалась по методу «типичных представителей» тату-культуры. Формированию выборки предшествовало длительное невключенное наблюдение автора за татуированными на тату-конвенциях и в интернет-пространстве, которое позволило выделить три визуально специфических типа татуированных: с татуировками, занимающими *незначительную* поверхность кожного покрова, которые при желании легко могут быть скрыты под одеждой; с татуировками, занимающими *значительную* поверхность кожного покрова, которые также при желании могут быть скрыты под одеждой; с татуировками на видных частях тела (лице, шее, кистях рук и т.д.), которые *невозможно скрыть* от окружающих. В качестве гипотезы исследования выступило предположение о наличии у этих 3-х типов татуированных 3-х доминирующих мотивационных оснований татуирования.

1. *Модный тип* со стандартными изображениями. Татуировки зачастую взяты из альбомов готовых изображений, либо увидены у кого-нибудь из селебритиз. Татуировки делаются как *подражание* «модным стандартам».

2. *Творческий тип* с «художественными» татуировками, предполагающими *уникальность* изображения и высокое мастерство исполнения, позволяющего охарактеризовать такие татуировки как «произведения искусства».

3. *Демонстративный тип* с татуировками эпатажного содержания (тексты сексуального характера, фашистская и прочая запрещенная символика).

Эмпирическую базу нашего исследования составили представители первого и второго типа: 14 тату-мастеров крупных московских тату-салонов и 26 клиентов тату-мастеров. Возраст респондентов – 20-40 лет. Проверка аналитических выводов на валидность осуществлялась методом экспертной триангуляции. Третий тип не был включен в выборку в виду предположения о возможном клиническом характере личности представителей данного типа – рассмотрение клинических случаев выходит за рамки нашей компетенции.

В ходе анализа интервью выявилось, что у представителей первого, «модного» типа, выделяется 3 основных сценария, по которым развивается их тату-история.

1. Сделавшие татуировку со временем начинают сожалеть о сделанной татуировке и мечтают ее вывести/выводят.

2. Сделавшие татуировку довольны полученным результатом и не планируют в дальнейшем делать другие татуировки.

3. Сделавшие татуировку довольны полученным результатом, но с изменением моды или вслед за своим кумиром могут сделать еще одну или несколько татуировок.

В целом мотивация к татуированию у представителей «модного» типа не подвержена динамике и ограничивается подражанием кумирам. В терминах теории социальной идентичности Г. Тэджфела, противопоставляющей идентичность *социальную* и идентичность *личную*, идентичность представителей «модного» типа тяготеет к первому виду.

Гораздо более динамичной и дифференцированной является мотивация второго, «творческого» типа. Анализ интервью респондентов этого типа позволяет аналитически выделить два этапа формирования мотивации к татуированию: этап формирования первичной мотивации, которая возникает у респондентов и побуждает их к первому «тату-эксперименту», и этап формирования вторичной мотивации, которая складывается в процессе накопления практического опыта татуирования и его рефлексивного осмысления. В результате вторичная мотивация накладывается на первичную и постепенно становится доминирующей – в случае, когда первый опыт татуирования не вызвал отторжения и ценность татуировки закрепилась в сознании ее носителя.

Этап формирования первичной мотивации характеризует недостаточная рефлексивность действия.

В первичной мотивации аналитически выделяется *два уровня* ее развития (в кавычках курсивом даны цитаты из интервью).

Для *первого уровня* характерны:

• прямое влияние «значимых Других», подражательность,

• любопытство, экспериментирование (*«попробовать кольнуть»*),

• легкомысленность, игровое отношение к ситуации,

• аффективное отношение к татуированию: *«азарт», «кураж», «на подъеме»*,

• нерефлексивность.

Для *второго уровня* характерны:

• ослабление влияния «значимых Других»,

• более спокойное эмоциональное состояние,

• начало рефлексивного осмысления татуирования,

• формирование ведущего мотива (сценария) татуирования

В исследовании выявлено 6 сценариев мотивации к татуированию у «творческого» типа».

Сценарий 1. Мотив протеста против запретов родителей: *«мне запрещали… сделал в пику, назло».*

Сценарий 2. Мотив эпатажа, демонстрации и самоутверждения: *«хотелось выделиться и доказать миру».*

Сценарий 3. Мотив поиска круга общения: *«эти люди казались мне такими крутыми, смелыми»*.

Сценарий 4. Мотив опыта эстетического переживания: *«… дракон японский… меня это поразило».*

Сценарий 5. Мотив защиты: в татуировку вкладывается религиозный, мистический смысл: *«это мой оберег».*

Сценарий 6. Мотив фиксации привязанности обусловлен потребностью постоянно ощущать эмоциональную связь с близким и дорогим существом. Татуировки этого типа – возлюбленные, друзья, домашние животные.

Сценарий 7. Мотив самовыражения: возникает потребность переноса на собственное тело собственного или чужого художественного творчества, наиболее точно отражающего представление о себе, «Я-образ». *«Захотелось иметь это на себе».*

Этап формирования вторичной мотивации характеризует усиление рефлексивного осмысления процесса татуирования через:

• критический пересмотр первичных мотивов (сценариев),

• отвержение мотивов подражания, любопытства, эпатажа, демонстрации,

• более тщательный выбор сюжета татуировки, стиля исполнения и тату-мастера (у клиентов),

• структурирование мотивов (сценариев) первичной мотивации.

Ведущий мотив либо 1) закрепляется как основной, либо 2) отвергается и на его место заступает новый, либо (наиболее часто) 3) происходит *расширение мотивационной сферы: «сначала я думала, что татуировка для меня – одно, а затем поняла, что это и второе, и третье, и … десятое»*.

На этом этапе оформляются осмысленные индивидуальные *мотивационные карты (набор мотивов-сценариев)*, которые приобретают *поливалентный характер*.

1. Протестный мотив отмечен на мотивационной карте большинства респондентов. Однако изменяется объект направленности протеста: протест связан уже не с бунтом против родителей, а с возражением против навязываемых рекламной индустрией стандартов телесной красоты, стандартов феминности/маскулинности. Человек «хочет быть *самим собой*», а не объектом манипуляции индустрии моды.

2. Мотив поиска круга общения. Перестает доминировать, поскольку расширение круга общения было достигнуто на предыдущем этапе.

3. Эстетический мотив. Наиболее распространенным мотивом выступает мотив украшения собственного тела: о красоте так или иначе говорят 100% респондентов, сходясь во мнении, что татуировка это «*искусство*» и что «*она должна быть красивой*». Человек исходит из *собственного* представления о красоте.

4. Мотив защиты не претерпевает изменений, и татуировка по-прежнему понимается здесь как «*талисман*», «*оберег*».

5. Мотив фиксации привязанности не претерпевает изменения.

6. Возникает мотив боли. С *«преодолением себя»* через боль большинство респондентов соотносит повышение самооценки, достигнутое в результате татуирования.

7. Мотив самовыражения. Этот мотив присутствует на мотивационной карте всех респондентов. Однако понимание термина «самовыражение» у респондентов различно, и понятие это имеет, скорее, обобщающий характер, выступая как родовое, включающее в себя более конкретные видовые случаи. Пользуясь термином «самовыражение», респонденты включают в его объем понятия «самопознание», «самоидентификация», «самопозиционирование» и «утверждение собственной онтологии». Татуировка связывается и с *«желанием выразить какие-то духовные ценности – то, что есть внутри, но то, что нельзя выразить словами»*, и с *«образом мышления»*, исо стремлением *«подчеркнуть индивидуальность, какую-то черту характера»*.

Заключение. Проведенное исследование демонстрирует, что татуирование как телесное преобразование выступает как один механизмов творческого конструирования идентичности. Социология и социальная психология выделяют два типа самоидентичности: идентичность как принадлежность к «мы-группе» (внешняя идентификация) и «идентичность-для-себя» (внутренняя идентификация). В первом случае социальная самоидентификация понимается как социоструктурный «процесс определения себя через членство в социальной группе» (Ядов, 1995, с.158-179). Во втором случае – как механизм формирования «самости», утверждения собственной, независимой от группы онтологии (Dubar, 2002). По мнению критиков теории социальной идентичности, например, Г. Брэквелла, У. Дуаза, деление идентичности на личную и социальную проблематично: личная идентичность также является социально обусловленным конструктом. Критерием, оправдывающим проведение различия между двумя типами идентичности, являются их функции. Социальная идентичность связана с осознанием человеком своей с принадлежностью к группе, а личная− своей уникальности (Breakwell, 1993; Doise, 1998).

Тату-история всех респондентов начинается как конструирование *социальной* идентичности, впрочем, не всегда осознаваемое. Этот процесс

связан с ориентацией прежде всего на референтную группу и ролевым поведением через «представление себя другим» (И. Гоффман). Однако в процессе творческого освоения своего телаи рефлексивного осмысления телесного преобразования происходит обогащение Я-образа личностными характеристиками и конструирование *личной* идентичности. Динамика мотивационного процесса демонстрирует постепенное вытеснение в сознании акторов социальной идентичности (внешне обусловленной) личной (внутренне обусловленной).

Литература

Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. 1995. – №3-4. – С.158-179.

Breakwell G.M. Integrating paradigms, methodological implications // Breakwell G.M., Canter D.V. (eds). Empirical approaches to social representations. Oxford: Clarendon Press, 1993.

Doise W. Social representations in personal identity // Worchel S., Morales J.F., Paez D., De-Schamps J. (eds). Social identity: International perspective. N.Y.: Sage Publ., 1998.

Dubar C. La Socialisation, construction des identités sociales et professionnelles. Armand Colin, 2002.

Goffman E. Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates. Anchor Books Doubleday & Company, Inc. Garden City, New York, 1961.

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОСВЯЗИ ПСИХИЧЕСКОГО И ФИЗИЧЕСКОГО В АРТИСТИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ

Воропаев Е.П.

Харьковский национальный университет искусств им. И.П. Котляревского, Украина

В работе рассматриваются психофизиологические механизмы, которые недостаточно изучены в современной педагогике искусств. Показано, что правильное выполнение исполнительского приема не обязательно сопровождается адекватным переживанием и наоборот. То есть, психофизическое взаимодействие для исполнителя становится отдельной задачей. Отмечено что освоение исполнительских приёмов вне связи с решением учеником конкретных художественных задач остаётся одной из основных проблем современного художественного обучения и воспитания.

Ключевые слова: артистизм, психофизическое совершенствование, художественное воспитание, психология и педагогика искусств, артистическая деятельность.

THE PROBLEMS OF PSYCHICAL AND PHYSICAL FACTORS' INTERRELATION IN ARTISTIC PRACTICE

Voropayev Ye.
Kharkiv National Kotlyarevsky University of Arts, Ukraine

The article covers psychophysiological mechanisms used by musicians and theater artists that are not sufficiently studied in modern arts education. It shows that a correct exercise of a performance task is not necessarily being accompanied by an adequate feeling and vice versa. The mind-body interaction is therefore becoming a separate task for the performer. The success of a musician or actor depends in many respects on the harmony between his body and mind.

Keywords: artistry, psychophysical improvement, art training, psychology and education of arts, artistic activity.

Артисты часто жалуются: как порой прихотлив процесс воплощения художественного образа и насколько далёк его материализованной слепок от замысла, навеянного вдохновением, наитием. Видимо, в художественном творчестве дистанция между психическим и физическим так велика, а их связь столь причудлива, что порой разрушается привычное в жизни соответствие психических процессов физиологическим. Так, в идеомоторном акте представление о действии рождает реальное действие, а причиненная телу боль переживается как страдание. В сценической же практике порой доходит до курьезов: контрабасист Патрика Зюскинда признаётся, что наиболее острым *сознательным* желанием оркестрантов может быть не воплощение замысла автора, а демонстрация непослушания дирижёру. То же самое видим в фильме Феллини «Репетиция оркестра»: музыканты умышленно вредят маэстро. А оркестрант из картины «Призрак замка Моррисвиль» вообще весь спектакль читает детектив. Следовательно, художественный эффект создается не благодаря осознанным усилиям музыкантов, а вопреки им, в силу профессионального автоматизма, так сказать, «по привычке». А значит, восторги слушателей, находящих в таком исполнении бездну смысла – не резонируют с переживаниями самих исполнителей, которых в данной ситуации можно сравнить с живой грампластинкой. Психофизическая связь между движением, звуком и адекватным образом у оркестрантов не установлена, хотя слушатель этого не знает: он слышит вдохновенные звуки и сам растворен в магии искусства.

Известно также, что тайный (а порой и слишком явный) мотив многих исполнителей – снискать аплодисменты публики. Что не мешает им «параллельно» воплощать и глубокие смыслы, заложенные в исполняемом произведении, не смотря на то, что обе мотивации буквально разрывают его на части, поскольку они находятся в оппозиции. Об этом, в частности, говорит британский психолог, актер и режиссер Гленн Вильсон (Вильсон,

2001, с. 331). Кроме того, этот исследователь, раскрывая профессиональные тайны деятелей искусств, утверждает, что *разрыв между действием и выражаемым им образом является одним из фундаментальных принципов сценической деятельности!* Объясняется это просто: ведь если бы актер каждый вечер в течение многих лет испытывал все страсти Отелло в полной мере, то такое напряжение просто убило бы его. Искренность переживания хороша раз-другой на стадии читки роли и на первой репетиции – утверждает ученый. А к моменту премьеры актер достигает способности почти хладнокровно следовать продуманной манере исполнения (Вильсон, 2001, с. 117).

Чтобы яснее представить взаимосвязь технических и художественных аспектов художественного творчества, проанализируем рядовой случай, взятый из музыкальной педагогики. Маэстро, слушая неуклюжую игру ученика, просит его: «Будь добр, сделай так, чтобы в твоей игре было больше воздуха и прозрачности: ведь это произведение передаёт тонкие чувства лирического героя, погруженного в состояния раздумья и светлой печали». Ученик играет вновь, видно, что старается. Тем ни менее педагог морщится и произносит: «Педаль короче, бас глубже, левой рукой не громыхай, а концы фраз в мелодии не стреляй, как из ружья!». Ученик опять играет, после чего педагог удовлетворенно отмечает: «Вот теперь хорошо».

Что же произошло? Поначалу педагог предложил воплотить формулу: «художественный образ → его материальное воплощение». Этот прием хорошо работает с «музыкальными» учениками, легко перевоплощающимися, эмоциональными, суггестивно одаренными. Так сочиняет автор в состоянии вдохновения: достаточно вспомнить «Осень» Пушкина:

И мысли в голове волнуются в отваге,
И рифмы легкие навстречу им бегут,
И пальцы просятся к перу, перо к бумаге,
Минута – и стихи свободно потекут.

Вильсон также полагает, что сценическому творчеству присуща некоторая одержимость (психолог называет это состояние «хунган»: актер не может выйти из-под воздействия роли, продолжая действовать соответственно ее логике даже после окончания спектакля). Эту идею эффектно выразил Ницше, утверждая, что творец – это «мундштук потусторонних императивов», посредник, пишущий «под диктовку» сверхъестественных сил. В русскоязычной психологии подобные идеи высказывает В. Дружинин: он утверждает, что художник работает в измененном состоянии сознания, образы приходят к автору «из ниоткуда» и как бы сами ложатся на бумагу (Дружинин, 2001, с. 437).

Но наш ученик не справился с поставленной задачей. Тогда учитель предложил иную схему: абстрагируясь от тонких психологических задач, он решил исполнительскую задачу на механическом уровне, предлагая выполнение некоторых двигательных задач. Конечно, выполнение их также

требовали от ученика присутствия сознания, но качество психологической составляющей здесь совершенно иное. Успешные действия ученика сопоставимы здесь с результатами дрессуры. Учитывая, что музыканта воспитывают, порой, более 15 лет, можно понять грустную педагогическую шутку, что за это время можно даже медведя научить музицированию (или, скажем, обезьяну Келера). Но «нельзя играть, как дрессированная птица, исполнение должно идти от души» – утверждал Филипп Эммануил Бах (цит. по: Петрушин, 2008, с. 48). Вероятно, перекодировка идеального в материальное в данном случае не состоялось, или качество этой перекодировки не соответствующее. Вместо воплощения в звуке художественного образа мы видим реализацию пошаговой инструкции, с чем мог бы справится и компьютер.

Нарисованную картину полезно рассмотреть с точки зрения Н. Бернштейна – автора известной теории уровней организации движений (Бернштейн, 1990). Предположим, что в случае с механическим исполнением произведения на сцене можно говорить о работе у артиста уровня D, который, по мнению ученого, обусловливает возникновение первых осмысленных действий. Виды движений и действий этого уровня: самообслуживание в широком смысле, все предметные, трудовые и производственные действия, *а также спортивные игры*. Подчеркнем: танцующая балерина пребывает на более высоком уровне организации движения. В отличие от спортсменки, мастерски исполняющей, возможно, те же самые движения, артистка еще и *воплощает художественный образ*, то есть ее пластика передает сложный и изменчивый внутренний мир героини – Кармен, Одетты, Коппелии... Бернштейн полагал, что действия, которые основываются на образном мышлении, а также связанные с пониманием речи, письменным и устным выражением своих мыслей – управляются с уровня E. По мнению ученого, это даже не один, а, возможно, несколько различных уровней. Думается, именно этот этаж управления «выпал» при исполнении у ученика из предложенного выше школьного примера.

Проблему эту по-своему видел Дени Дидро, разграничивая в своем «Парадоксе об актере» игру обдуманную, опирающуюся на знание природы человека и интуитивную игру «нутром», в которой много спонтанности, но мало продуманности: «Власть над нами принадлежит не тому, кто в экстазе, кто – вне себя: эта власть – привилегия того, кто владеет собой» (Дидро, 1936). Как мы помним, выше развернута противоположная точка зрения: Дружинин настаивает на участии в творческом процессе художника именно интуитивного, бессознательного начала (Дружинин, 2001, с. 438).

Думается, более сбалансированную позицию можно усмотреть в письме Пушкина Н. Раевскому, написанному в июле 1825 года. Анализируя свою работу над «Борисом Годуновым», поэт говорит: «Большая часть сцен требует только рассуждения; когда же я дохожу до сцены, которая требует вдохновения, я жду его или пропускаю эту сцену – такой способ

работы для меня совершенно нов». Другими словами, некоторые эпизоды сочиняются с помощью техники, в опоре на известные закономерности, каноны творчества; но некоторые требуют от автора исступления или измененного состояния сознания. В театральном творчестве также можно выделить два подхода, противостоящих и одновременно дополняющих друг друга. Вильсон обозначает их как художественный и технический (в русскоязычной литературе – «театр переживания» и «театр представления»). Основное различие между этими двумя школами исполнительского мастерства состоит в том, играет ли актер «изнутри – наружу» или «снаружи – вовнутрь», то есть «вживается» ли он в роль или достигает способности почти хладнокровно следовать продуманной манере исполнения? В последнем случае, «Если актер способен притвориться искренним – он состоялся» (Вильсон, 2001, с. 111). Союз этих двух противоположных подходов, видимо, преодолевает недостатки нашего «механического» ученика, поскольку он становится одновременно и своим собственным учителем («маэстро» в нашем примере) и – старательным исполнителем его пожеланий, где-то опираясь на живое чувство и импровизацию, а где-то – на строгий расчет и память.

Вернемся же к игре «нутром», описанной Дидро. Пожалуй, здесь исполнитель находится на уровне E по Бернштейну. Его деятельность координируется смыслами, которые объединены не предметами, а отвлеченным заданием или замыслом. Но при этом планомерность и продуманность, профессиональная отточенность движений, характерная для уровня D, могут потеряться: «Не ждите от них никакой цельности; игра их то сильна, то слаба, то горяча, то холодна, то плоска, то возвышенна. Завтра они провалят место, в котором блистали сегодня, зато они блеснут там, где провалились накануне» (Дидро, 1936). Это может означать следующее: такая игра слабо опирается на «фоны» (автоматизмы) из более низких уровней по Бернштейну (A, B, C, D). Пожалуй, здесь мы сталкиваемся с тем несоответствием между психическим и физическим, о котором говорилось в первых строчках предлагаемой статьи: сложный образ не всегда найдет свое выражение в пластике. Об этом же говорит автор «Музыкальной психологии», В. Петрушин: «слуховой образ, за который так ратуют некоторые музыканты-педагоги, являясь продуктом высших органов психики, не может сам по себе привести к наиболее точным исполнительским движениям, так как он направляет, главным образом, смысловую сторону и не может отвечать за тонкие целенаправленные движения» (Петрушин, 2008, с. 53).

Подводя итоги сказанного, можно утверждать, что взаимосвязь между психическим и физическим у художника может осуществляться поразному. На первых этапах обучения мы видим *школярскую игру*: старательный ученик, не умея вложить в исполнение художественное содержание, смысл, вложенный автором – производит и контролирует сознанием действия, которые окружающие, тем ни менее, порой трактуют как адек-

ватное исполнение произведения. При этом уровни, лежащие выше уровня D (по Бернштейну), «отключены» у такого музыканта. Играет «дрессированная птица» (по Ф.Э. Баху). В крайних случаях, когда музыкант играет автоматически и при этом еще читает книжку (разговаривает, смотрит телевизор …), можно утверждать, что такое исполнение описывается формулой: физический стимул → физическая реакция. Это опускает «с небес на землю» некоторые образцы артистической деятельности и указывает, в частности, на недостатки педагогики искусств.

Следующую разновидность взаимосвязи назовем *любительской*. Уровень E (по Бернштейну) уже руководит интерпретацией, которая, тем ни менее, разворачивается как художественно незрелое, прихотливое и изменчивое действо, подверженное внезапным провалам и взлетам. Причины этого – недостаточная развитость у музыканта воображения, эмоциональности, неосведомленность относительно замысла автора произведения. Возможно, исполнитель думает, что сценическая самореализация – это демонстрация капризных чувств и переменчивых мотивов.

В рамках отдельной работы будет интересно рассмотреть творческий процесс, который, по-видимому превосходит недостатки этого «любительского» уровня, хоть и похож на него: *вдохновенный художник в состоянии исступления создает новое произведение.* Переменчивость такого процесса проистекает от новизны создаваемого здесь и сейчас произведения. Возможно, здесь уместно будет предположить уровни (по Бернштейну), лежащие выше уровня E и характеризующие управление движением в измененных состояниях сознания (экстаз, воодушевление, творческая одержимость, исступление).

И последняя (в рамках нашего рассмотрения) разновидность связи: *зрелый мастер, профессионал* играет, руководствуясь рассудком, изучением человеческой природы, неустанным подражанием идеальному образу, воображением, памятью. Все рассчитано, изучено, упорядочено в его голове и потому он будет всегда равно совершенен. Говоря метафорически, у такого творца «слезы льются из мозга» (Дидро). Его деятельность управляется сложнейшими идеалами из уровня E по Бернштейну; в то же время, его мастерство зиждется на владении «фонами» из нижележащих этажей.

Важным следствием из сказанного является то, что использование исполнителем разных вариантов психофизического взаимодействия может стать *проблемой выбора самого исполнителя*.

Литература

Бернштейн Н.А. Физиология движений и активность. М.: Наука, 1990.

Вильсон Гленн. Психология артистической деятельности: Таланты и поклонники. М.: Когито-Центр, 2001.

Дидро Д. Парадокс об актере. Л.; М.: Искусство, 1936.

Петрушин В.И. Музыкальная психология. М.: Академический проект; Трикста, 2008.

Дружинин В.Н. Психология творчества // Психология / под общ. ред. В.Н. Дружинина. СПб.: Питер, 2001. – С.437-453.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЖИССЕРОВ ХАРЬКОВСКИХ ДЕТСКИХ ТЕАТРАЛЬНЫХ СТУДИЙ

Воропаев Е.П.
Харьковский национальный университет искусств им. И.П. Котляревского, Украина

В статье представлены результаты эмпирического исследования, осуществленного с позиций экзистенционально-гуманистической психологии, направленное на совершенствование педагогики «театра, где играют дети» – явления культуры, недостаточно изученного психологами. Работа открывает возможности разработки новых методов тестирования уровней достижений театров, решения задач профессиональной диагностики и профессионального отбора учеников для дальнейшего специализированного театрального образования.

Ключевые слова: педагог-режиссер, детский театр, самоактуализация, смысложизненные ориентиры, ценностные ориентации, креативность.

PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF KHARKIV CHILDREN THEATER STUDIOS` DIRECTORS

Voropayev Ye.
Kharkiv National Kotlyarevsky University of Arts, Ukraine

The article includes an experimental research within a theoretical framework of the existential-humanistic psychology and has been directed on development of functioning of the children's theatres, which is not yet studied by psychologists. The new opportunities open for the development of methods of testing the levels of theatres' achievements and for the improving the professional diagnostic methods and professional selection of the persons for a futureprofessional theatre education.

Keywords: teacher-director, children's theatre, self-actualization, sense-of-life orientations, valuables priorities, creativity.

Традиционное для психологов пристальное внимание к педагогам общеобразовательных школ редко сочетается с глубоким интересом исследователей к психолого-педагогическим проблемам внешкольных учебных заведений. Между тем, во внешкольной системе обучения накоплен бога-

тый опыт, который может быть полезен в контексте актуальных сегодня идей гуманизации образования. С 2005 года в Харькове происходит тестирование участников детских театральных студий: руководителей, педагогов, студийцев, выпускников. В предлагаемой статье будут представлены результаты исследования самоактуализации, смысложизненных, ценностных ориентаций, других личностных свойств двадцати режиссёров детских театров города Харькова.

Применялись: методика СЖО (адаптация Д. Леонтьева), САТ (самоактуализационный тест, адаптация Л. Гозмана), Опросник ценностей Ш. Шварца в его двух видах – для изучения ценностей личности и культурных ценностных ориентаций (адаптация В. Карандашева), восьмицветовой тест М. Люшера, другие методики.

В целом данные тестирования показали, что режиссёры детских театров – это, используя выражение А. Маслоу, «хорошие экземпляры человеческой популяции» (Маслоу, 1999), что не противоречит наблюдениям многих исследователей, которые отмечают: театральный режиссер-педагог (в детском театре его роль педагога необычайно важна) – это профессионал-универсал, зрелая, многогранная личность (Луценко, 2001).

Неожиданным результатом исследованием стало почти полное отсутствие корреляций между результатами, полученными по тестам САТ и СЖО. Отметим, что автор методики СЖО Д. Леонтьев (Леонтьев, 2000) в ходе адаптации теста проводил корреляционный анализ данных СЖО – САТ, в ходе которого обнаружил большое количество значимых взаимосвязей. В связи с этим мы сделали предположение о том, что САТ, по всей видимости, малоэффективен для изучения личностных качеств данной категории испытуемых. Возможно, режиссёры, отвечая на вопросы теста, неосознанно выдавали желаемое за действительное – авторы теста называют это «лжесамоактуализация» (Гозман, 1995). Есть также основания полагать, что определённую роль играет и так называемое «многодушие» артиста, то есть профессионально развитая способность легко перевоплощаться, принимать, как свои, мотивы и цели своего героя, вплоть до одержимости ими.

По результатам СЖО-тестирования режиссёры продемонстрировали высокие, находящиеся на верхней границе стандартных отклонений, показатели. Видимо, режиссерам детских театров Харькова, присуща «открытость миру», «самотрансценденция», «наполненность смыслами и их реализацией» (Франкл, 1990). Данные, полученные с помощью методики Ш. Шварца для изучения ценностей личности, также демонстрируют их стремление к «самотрансцендентности» (по Шварцу это – приверженность доменам ценностей *доброта, универсализм*). Вместе с тем, показатели тестов демонстрируют максимализм и конфликтность ценностных и смысложизненных ориентаций руководителей детских театров. Так, в ходе применения теста М. Люшера были выявлены высокие уровни *показателей*

тревоги и компенсации режиссеров. Эти показатели растут параллельно с увеличением значений переменных СЖО у исследуемых. Подобную картину подтверждает применение методики Ш. Шварца для изучения ценностей личности. Можно предположить, что жажда самоактуализации, «благие искусы» руководителей театров вступает в конфликт с артистическим воспаленным честолюбием. Ведь ориентация на успех, жажда признания – важнейшие личностные свойства артистов (их анализирует, в частности Гленн Вильсон в (Вильсон, 2001)). Таким образом, результаты измерений выявили, скорее, высокий гуманистический потенциал режиссеров, то есть их направленность на поиск и реализацию смыслов, служение гуманистическим идеалам (хотя сами они этого не провозглашают).

По результатам устных опросов, бесед с режиссерами, включенных наблюдений мы сделали вывод о наличии у них признаков «гиперкомпенсации», «комплекса превосходства» – по А. Адлеру. Здесь хочется напомнить высказывание В. Франкла, полагавшего, что фрейдовский принцип удовольствия является ведущим принципом поведения маленького ребенка, адлеровский принцип могущества – подростка, а стремление к смыслу является ведущим принципом поведения зрелой личности (Франкл, 1990). Думается, что многие респонденты-режиссеры в ходе своего личностного и профессионального становления находятся в той фазе психологического развития, когда они преодолевают в себе черты, характерные для описанной А. Адлером незрелой личности с комплексом неполноценности-превосходства и обретают стремление к смыслу, конституирующее, по мнению В. Франкла, специфичность взрослого человека. В этой метаморфозе можно усмотреть и путь становления художника: от честолюбивого порыва молодого талантливого человека – к его сознательному служению искусству, людям.

Особый интерес представляет изучение культурных ценностных ориентаций испытуемых (Шварц, 2008). Корреляционный анализ между ценностными иерархиями режиссеров и ценностными иерархиями, выявленные Шварцом у различных этнических культур показал, что руководители детских театров оказались ближе всего к Конфуцианской культуре. Ранги корреляций с другими культурами распределены следующим образом: 2) Восточная Европа 3) Латинская Америка, 4) Англоязычный регион, 5) Западная Европа, 6) Юго-Восточная Азия, Африка и Средний Восток.

В контексте актуальных ныне идей гуманизации образования нас интересовало: что характерно для профессиональной деятельности руководителей детских театров, ориентированных на «бытийные ценности» А. Маслоу, имеющих высокий уровень осмысленности жизни (по В. Франклу – Д. Леонтьеву)? В исследовании выяснилось, что режиссеры, демонстрирующие высокие показатели по тестовым методикам, созданным в русле экзистенциально-гуманистического психологического подхода (САТ, СЖО), в своей педагогической практике чаще используют диалогические стратегии

психологических воздействий – в понимании их Г. Баллом, М. Бургиным, Г. Ковалевым (Балл, 1994). Особый интерес при этом представляет продуктивная «развивающая стратегия», сущность которой заключается в стимулировании преподавателем внутренних источников личностного развития ученика. Установлено, что режиссеры, неосознанно воплощающие ее, выгодно отличаются от своих коллег, воплощающих иные стратегии, поскольку развивающая стратегия строится на разумном синтезе монологических и диалогических воздействий на ученика – с приоритетом гуманистических форм педагогического взаимодействия. Кроме того, исследование вскрыло противоречия между разными видами креативности, которые необходимы в сценической деятельности. Пользуясь терминологией А. Маслоу, можно сказать, что режиссеры и их воспитанники вынуждены «поклоняться одновременно Дионису и Аполлону». Другими словами, успешность детского театра определяет как «первичная», так и «вторичная» креативности детей и взрослых.

Подводя итоги, беремся утверждать, что наши испытуемые-режиссеры продемонстрировали личностные свойства: устремленность, борьбу за достойную их цель, самотрансцендентность, желание самоактуализации. Кроме того, руководители театров, двигающиеся по тернистому пути экзистенциального поиска, кроме профессиональной самореализации, находят в театральной деятельности средство для самоутверждения, а также своеобразную групповую психотерапию. Отдельным источником психологического конфликта респондентов видится несоответствие иерархий ценностей культуры, которую они «носят в себе» и культуры, в которой они живут. В частности, в специальной литературе (Луценко, 2001) отмечается особая напряженность, порождаемая необходимостью педагога-режиссера быть и «учителем жизни» (что можно трактовать как элемент Конфуцианской культуры, приоритет которой – социальная этика) и раскрепощенным богемным творческим деятелем, эпатирующим публику и ниспровергающим устаревшие, неэстетичные нормы и ритуалы человеческих взаимоотношений. Такие выводы заставляют вспомнить идеи европейских гуманистов, усматривавших в личности актера гуманистические черты, обусловленные, так сказать, его профессиональным статусом: он всегда должен искать гармонию между крайностями своей душевной жизни. Эти идеи подтверждаются и сегодня: исследование показало высокий гуманистический потенциал режиссеров-педагогов, то есть их направленность на поиск и реализацию смыслов, служение гуманистическим идеалам, хотя этого они чаще не осознают. В то же время выявилось, что служение гуманистическим идеалам на практике – весьма драматичный процесс, и респондентам-режиссерам не свойственны «комфортные взаимоотношения с реальностью», о которых говорил А. Маслоу, описывая самоактуализированную личность.

Материалы исследования могут быть использованы в курсах лекций по психологии сценического творчества и в разработке программ психологической подготовки специалистов в сфере театрально-педагогического образования.

Литература

Балл Г.А., Бургин М.С. Анализ психологических воздействий и его педагогическое значение // Вопросы психологии, 1994.– №4. – С.56-66.

Вильсон Г. Психология артистической деятельности: Таланты и поклонники. М.: Когито-Центр, 2001.

Гозман Л.Я., Латинская М.В., Кроз М.В. Самоактуализационный тест. М.: Педагогическое общество России, 1995.

Леонтьев Д.А. Тест смысложизненных ориентаций (СЖО). М.: Смысл, 2000.

Луценко А.В., Никитина А.Б. Создание детского коллектива // Театр, где играют дети: Учебно-методическое пособие для руководителей детских театральных коллективов / под ред. А.Б. Никитиной. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. – С.11-23.

Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы. М.: Смысл, 1999.

Франкл В. Человек в поисках смысла. М.: Прогресс, 1990.

Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2008. – №2. – С.37-67.

ДИНАМИКА КРЕАТИВНОСТИ И МОТИВАЦИОННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ: ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ВОСТОЧНОЙ САМОРЕГУЛЯЦИИ В АКТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Галкина Т.В.

Институт психологии РАН, Москва, Россия

Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО № 0159-2016-0002

Представлены результаты экспериментального исследования воздействия некоторых методов восточной саморегуляции (медитации и психофизической гимнастики цигун) на креативность, мотивационную направленность и психоэмоциональное состояние студентов-актеров. Полученные результаты доказали возможность, необходимость и целесообразность такого воздействия, поскольку были зафиксированы значимые позитивные изменения как в креативности и мотивации, так и в самочувствии, активности и настроении респондентов, что подтверждается объективными результатами тестов и самоотчетами испытуемых.

Ключевые слова: креативность, мотивационная направленность, психоэмоциональное состояние, актерская деятельность, методы восточной саморегуляции, медитация, психофизическая гимнастика цигун, самочувствие, активность, настроение.

DYNAMICS OF CREATIVITY AND MOTIVATIONAL ORIENTATION: THE POSSIBILITIES OF APPLICATION OF THE EASTERN SELF-REGULATION METHODS IN STUDENTS' ACTING CAREER

Galkina T.V.
Institute of Psychology RAS, Moscow, Russia

The article is dedicated to the experimental study of the influence of various eastern self-regulation methods (meditation, psycho-physical exercises of qigong) on creativity, motivational orientation and psycho-emotional state of students in theater schools. There were marked positive changes in all diagnosed indicators (creative abilities, motivation, well-being, activity and mood) of subjects. The results proved the possibility and necessity of application eastern self-regulation methods in students acting career.

Keywords: creativity motivational orientation, psycho-emotional state, acting, eastern self-regulation methods, meditation, psycho-physical exercises of qigong, well-being, activity, mood.

В российском обществе в последние десятилетия происходят значительные изменения, создающие принципиально новую ситуацию для развития психологической науки. Причем это касается самых различных ее областей, в том числе и психологии личности, и психологии творчества, одаренности, креативности. Характерной чертой развития современной психологии стала интеграция разных областей знания в целостном изучении человека, что закономерно привело к организации и проведению комплексных исследований (Журавлев, 2002; Кольцова, 2004; Методология комплексного человекознания…, 2008).

В начале нового тысячелетия сделан существенный шаг на пути реализации принципа комплексного изучения человека. Представления о психике человека и ее функционировании стали пополняться не только за счет результатов чисто научных исследований, но и благодаря интеграции знаний, накопленных в смежных с психологией науках и во вненаучных сферах познания психической реальности (в искусстве, мифологии, религии, житейской практике человека). Это способствует более целостному пониманию человека как субъекта психической деятельности и современная психологическая наука не может отворачиваться от такого богатейшего психологического материала (Кольцова, 2004).

Подтверждением усиления интегративной тенденции в современной психологической науке является также бурное развитие так называемой поп-психологии, выступающей «универсальным интегратором» всех подходов к пониманию человеческой психики и воздействия на нее, сформировавшихся в истории человечества (Юревич, 2007). Развитие поп-психологии демонстрирует наличие в обществе выраженной потребности в психологическом знании, накопленном не только западной психологией, но и восточной наукой. Это побуждает западную психологию к ассимиляции принципов и положений восточной философии и медицины, а также различных *восточных психотехник*, в частности медитации (Галкина, Савченко, Мацкевич, 2007; Галкина, Симонова 2010).

Учитывая указанные тенденции в развитии современной психологической науки, представляется интересным рассмотреть некоторые принципы восточной философии и медицины и показать возможность их применения для развития здоровой творческой личности в целом, а в нашем конкретном случае – студентов-актеров театральных вузов. Важнейшими чертами творческой личности является наличие высокой степени креативности и познавательной мотивации, имеющей в своей основе направленность, прежде всего, на процесс творчества, а не на его результат (Богоявленская, 2002; Артемцева, Колесниченко, 2013). Говоря о здоровой личности, мы имеем в виду как физическое, так и психическое и психологическое здоровье (Галкина, Артемцева, 2016). Под развитием здоровой личности подразумевается достижение ею гармоничного психоэмоционального состояния (т.е. поддержание оптимального самочувствия, высокой активности и хорошего настроения).

В данной работе была поставлена *проблема* изучения динамики проявления креативности и мотивации студентов-актеров в процессе их специфической творческой деятельности под воздействием методов восточной саморегуляции. Анализ литературы показал, что в современной психологической науке практически нет теоретических и эмпирических исследований по данной тематике. В ходе теоретического исследования была выявлена специфика креативности у студентов-актеров, заключающаяся в «высвобождении» творческих возможностей и повышении профессиональных умений. К настоящему времени уже накоплен масштабный опыт в исследовании креативности, что в свою очередь поставило перед исследователями новые вопросы. Одним из таких вопросов является креативность сценической деятельности. Отмечается, что творческие способности не создаются, а высвобождаются (Рождественская, 1983). Поэтому адекватные методы обучения способствуют «высвобождению» творческих возможностей актеров, повышению интеллектуального уровня и профессиональных умений. Но что же влияет на креативность актера, каковы факторы успешности сценической деятельности? Основные закономерности художественного творчества обусловливаются всеобщими закономерностями

творческой деятельности. Этот вопрос сравнительно мало изучен, однако он является чрезвычайно важным. Разработка надежных методик тестирования креативности актера на разных стадиях создания спектакля дает еще один способ познания специфики актерского творчества. Актер с высокой степенью креативности – это постоянный источник новых идей, подходов и решений. Он должен ориентироваться, прежде всего, на процесс творчества, а не на результат своей актерской деятельности. Однако на практике это получается далеко не всегда. В настоящее время значительная часть актеров играет механически, теряя новые и интересные образы, следуя лишь указаниям режиссера и заботясь только о том, как понравиться зрителям. Соответственно становится все больше «штампованных» актеров, не выдвигающих новых идей, взглядов, не создающих интересных сценических образов. В театральной практике предполагается, что проблема развития успешности актерской деятельности должна решаться как бы сама собой. Какой мотив движет поведением актеров на репетициях? Об этом никто не задумывается. К сожалению, за неимением достаточного количества времени, в постоянной гонке при подготовке к спектаклям актеры все чаще нацелены только на результат своей деятельности, забывая о том, что сам процесс творчества может (и должен) приносить подлинную радость и удовлетворение. Мы полагаем, что для успешности в актерском мастерстве необходимо обратить внимание актеров именно на *процесс создания* сценического образа, т.к. в этом случае растет их креативность, следствием чего становится успех у зрителя, не говоря уже о прекрасном самочувствии и удовольствии от процесса творчества. Исходя из вышесказанного, логично встает вопрос о *методах*, с помощью которых можно обратить внимание актеров на сам *процесс творчества*, создание оригинальных образов.

Мы предположили, что в качестве таких методов можно рассматривать некоторые приемы восточной саморегуляции. *Гипотезой* нашего исследования стало предположение о том, что применение методов медитации и психофизической гимнастики цигун в обучении студентов актерскому мастерству приводит к повышению креативности, изменению мотивационной направленности, улучшению психоэмоционального состояния (самочувствия, настроения, активности).

В эмпирическом исследовании, проведенном совместно с нашей дипломницей М.С. Симоновой, участвовало всего 105 студентов-актеров в возрасте 17-19 лет из различных театральных вузов Москвы (из них экспериментальная группа – 56 человек, контрольная группа – 49 человек). В ходе исследования выявлялась динамика в показателях креативности, мотивационной направленности и психоэмоционального состояния у респондентов *экспериментальной группы до* и *после* специальных практических занятий (медитация и психофизическая гимнастика цигун). Те же парамет-

ры фиксировались и в контрольной группе – тоже два среза, но без проведения каких-либо специальных занятий.

Исследование состояло из трех этапов: первый и третий – диагностико-констатирующие этапы и второй – формирующий. На первом и третьем этапах в психодиагностических целях были использованы следующие методики: невербальный тест исследования креативности Торренса «Незаконченный рисунок»; методика О.Ф. Потемкиной «Выявление установок на «процесс деятельности» – «результат деятельности»; опросник САН («Самочувствие. Активность. Настроение») В.А. Доскина, Н.А. Лаврентьевой, В.Б. Шарая и М.П. Мирошникова. Второй этап исследования включал в себя практический курс специальных занятий психофизической гимнастикой цигун и медитативные техники обращения к творческому состоянию. Общая продолжительность курса –12 практических занятий по 1,5 часа каждое, включающее в себя: разминку, суставную гимнастику, комплекс специальной психофизической гимнастики цигун, методы релаксации и обращения к бессознательным ресурсам. После каждого занятия проводилось повторное тестирование самочувствия с использованием методики САН.

В нашем исследовании также использовались методы беседы, интервью, наблюдения, в частности, за творческой работой студентов-актеров на репетициях.

Полученные в ходе исследования *результаты* подтвердили выдвинутую гипотезу о позитивном влиянии восточных методов медитации и специальной формы психофизической гимнастики цигун на рост творческих способностей, смену типа мотивации студентов-актеров из экспериментальной группы, а также на особенности их психоэмоционального состояния (самочувствия, активности и настроения).

Можно сделать вывод, подтвержденный статистически значимыми результатами, что эти студенты были менее креативны до формирующего эксперимента, чем после завершения курса специальных занятий, проходивших в течение 12 дней (Галкина, Симонова, 2010). Изменения произошли по всем показателям креативности («беглость», «гибкость», «оригинальность» и «разработанность») по тесту Торренса, но степень различия была неодинаковой.

Так, по показателю «беглости» результаты до и после занятий почти одинаковые (98% «до» и 100% «после»). Это говорит о присущей группе студентов специфике актерской деятельности - способности быстро справляться с множеством заданий различного типа.

По показателю «гибкости» выявились следующие различия: 83% «до» и 98% «после». Пройдя наш курс занятий, студенты стали гибче и более склонны к переключению внимания (влияние медитации на расширение сознания: удержание во внимании нескольких предметов одновременно). Актеры стали относиться к заданиям теста с большим интересом и

творчеством. До занятий они относились к выполнению заданий более сосредоточенно и серьезно, выполняя задания автоматически, как определенное «дело», видя только то, что им дано.

Существенные различия обнаружились также и по «оригинальности», наиболее значимому из показателей креативности, (62% у студентов актеров «до» и 76% «после»). Актеры до занятий, старались выполнять задания как можно быстрее, скорее формально. После занятий, приобретя новое для них «состояние творчества», они, наоборот, с удовольствием вырисовывали и придумывали необычные сюжеты, не задумываясь о времени и наслаждаясь самим процессом творчества.

По показателю «разработанности» были получены достаточно высокие результаты. Но опять же, студенты «после» занятий показали результаты значительно выше (70% «до» и 94% соответственно «после»), при этом они были целиком поглощены процессом выполнения заданий.

У студентов-актеров из экспериментальной группы произошло также изменение мотивационной направленности с тенденцией на «процесс» творчества, а не на его результат. Сравнительный количественный и качественный анализ полученных результатов показал также, что методы восточной саморегуляции достаточно сильно влияют и на гармонизацию психоэмоционального состояния: значительно улучшилось самочувствие и настроение, повысилась активность студентов-актеров, прошедших курс занятий. Наблюдения за испытуемыми и их самоотчеты также подтвердили полученные результаты.

Результаты исследования могут использоваться при проведении практических занятий по психологии креативности в театральных вузах, чтении курсов по психологии актерского мастерства и психологии творчества, а также в качестве практических рекомендаций самим студентам-актерам.

Проведенное исследование показало необходимость создания у студентов-актеров психологических установок на формирование здорового образа жизни и обучение их методам самоконтроля и саморегуляции своих психофизиологических резервов здоровья.

Литература

Артемцева Н.Г., Колесниченко В.О. О взаимосвязи самореализации, креативности и акцентуаций характера личности // Человек, субъект, личность в современной психологии. Материалы Международной конференции, посвященной 80-летию А.В. Брушлинского. Том 2. / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.– С. 124-126.

Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. М.: Издательский центр «Академия», 2002.

Галкина Т.В., Артемцева Н.Г. Личностные представления о психологическом здоровье у созависимых и несозависимых субъектов // Психологические исследования личности: история, современное состояние, перспективы / Отв. ред. М.И. Воловикова, А.Л. Журавлев, Н.Е. Харламенкова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН». 2016. – С. 352–381.

Галкина Т.В., Савченко Т.Н., Мацкевич О.А. Синтез восточных и западных подходов в психологической диагностике // сборник статей «Психология, практика, образование: формы и способы интеграции» / Под ред. И.В. Блинниковой, Т.Н. Савченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН» и «Высшая Школа Психологии», 2007. – С. 223-242.

Галкина Т.В., Симонова М.С. Возможности применения методов и техник саморегуляции для развития творческого потенциала // Экспериментальная психология. 2010. – Т.3. – № 1. – С. 131-148.

Журавлев А.Л. Специфика междисциплинарных исследований в психологии // Психологический журнал. 2002. – № 6. – С. 83-86.

Кольцова В.А. Теоретико-методологические основы истории психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.

Методология комплексного человекознания и современная психология / Отв. ред. А.Л. Журавлев, В.А. Кольцова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.

Рождественская Н.В. Проблемы и поиски в изучении художественных способностей // Художественное творчество. Сборник / Составитель Б. Мейлах. Л.: Наука, 1983. – С. 105-122.

Юревич А.В. Поп-психология // Вопросы психологии. 2007. – № 1. – С. 3-14.

ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ СЕГОДНЯ: АКТУАЛИЗАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ ПРОЕКТНОЙ КУЛЬТУРЫ

Грашин А.А.
Научно-исследовательский институт технической эстетики Московского технологического университета, Россия

Статья посвящена вопросам дизайн-образования, нацеленного на развитие профессионального мышления будущего специалиста и приобретение им навыков самостоятельной работы. Обращается внимание на попытку преодоления обучения уже известным навыкам и умениям попыткой формирования творческой личности, способной к решению новых задач. Говорится об основных направлениях исследовательской и учебно-педагогической деятельности в сфере дизайна на ближайшую и среднесрочную перспективу.

Ключевые слова: дизайн, образование, профессиональное мышление, образование для дизайна, дизайн для образования, проектирование.

DESIGN AND EDUCATION TODAY: VALUES UPDATING OF DESIGN CULTURE

Grashin A.A.
Scientific Research Institute of Technical Aesthetics Moscow Technological University, Russia

The article is devoted to the issues of design and education, aimed at developing professional mindset and acquisition independent working skills by future specialist. The attention is drawn to the attempt to overcome education by already known skills and abilities for the purpose of developing creative personality, capable of solving new problems. It is spoken in detail about the main areas of research, scientific and educational activities in the sphere of design in the near and medium term.

Keywords: design, education, professional mindset, design education, design for education, designing.

Проблема подготовки дизайнеров вызывала и продолжает вызывать огромный интерес как у людей, профессионально занимающихся этим делом, так и у практикующих дизайнеров, инженеров, научных работников и т.д. Решение этой проблемы для дизайна чрезвычайно важно, т.к. хорошая профессиональная подготовка специалистов – одно из обязательных условий дальнейшего его успешного развития. Очевидно, что критерием оценки дизайнера служит, в первую очередь, практика. Однако при первом же столкновении с практической деятельностью становится ясно, что дизайнер обязательно должен ещё обладать сведениями, связанными как с общественными, так и естественными науками. Таким образом, частной, но весьма важной проблемой, требующей специального решения, являлся сам перечень изучаемых дисциплин. Кроме того, с первых шагов становления и развития дизайна стало очевидным, что объем и характер сведений, которыми должен располагать дизайнер, весьма велики, поэтому в процессе его обучения, например, особое внимание следовало уделять привитию навыков коллективной работы.

Отдельный вопрос состоит в том, как преподавать. Это особенно важно для будущих специалистов, потому, что они должны опираться на традиции различных областей деятельности, имеющие во многом противоположный характер. Продолжает оставаться открытым вопрос о специализации дизайнеров. Насколько жёстки границы этих специализаций, существует ли тенденция к их диффузии, объединению, или, наоборот, чёткого разъединения? По нашему мнению, наиболее уязвимым местом художественно-конструкторского образования является его ориентация скорее на обучение профессиональным навыкам, чем на формирование профессионального мышления.

Анализ тенденций развития отечественного и зарубежного художественного конструирования показывал, что сама эта деятельность многофакторна и неоднородна, и что без ясного представления о её структуре и внешних связях с различными сферами не может быть и речи о широком образовании. Следовательно, для успешного выполнения работы по перестройке системы образования необходимо сотрудничество сферы профессиональной дизайнерской деятельности, которая задаёт содержание образования и сферы специального образования, как специальной области трансляции знаний.

Задача формирования широкого профессионального образования весьма сложна. Исторически сложилось так, что представления о широком и профессиональном образовании во многом противоположны. Понятие «широкое образование» связывалось с таким образованием, которое давало общее представление о философских и научных воззрениях своего времени и не было ориентировано на какую-либо профессию, тогда как «профессиональное образование» противопоставлялось ему как узкопрагматическое. Сейчас сочетание этих двух определений создает новое понятие, которое не может войти в практику без специального осмысления. Получается, что нужно, прежде всего, определить, какие именно знания нужны для того широкого образования, которое позволит дизайнеру свободно ориентироваться в современной проблематике.

Можно утверждать, что при построении широкого образования в сфере дизайна особое значение приобретают те формы и методы преподавания, которые определяют и формируют главным образом профессиональное мышление. Причём, если говорить о навыках, то особое значение сейчас приобретают навыки самостоятельной работы при получении и усвоении знаний и умений. Здесь уместно привести цитату из последней статьи Н.В. Воронова «Дизайн и образование», где он обращает внимание на важность развития дизайнерского мышления. «Но, вероятно, есть пути не только обучения методам дизайнерского проектирования, но и развития дизайнерского мышления. Основа этого мышления – свежий, непредвзятый взгляд на предмет, процесс или ситуацию, то есть способность к каждому явлению подходить с вопросом «А что здесь можно ещё изменить и улучшить?». Особенность этого мышления в том принципе, который точно и восхитительно кратко сформулировал Р.Лоуи: «Никогда не останавливайтесь на том, что хорошо».

Одной из важнейших задач подготовки дизайнеров, вытекающих из сущности дизайнерской деятельности, является развитие их способности опредметить проблемную ситуацию, задать её в многообразных вариантах и оценить достоинства каждого из них. Опредмечивание ситуации обусловлено стремлением дизайнера представить анализируемый процесс, протекающий с участием человека, в виде конкретной предметной среды

для последующего анализа действий и поведения, находящихся в ней людей.

Видение функционального процесса сквозь призму его предметной организации – одна из существенных особенностей творчества дизайнеров.

Обучение должно снабдить специалиста необходимыми ему профессиональными навыками работы, образование же должно дать необходимый культурный кругозор, воспитать способность к постоянному творческому росту и совершенствованию. Обучение и образование должны формировать специалиста как бы «с опережением», т.е. в расчете не столько на сегодняшний день, сколько на максимальный творческий рост и отдачу в его будущей работе.

Как известно, все крупные дизайн-школы были не только очагами новых идей и методов проектирования, обеспечивая кардинальные сдвиги в самой педагогике. Актуализация ценностей проектной культуры, проектность – вот сущность профессии дизайнера, личности социально активной, цельной, способной продуктивно вступать в межпрофессиональную коммуникацию. Специалисты такого склада особенно нужны сегодня отечественному дизайну.

По сути, весь педагогический опыт дизайна, начиная с Баухауза, ВХУТЕМАС-ВХУТЕИНа, Ульмской школы и др., есть не что иное, как попытка преодолеть традиционное обучение уже известным знаниям, навыкам и умениям концепцией непрерывного развития и саморазвития, т.е. попытка формирования творческой личности, способной к перманентному обучению и самообучению, способной к решению новых задач, не имеющих в прошлом сколько-нибудь близких аналогов и прототипов.

Интенсивное развитие проектной деятельности в различных отраслях народного хозяйства ставит перед исследователями новые проблемы. В последние годы значительно расширились масштабы дизайнерской деятельности, изменилось отношение к её объектам. В центре его внимания оказывается не только вещь или комплекс вещей, но и процесс человеческой деятельности, протекающий в предметной среде. В настоящее время перед отраслями промышленности встала задача систематической разработки долгосрочных проектов-прогнозов, определяющих направления их развития.

Всё это существенно расширило рамки проектирования, усложнило его объекты, обогатило результаты. Вместе с тем эти новые тенденции в развитии проектирования, его проникновение в науку, упрочение связей проектирования с прогнозированием внесли существенные изменения в понимание целей и задач проектирования, в определение его объекта, средств и методов. Проектирование поэтому рассматривается сейчас как качественно новое социальное явление, стоящее в одном ряду с планированием, управлением и прогнозированием. Традиционные представления о проектной деятельности как составляющем элементе только системы про-

изводства изменились. Необходимо выяснить, каков сегодня статус проектной деятельности, как организовать труд проектировщиков в содружестве с учёными, прогнозистами, социологами, менеджерами, маркетологами и др., как готовить кадры проектировщиков, можно ли интенсифицировать их труд, какими должны быть методы дизайнерской работы в современных условиях.

Эти проблемы интересуют разных специалистов – инженеров-производственников, инженеров-проектировщиков (конструкторов), архитекторов. Их рассмотрение жизненно необходимо и для дизайна, интенсивное развитие которого внесло существенные изменения в традиционные представления о методах проектной деятельности. В процессе проектирования дизайнер всегда вычленяет в объекте два момента: форму и ценность. С одной стороны, он имеет дело с материальными вещами, форма которых фиксируется в проектах, а затем воплощается в промышленных продуктах, а с другой – предметом его творчества являются потребительские ценности. Форма и ценность взаимосвязаны как в предмете деятельности, так и в творческом мышлении дизайнера. Изменяя форму вещей, дизайнер изменяет и их материальную, культурную и эстетическую ценность. Создавая же новые материальные, культурные и эстетические ценности, он так организует предметную среду, чтобы разносторонние потребности человека были удовлетворены наилучшим образом.

Современная ситуация, сложившаяся в сфере дизайна, характеризуется необходимостью построения системы научных знаний о специфике дизайнерского проектирования предметной среды. Возникновение за последнее время множества концепций проектирования, требует переосмысления его задач с позиций единого профессионального мировоззрения, область знаний о дизайнерском проектировании должна стать, с одной стороны, частью общей теории дизайна, а с другой – частью общей теории проектирования.

Часть этих проблем общетеоретического, исторического и научно-прикладного характера уже разрабатывалась специалистами системы ВНИИТЭ и ряда ведущих дизайнерских вузов нашей страны все прошедшие годы. Однако, на наш взгляд, проблема развития и распространения проектной культуры продолжает оставаться для настоящего времени наиболее актуальной и недостаточно исследованной, хотя концепция проектной культуры к настоящему времени уже была сформирована и введена в научный обиход.

Проектировщик исследует процессы формирования предметной среды не только с технических, но и с социально-культурных ценностных позиций. Наполнение проектирования социальным, историко-культурным содержанием может рассматриваться как процесс гуманизации проектирования. Это процесс разнообразен по форме от гуманизации традиционного

технического проектирования до возникновения новейших форм и методов проектной деятельности, к числу которых относится и дизайн.

По нашему мнению, основными направлениями научно-исследовательской и учебно-педагогической деятельности в сфере дизайна на ближайшую и среднесрочную перспективу могут быть:

- разработка актуальных проблем дизайна, посвященных: методам работы дизайнеров в области экологии; инженерному дизайну; методам проектирования интерфейсов; связи дизайна с новейшими материалами и технологиями; взаимоотношениям между дизайном и маркетингом; разработке основных категорий методики проектного дизайна и категорий образа и стиля в дизайне; проблемам дизайна и качества жизни человека и общества; проблемам творческого наследия в дизайне и его значения для современного творчества; проблемам взаимосвязи утилитарно-функциональных и эстетических начал в дизайне;
- разработка образовательной модели специалиста – современного дизайнера;
- разработка программ обучения основам дизайна (основам проектной культуры) для общеобразовательной системы и для инженерно-конструкторских специальностей технических вузов;
- разработка научно-методических подходов к решению проблем взаимодействия, диалога, контакта человека с его предметной средой обитания, формообразование которой с помощью новейших материалов и технологий преследует цель получения человеком чувственных, сенсорных ощущений на основе создания иллюзии реагирования или непосредственной реакции элементов этой среды на действия их пользователя.

Литература

Воронов Н.В. Дизайн и образование // Вопросы дизайн-образования и формообразования. М., 2004. (Тр. ВНИИТЭ. Сер. Проблемы современного дизайна; Вып.1).

Грашин А.А. Актуальные научно-методические проблемы промышленного дизайна // Инновационный потенциал промышленного дизайна России. Сб. мат-лов Международной научно-практической конференции. М.: Из-во «Перо», 2013.

Очерки истории становления государственной системы дизайна / под общ. ред. А.А. Грашина, Том. 1. М.: ВНИИТЭ, 2011.

Сборник учебных дизайн-проектов промышленных изделий инновационного характера. Методические материалы / под общ. ред. А.А. Грашина. М.: ВНИИТЭ, 2014.

Что мы ищем в зарубежном опыте дизайн-образования. Вместо предисловия // Подготовка дизайнеров за рубежом. М., 1986. (Тр. ВНИИТЭ. Сер. Техническая эстетика; Вып. 50).

ТВОРЧЕСКОЕ САМОПРОЕКТИРОВАНИЕ В ИГРЕ « МАСТЕР ДВУХ МИРОВ»

Греков И.В.
Московский институт психоанализа, Россия

В работе представлены результаты исследования субъективного мифотворчества в контексте актуальных проблем субъектности, образа Я, творческого самопроектирования в ситуации экзистенциального выбора. На примере психологической игры «Мастер двух миров» дано теоретическое обоснование эффективности метода тэта-игры как реализации жизнетворчества взрослой личности.

Ключевые слова: субъектность, мифотворчество, образ Я, самопроектирование, экзистенциальный выбор.

CREATIVE SELF-DESIGN IN A BOARDGAME "MASTER OF THE TWO WORLDS"

Grekov I.V.
Moscow institute of Psychoanalysis, Russia

The article presents the results of our study of subjective myth-making in the context of actual problems of subjectivity, self-image, creative self-design in a situation of existential choice. An overview of the psychological boardgame "Master of the Two Worlds" shows theoretical substantiation of efficiency of the method of "therapeutic transformationa game" as the realization of self-determination of adult personality.

Понимание творческого самопроектирования как составляющей процесса саморазвития, является актуальным для современной гуманитарной парадигмы, поставившей в центр изучения человека как субъекта и творца своего бытия. Творческое самопроектирование позволяет постоянно «достраивать» собственную онтологию в том направлении, в котором она является для субъекта на данный момент жизни истинной, правильной, достойной, соответствующей его внутренним канонам и нормативам (Сапогова, 2003). Современные исследователи жизнетворчества и Я-концепции субъекта подчеркивают особую роль творческого самостроительства в реализации личностных ресурсов человека на пути достижения вершин жизни и профессионального самоопределения (Агапов, 2011).

Одной из задач проведенного нами исследования стала разработка теоретической модели субъективного мифотворчества в трудной жизненной ситуации, спровоцированной дилеммой экзистенциального выбора, названной «Я-миф». В контексте модели «Я-миф» были осмыслены акту-

альные проблемы исследования субъектности, образа Я и субъективного мифотворчества.

Определяя трудную жизненную ситуацию как проблемную, С.Л. Рубинштейн подчеркивал способность субъекта самотрансцендировать, активно и творчески взаимодействовать с миром. С.Л. Рубинштейном были выделены основные содержательные аспекты категории «субъектность»: принцип самодетерминизма, творческая самодеятельность как принцип развития человека, целостность и интегративность, свобода и ответственность, проблемность жизненной ситуации, идея экзистирования как преодоление ситуативной обусловленности бытия (Рубинштейн, 1973).

Идея экзистирования как выхода за пределы наличной ситуации предполагает, что в качестве побуждающего фактора субъектной активности выступает противоречие между наличными условиями и выходящими за рамки ситуации требованиями, при котором актуализируется проблема экзистенциального выбора.

Общий подход к пониманию феномена выбора в субъектно-деятельностной и экзистенциально-гуманистической психологии Ф.Е. Василюк выразил следующим образом: «…человек выбирает не один из двух предметов или мотивов. Он выбирает себя. Парадоксально выражаясь, не столько личность делает выбор, сколько выбор делает личность, формирует ее» (Василюк, 1984).

С этой концептуальной позиции жизнь человека рассматривается как череда экзистенциальных выборов. А. Маслоу указывал на два основных пути решения дилеммы выбора: «регрессивный» и «прогрессивный». Важно то, в каком направлении будет совершен каждый выбор: в направлении защищенности, безопасности или в направлении роста, развития личности (Маслоу, 1999). По Д. Бьюдженталю, жизнетворчество определяется тем, насколько человек сможет в каждый момент времени выбирать свой собственный, уникальный, аутентичный жизненный путь, отвечая тем самым на фундаментальные запросы бытия (Бьюдженталь, 2001). Б.С. Братусь также подчеркивал недетерминированный характер творческого выбора. Личностный выбор В.С. Братусь называет актом творчества, целетворения, который позволяет субъекту утвердить себя через определение своей жизненной позиции на основе личностных ценностей (Братусь, 1988).

Е.Е. Сапогова изучает проблему выбора в ситуации перехода и считает наиболее оптимальным соответствием этой ситуации структуру лиминального периода, ссылаясь на предложенные В. Тернером три фазы: разделение, существование на грани/пороге и восстановление. Е.Е. Сапогова выделяет основные характеристики лиминальных периодов: 1) – связь с процессами выбора, поиском жизненных смыслов, самоосуществлением и процессами жизнетворчества; 2) – в лиминальных точках осуществляется процесс самопостроения субъекта; 3) – происходит отказ от уже нажитых «образов Я» и моделирующее вбрасывание себя в буду-

щее»; 4) – именно в лиминальные фазы человеку открывается большой простор для принятия решения и выбора нового модуса жизни (Сапогова, 2007).

А.Г. Асмолов анализирует проблему личностного выбора в контексте творческого преобразования ситуации неопределенности и необходимости преодоления внешних и внутренних преград для саморазвития личности. Он выделяет несколько черт, характеризующих личностный выбор: неопределенность исхода, риск, субъективное ощущение принадлежности совершаемого только самому себе, опенка последствий принятого решения в свете тех мотивов, ради которых живет человек (Асмолов, 2001).

Решение дилеммы экзистенциального выбора как проявление свободы рассматривали Э. Фромм, Р. Мэй, В. Франкл. По Э. Фромму «свобода для» является главным условием развития личности, и становится предпосылкой спонтанности, креативности и биофилии. Человек самостоятельно определяет степень своей свободы, выбирая действовать свободно, либо отказаться от свободы. Субъектность формируется не единичным актом выбора, а определяется постепенно складывающейся целостной структурой характера, в которую отдельные выборы вносят свой вклад. В этих идеях Э. Фромма заложена двоякая трактовка понятия свободы. Первое значение – это изначальная свобода выбора, свобода решать, принять свободу во втором значении или отказаться от нее. Во втором значении свобода – это структура характера, выражающаяся в способности действовать на основе разума из осмысления и осознания альтернатив и их последствий (Фромм, 2010)

С опорой на модель рефлексивного выбора В.А. Лефевра, а также транзактную модель личности Э. Берна, В.А. Петровским разработана мультисубъектная (транзактная) модель рефлексивного выбора, и затем на ее основе – мультисубъектная метаимпликативная модель экзистенциального выбора, позволяющая описать выбор жизненных ценностей как результат синергии эго-состояний Взрослый, Родитель, Ребенок (Петровский, Митина, 2004).

С нашей точки зрения, процессы самопроектирования реализуют динамический аспект субъективной мифологии, которая возникает в результате попыток человека оформить в образно-символических архетипических конструктах субъективную картину мира. Переживая дискомфорт, вызванный ситуацией экзистенциального выбора, субъект сознания вовлекается в процесс субъективного мифотворчества, что предполагает возможность творчески реагировать на меняющиеся условия жизни и психологически приспосабливаться к ним, раскрывая свой внутренний потенциал. Я-миф оптимистически постулируется сознанием как целостный, динамически становящийся в процессе расширения отношений к миру, гештальт единства человека и мира.

Классическая парадигма традиционно рассматривала мифотворчество как принадлежность наивного сознания и продукт коллективного творчества. Эволюция представлений о мифе привела к принятию неклассической парадигмы неомифологии, допускающей возможность индивидуального мифотворчества современного человека (Е.В. Галанина, Л.Н. Воеводина, А.В. Косов, Е.М. Мелетинский, Р.А. Мигуренко, В.М. Найдыш, О.В. Яремчук). Е.В. Галанина отмечает, что мифотворчество теперь не рассматривается как пережиток далекого прошлого. В качестве примера автор обращается к мифологемам культурного героя и прослеживает связь с основной тенденцией современного сознания, как ситуацию «на грани и через грань», в которой актуализируется проблема границы, преодоления порога в неизведанный мир. Раскрывая философию «прорыва», Е.В. Галанина подчеркивает значение трансгрессии и бриколажа (Галанина, 2013).

О.В. Яремчук, исследуя психологию мифа в контексте этнокультурного мифотворчества личности, подчеркивает возможность самоконструирования Я на основе индивидуального авторского мифа (ИАМ). Автор отмечает, что на определенном этапе развития для субъекта становится необходимым видение реальности в архетипических перспективах. Мифотворчество О.В. Яремчук трактует «как спонтанное взаимодействие с образами, символами, мифологемами личного и коллективного бессознательного. Мифотворчество выводит личность на принципиально иной уровень жизнеосуществления, открытие в себе ранее неизвестного мифотворческого потенциала»(Яремчук, 2013, с.189).

Субъективное мифотворчество в ситуации экзистенциального кризиса становится средством гармонизации бытия субъекта, «смысловой матрицей», определяющей ценностно-смысловые ориентиры личности, выстраивающей весь обозримый путь наполненной смыслом жизни и определяя понимание человеком смысла собственного существования. При переходе субъекта на новый уровень развития субъективная мифология усложняется в результате ее критического переосмысления, исходные мифологемы и мифемы формируют новый Я-миф.

Самоосознание личности оформляется в субъективную мифологию, определяющую совокупность взглядов, ценностей, смыслов, убеждений, идеалов, характерных для картины мира данной личности. Субъективный миф трансформируется в ситуации экзистенциального выбора, повторяя универсальный субъектогенетический паттерн «Я-миф»: конфликт субличностей «Бунтарь» и «Хранитель» побуждает «Героя» действовать, что проявляется в актах преодоления границ наличной ситуациии и рефлексии, и ведет к активизации субличности «Мудрец» и принятию ответственности за сделанный выбор.

Я-миф понимается нами как архетипический паттерн субъектогенеза, актуализуемый дилеммой экзистенциального выбора, и представляет со-

бой динамически конструируемую сознанием ценностно-смысловую систему координат, преломляющую через себя любое внешнее воздействие и формирующую каноны субъективного мировосприятия, определяя намерения и действия субъекта и выполняя ряд функций:

- регулятивная функция обеспечивает целостность образа гештальта Я-и-Мир, не давая устойчивой картине мира распадаться под воздействием обстоятельств;
- ориентационная функция в значительной мере определяет пути развития личности как возможные направления субъектогенеза;
- адаптационная функция обеспечивает приспособление человека к окружающей среде через репрезентацию и рефлексию личностных смыслов субъекта, оптимально организуя субъектную активность личности для осуществления жизненно значимых смыслов и целей.

Проблемы творческого самопроизводства личности как субъекта активности, изучение механизмов принятия творческих решений в ситуации экзистенциального выбора ставят перед исследователями не только научные, но и практические задачи. В настоящее время заметно возрастает интерес к использованию игровых технологий в практической психологии. Игровые методики приобретают популярность актуального инструментария психологов, тренеров, коучей.

Психотерапия традиционно ориентируется на пациента homo patiens – «человека страдающего». Развивая метод игровой терапии взрослых, названный нами «терапевтическая трансформационная игра» или «тэта-игра», мы рассматриваем пациента как homo ludens – «человека играющего». Игрофикация психотерапии соответствует запросу времени и является следствием всеобщей игрофикации культуры. Доступность современных цифровых технологий, делающих возможным игрофикацию всех сфер жизни, готовят человечеству будущее, которое можно назвать Эоном Играющего Ребенка и, очевидно, что направление игровой психотерапии взрослых в скором времени займет полноправное место в ряду ставших традиционными методов оказания психологической помощи. Большинство авторитетных психотерапевтических школ используют теорию и практику игры со взрослыми: гештальт-терапия Ф. Перлза, психодрама Я. Морено, транзактный анализ Э. Берна, психосинтез Р. Ассоджиоли, символдрама Х. Лейнера, интегративная терапия творчеством, драматерапия, юнгианская игра в песочнице (sand play), сказкотерапия, танцевально-двигательная терапия и другие виды терапии с элементами игровой деятельности.

Метод тэта-игры основывается на концептуальном базисе субъектно-деятельностного подхода, с одной стороны, и восходит к обрядовым играм древности, укореняясь в культурном наследии человечества, с другой стороны. Как инструмент самопознания и самопроектирования, тэта-игра активизирует процессы рефлексии и мышления, дает участнику игры знание

внутренних законов, детерминирующих его жизнь, способствует подкреплению и переносу игрового опыта субъектности в жизненное пространство личности. Человек в тэта-игре способен быть causa sui – причиной своих желаний и действий.

В тэта-игре «Мастер двух миров» проявляются концепты и мифемы субъективного мифа, актуализируются субличности, участвующие как акторы перемен и антагонизма в драме личностного развития.

Концепция игры раскрывает очевидный факт: стремясь достичь перемен в жизни и справиться с нежелательной ситуацией, субъект преодолевает внутреннее сопротивление ментальных установок, иррациональных чувств, конфликта ценностей. Модель «Я-миф» может использоваться как теоретическая основа и методологическое основание для комплексного построения и оптимизации психотерапевтического сопровождения.

В тэта-игре «Мастер двух миров» игрок и ведущий моделируют ситуации с высоким потенциалом порождения субъектности. Основная задача ведущего-терапевта состоит в содействии осуществлению перехода клиента-игрока из состояния виртуальной субъектности в состояние актуальной субъектности. Архетипическими акторами субъектогенеза выступают субличности (модальности самоустановок): «Героя» (Я-интенциональное), «Хранителя» (Я-консервативное), «Бунтаря» (Я-бунтующее), «Мудреца» (Я-компетентное) и «Любящего» (Я-принимающее).

Настольная тэта-игра «Мастер Двух Миров» моделирует динамику субъектогенеза, актуализуемую трудной жизненной ситуацией. Игровой процесс сочетает техники аналитической психологии и концептуальные положения субъектно-деятельностного подхода. Ключевым механизмом игры является многократное разыгрывание ситуации инициации, в которой происходит преодоление Я-наличного, и, как следствие, устранение невротических преград субъектогенеза. Положительный результат терапевтического воздействия достигается через повторяющиеся ритуальные акты выхода за пределы самоограничений. Похожую динамику мы можем наблюдать в героических мифах и сказках, в которых герой сталкивается с «недостачей» (по В. Проппу) или проблемой, вынуждающей покинуть отчий дом и отправиться в странствие на поиски волшебного предмета или для того, чтобы сразиться с враждебными силами. Символический «лиминальный» переход активизирует внутренние творческие ресурсы для преодоления Я-наличного и становления Я-непроявленного.

В процессе игры реализуются задачи, соответствующие возможностям личности на данном уровне развития. Реализация этих возможностей в ходе терапии порождает новые. Таким образом, один уровень развития переходит в следующий через совершающуюся в ходе игрового творческого процесса реализацию возможностей предыдущего. Игра «Мастер двух миров» позволяет выявить структуру образа Я клиента, личностно-

смысловые установки, определить степень сложности репрезентации клиентом своего субъективного Я-мифа. Игра может применяться в целях психологического сопровождения в ситуации экзистенциального выбора. Спектакль субличностей, разыгрываемый на столе, помогает клиенту полнее раскрыться, обсудить желания настоящего, события прошлого и перспективы будущего, открыться новому опыту. Мотивационную основу субъектогенетической практики составляет стремление человека стать первопричиной, детерминирующим началом, субъектом с ним происходящего и им совершаемого, что переживается им как реальное владение одной из величайших ценностей - собственной жизнью.

Литература

Агапов В.С. Фундаментальные идеи С.Л.Рубинштейна в современных исследованиях самосознания и Я-концепции субъекта.//Философско-психологическое наследие С. Л. Рубинштейна. – М.: ИП РАН, 2011. – С.234-247.

Асмолов А.Г. Психология личности. М.: Смысл, 2001.

Бьюдженталь Б. Искусство психотерапевта. СПб.: Питер, 2001.

Братусь Б.С. Аномалии личности. М.: МГУ, 1988.

Василюк Ф.Е. Психология переживания. М.: МГУ, 1984.

Галанина Е.В. Миф как реальность и реальность как миф: мифологические основания современной культуры. М.: Академия Естествознания, 2013.

*Греков И.В.*Психологическая игра «Мастер двух миров» как психотерапевтическая методика. // Психологические и психоаналитические исследования. М.: МИП, 2014. – С.332-341.

Греков И.В. Образ Я как интеграл архетипических субличностей. Дисс.PhD по психологии. М., 2016.

Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы. М.: Смысл,1999.

Петровский В.А., Митина О.В. Транзактная модель рефлексивного выбора: опыт эмпирического обоснования // Образование и наука. Самара, 2004. – С.138-145.

*Рубинштейн С. Л.*Человек и мир // Проблемы общей психологии. М.: Педагогика, 1973.

Жизнь и судьба: построение индивидуальной мифологии, самопроектирование и субкультура личности // Известия ТулГУ. - Серия "Психология" / Под ред. Е.Е.Сапоговой. Вып. 3. Тула: ТулГУ, 2003. - С. 195-214.

Сапогова Е.Е. Экзистенциальное содержание лиминальных периодов жизни.(Работа переживания и психологическая помощь детям). – М.: Национальный Фонд защиты детей от жестокого обращения, 2007.

Фромм Э. Иметь или быть. Москва: Аст, Астрель, 2010.

Яремчук О.В. Теория этнокультурного творчества личности: развитие представлений о субъекте в культуре // Человек, субъект, личность в современной психологии. М.: ИПРАН, 2013. – С.188-191.

ПСИХОТИП КАК ДЕТЕРМИНАНТА ВЫБОРА ТВОРЧЕСКОЙ ПРОФЕССИИ

Грекова Т.Н., Артемцева Н.Г.
Московский государственный университет дизайна и технологии,
ФГБУН Институт психологии РАН, Россия
Работа выполнена в соответствии с Государственным заданием ФАНО РФ № 0159-2016-0004

В статье представлены результаты проведенного эмпирического исследования детерминации выбора творческой профессии у различных психологических типов. Показано, что иерархия ценностей и мотивация выбора профессии у рациональных, иррациональных и переходных типов различается. Полученные результаты свидетельствуют о необходимости диагностики типа молодых людей на самых ранних этапах профессионального самоопределения.
Ключевые слова: психосмология, познание, психотип, выбор профессии, мотивация, ценности

PSYCHOTYPE AS DETERMINANT OF CHOICE OF PROFESSION

Grekova T.N., Artemtseva N.G.
Moscow State University of Design and Technology,
Institute of Psychology RAS, Russia

Results of the conducted empirical research of determination of choice of profession at various psychological types are presented in article. It is shown that the hierarchy of values and motivation of choice of profession at rational, irrational and transitional types differs. The received results testify to need of diagnostics like young people at the earliest stages of professional self-determination.
Keywords: psychosmology, knowledge, psychotype, choice of profession, motivation, values.

На сегодняшний день к творческим профессиям относят не только исторически сложившиеся виды литературной и художественно-эстетической деятельности (поэты, музыканты, художники, архитекторы, скульпторы), но и многие другие, требующие креативности, постоянного обновления, преодоления традиционных схем мышления. В этот ряд можно включить практически все современные профессии: менеджеры, психологи, педагоги, дизайнеры, модельеры, стилисты, конструкторы, спортсмены, изобретатели, даже кулинары и повара. Креативность рассматривается как общая творческая способность, интеллектуальная инициатива, продуктивное мышление, интеллектуальная активность и чувствитель-

ность к побочным продуктам своей деятельности, системное качество творческой личности (Богоявленская, 2002; Артемцева, Колесниченко, 2013; Галкина, 2011; Грекова, 2011 и др.). При решении такой творческой задачи как выбор профессии особенно важна оценка своих мотивов и потребностей, своего творческого потенциала, способности к выходу за пределы известного.

В современных психологических работах по исследованию влияния индивидуальных характеристик человека на выбор и успешность профессиональной деятельности все чаще заходит речь о типологических особенностях личности.

Предложенная Н.Л. Нагибиной типология позволяет не только диагностировать психологический тип личности, но и прогнозировать правильность выбора профессии (Нагибина,2000). Основанием Психосмологии (см. www.IIDP. ru) является соотношение рационального и иррационального компонентов в структуре индивидуальности, а также отношение личности к миру и себе. Психологический тип определяется автором как система индивидуально-личностных особенностей, когнитивно-познавательной, ценностно-смысловой и поведенческой сферы человека. При этом доминирование рационального познания не означает, что иррациональное познание совсем отсутствует. Оно также имеется у человека, но как дополнительная, вторая функция. И, наоборот, при доминировании у человека иррационального познания, дополнительной функцией будет рациональное познание. Так выделяются 8 познавательных типов.

Кроме того, рациональное и иррациональное познание могут быть равносильными, одинаково часто употребляемыми и развитыми. Так получаются еще 4 смешанных типа, переходных между доминантными.

С целью проверки **гипотезы**, что *существуют различия в иерархии ценностей и мотивах выбора творческой профессии у представителей различных типов личности (в рамках Психосмологии)*, было проведено эмпирическое исследование.

Испытуемые: 60 человек, молодые специалисты в возрасте от 21 до 34 лет, представители различных творческих профессий. Вся выборка была разделена на три группы по результатам экспресс-диагностики Психосмологии.

Методики:

1. Экспресс-диагностика типа Психосмологии Н.Л. Нагибиной.
2. «Мотивы выбора профессии» С.Н. Чистяковой.
3. Методика «Ценностные ориентации» М. Рокича.

Обработка и обсуждение результатов. По результатам экспресс-диагностики все испытуемые были разделены на три группы на основе отнесения к тому или иному типу: представители рациональных, иррациональных и переходных типов личности.

На первом месте в иерархии мотивов представителей как иррациональных типов личности, так и переходных находится утверждение «Соответствует моим способностям», т.е. можно предположить, что респонденты из этих групп при выборе профессии, прежде всего, основывались на представлениях о собственных способностях, о том, на сколько их умения, знания и возможности соответствуют выбранной профессии. В группе представителей рациональных типов личности на первом месте располагается такой мотив, как высокая оплата труда. Мотив, связанный с высокой оплатой, занимает второе место в иерархии мотивов респондентов из группы представителей переходных типов и лишь третье в группе представителей типов иррациональных. Тем не менее, этот мотив входит во всех группах в тройку лидирующих утверждений, что говорит о его важности для всех трех групп респондентов.

Утверждение «Дает возможности для роста профессионального мастерства» занимает второе место в группах представителей рациональных и иррациональных психологических типов, в то время как в группе респондентов с переходными типами личности оно расположилось на 4 месте. Таким образом, мы можем утверждать, что мотив самоактуализации через профессию является одним из ведущих для респондентов с рациональными и иррациональными типами личности. Что же касается группы представителей переходных типов, то третье место здесь разделили два мотива, оказавшиеся по значимости равнозначны для представителей переходных типов личности: это мотив высокой оплаты труда и собственно привлекательности профессии. Мотив привлекательности профессии является менее важным для представителей рациональных типов, по сравнению с представителями двух других групп опрошенных.

Пятое место в иерархии групп респондентов как с рациональными, так и с иррациональными типами занимает такое утверждение, как «Является престижной», в группе представителей переходных типов оно занимает лишь 7,5 место. Пятое место в иерархии мотивов этой группы занимает такой мотив, как «Способствует умственному и физическому развитию». Этот же мотив в группе представителей рациональных типов находится на четвертом месте, т.е. занимает одну из лидирующих позиций, в то время как в группе представителей иррациональных типов личности он находится на 9 месте, что говорит о его малозначительности для респондентов этой группы.

Интересно также отметить, что мотив удобства и комфортности («Позволяет работать близко от дома») занимает одну из последних позиций в иерархии группы представителей иррациональных типов, а в двух других группах респондентов этот мотив располагается в середине. Это может свидетельствовать о том, что представители иррациональных типов личности скорее будут ориентироваться непосредственно на саму суть будущей работы, нежели на такие внешние моменты, как затрата времени на

дорогу, вопрос транспорта и т.д. Для респондентов из других групп этот момент, возможно, будет более значимым.

Мотив творчества («Дает большие возможности проявить творчество») значительно более важен для представителей иррациональных типов личности, чем для респондентов с рациональными и переходными типами.

Для выявления достоверно значимых различий был применен t-критерий Стьюдента. Были получены достоверно значимые различия по 3 из 20 мотивов между группами респондентов с рациональными и иррациональными типами личности

Так мотив «Нравится родителям» более значим для респондентов с рациональными типами личности, нежели для респондентов – иррационалов (Т=2,73440 при р =0,009634) Возможно, это связано с тем, что рационалы предпочитают заручиться поддержкой родителей в своих поступках и решениях, в то время как иррационалы полагаются только на себя или, по крайней мере, склонны так думать. Мотив «Способствует умственному и физическому развитию» также более значим для рационалов (Т=3,01716 при р =0,0046). Эти результаты доказывают положение Психосмологии о ценностно-мотивационной сфере рациональных типов личности, подтверждающее их стремление к самосовершенствованию, познанию устройства вселенной, интерес к философии. Престижность профессии у рационалов также значимо отличается от иррационалов (Т=2,11197 при р =0,04).

При сравнении рациональных типов с переходными были получены значимые различия по 2 из 20 признаков, а именно: мотив «Предполагает высокое чувство ответственности» более важен для переходных типов, чем для рациональных (Т=2,08442 при р =0,04), так же как и мотив «Соответствует моим способностям» (Т=3,52816 при р =0,001). Что касается сравнения переходных и иррациональных типов, то здесь были получены значимые различия по 5 мотивам из 20: предполагает высокое чувство ответственности (Т=3,65721 при р =0,0007), способствует умственному и физическому развитию (Т=3,13579 при р =0,003), позволяет реализовать способности к руководящей работе (Т=2,17447 при р =0,035), является привлекательной (Т=2,26469 при р =0,029)., позволяет использовать профессиональные умения вне работы (Т=2,07126 при р =0,04). Все эти мотивы более значимы для переходных типов, нежели для иррациональных.

В число доминирующих терминальных ценностей респондентов с переходными типами также входят активная деятельная жизнь, материально обеспеченная жизнь, уверенность в себе. Особенно надо отметить, что во всех трех группах весьма схож набор «ценностей-аутсайдеров». Так последнее место в иерархии ценностей в группе респондентов с рациональными типами занимает творчество, в двух других группах оно также расположилось ближе к концу списка значимых ценностей. Возможно, это объясняется тем, что понятие творчества для современной молодежи размыто, оно утратило свое значение, как создание чего-то нового, нестерео-

типного, поскольку в обществе резко упал престиж науки, искусств и культуры. Стоит отметить также, что в иерархии ценностей группы респондентов с иррациональными типами личности творчество занимает более высокую позицию по сравнению с двумя другими группами.

Это дает нам право предположить, что для представителей иррациональных типов личности творчество имеет большее значение по сравнению с представителями рациональных и переходных психологических типов. Поэтому весьма вероятно, что представители иррациональных типов будут более склонны к работе, которая даст возможность проявить творческие способности, креативный подход в делах, нежели представители двух других групп психологических типов личности.

Также в конце списка оказалась такая ценность, как развлечение. Особенно это относится к группе представителей рациональных психологических типов, где эта ценность занимает предпоследнюю позицию (последняя - творчество). Учитывая относительно молодой возраст наших респондентов, можно предположить, что основные причины такого положения вещей, это чрезмерная занятость современных людей, их нацеленность на карьерный рост и работу. Такое предположение косвенно подтверждается тем, что одно из первых мест в иерархии ценностей респондентов с рациональными и переходными типами занимает материальное обеспечение жизни.

Одно из последних мест занимает такая ценность, как счастье других. Общественное признание (уважение окружающих, коллектива) также попало в конец списка терминальных ценностей в группах респондентов с рациональными и иррациональными психологическими типами. Что касается группы представителей рациональных типов, то в сочетании с высоким рейтингом такой ценности, как материально обеспеченная жизнь, это может свидетельствовать о том, что представителями переходных типов личности выше ценится материальное, а не духовное удовлетворение от деятельности. Иррациональные типы личности могут отвергать эту ценность, потому что ими высоко оценивается такая инструментальная ценность, как независимость.

В системе инструментальных ценностей респондентов, отнесенных к группе представителей рациональных типов личности, более высокий ранг занимают ценности рационализма, чуткости и честности. Для группы респондентов с иррациональными психологическими типами ведущими ценностями являются жизнерадостность, независимость, ответственность. Группа представителей переходных типов личности характеризуется ориентацией на такие ценности - средства как независимость, ответственность, рационализм.

Так, для иррациональных типов самой важной инструментальной ценностью является жизнерадостность, в то время как в двух других группах она занимает соответственно 6 и 4 места.

В группе респондентов с рациональными типами наиважнейшей ценностью оказался рационализм, в группе переходных типов он занимает третье место, т.е. так же входит в тройку лидеров. А вот в группе респондентов с иррациональными психологическими типами эта ценность занимает лишь 7 место.

Ответственность делит первое место с такой ценностью, как независимость в группе респондентов с переходными типами личности. Ответственность - важное качество и в деловом общении, и в семейной жизни - двух главных сферах активной деятельности взрослых. Взаимная ответственность - залог эффективности в делах и сработанности коллектива. Однако в группе представителей рациональных типов эта ценность занимает лишь 7 позицию в иерархии.

Честность занимает одно из ведущих мест в иерархии группы представителей рациональных типов личности, в то время как в двух других группах она занимает лишь 11 позицию. То же касается и такой ценности, как эффективность в делах, которая занимает 4 место в иерархии группы респондентов с рациональными типами личности, а в группах представителей иррациональных и переходных типов лишь 13 и 16 места соответственно.

В то же время такая ценность, как независимость, входит в тройку лидирующих ценностей групп как респондентов с иррациональными, так и с переходными типами личности, в то время как в группе представителей рациональных типов занимает лишь 9 позицию.

Таким образом, выбор творческой профессии, как представителями иррациональных типов личности, так и рациональных и переходных детерминирован внутренними индивидуально значимыми, а так же внешними положительными мотивами.

Литература

Артемцева Н.Г., Колесниченко В.О. О взаимосвязи самореализации, креативности и акцентуаций характера личности // Человек, субъект, личность в современной психологии. Материалы Международной конференции, посвященной 80-летию А.В. Брушлинского. Том 2. / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.– С. 124-126.

Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. М.: Издательский центр «Академия», 2002.

Галкина Т.В. Самооценка как процесс решения задач: системный подход. - М.: Ин-т психологии РАН, 2011.

Нагибина Н.Л. Психология типов. Системный подход. Психологические методики. Часть 1. – М.: Институт молодежи, 2000.

ПСИХОТИПИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ СТИЛЕВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК МОДЫ

Грекова Т.Н., Петушкова Г.И., Петушкова Т.А.
Московский государственный университет дизайна и технологии
Институт бизнеса и дизайна, Москва, Россия

В статье представлены результаты теоретического и эмпирического исследований взаимосвязи психологического типа и особенностей восприятия стилей одежды. Дан дизайнерский анализ стилистики костюма и стилевых архетипов моды. Обосновывается значение стилевых характеристик в одежде с учетом психотипа ее создателей и потребителей.

Ключевые слова: стиль одежды, психологический тип, восприятие, визуализация, стилевой архетип.

PSYCHOTYPICAL PARTICULAR PERCEPTION OF THE STYLISTIC CHARACTERISTICS OF FASHION

Grekova T.N., Petushkova G.I., Petushkova T.A.
Moscow state University of design and technology
Institut of business and design, Moscow, Russia

The article presents the results of theoretical and empirical research the relationship of psychological type and perceptual styles of clothing. Given a design analysis of the style of costume and style fashion archetypes. It justifies importance of stylistic characteristics in the clothes considering the psycho of its creators and consumers.

Keywords: clothing style, psychological type, perception, visualization, style archetype.

Психологические особенности восприятия стилей одежды связаны с рядом индивидуально-личностных и типологических характеристик, заложенных в основании стилевых предпочтений в одежде как со стороны ее создателей, так и со стороны потребителей. При всем многообразии аспектов изучения стиля одежды пока еще мало внимания уделяется особенностям его восприятия. Сегодня ни в психологии моды, ни в теории дизайна костюма не определены критерии выбора стилистического образа костюма потребителем, не решена проблема стилистической идентификации личности дизайнера и целевой аудитории. Гармоничнее всего человек чувствует себя в «своей» одежде, которая соответствует его стилю и энергетике, его внутреннему миру. Такая одежда выгодно подчеркивает природные особенности, индивидуальность каждого из нас. Именно в ней легко быть самим собой (Артемцева, Грекова, 2013)

В восприятии стилистического образа костюма доминирующим является зрительная модальность восприятия, основными параметрами которой выступают форма и цвет. В связи с этим, изучение механизмов визуализации модной формы одежды становится одним из главных направлений в психологии моды. Одной из главных задач для психологии восприятия стилей одежды становится изучение механизмов визуализации при построении «визуальных комплексов», способных структурировать восприятие. Начало изучению этих механизмов было положено С.Н. Беляевой-Экземплярской, предложившей классификацию иллюзий зрения в связи с процессом моделирования одежды, где в равной степени используются как объективные, физиологические параметры, так и субъективные личностно-психологические (Беляева–Экземплярская, 1934).

В проведенном нами исследовании проверялась гипотеза о влиянии особенностей психотипа на восприятие стилевого образа костюма. Эмпирическую базу исследования составили 104 человека - студенты-технологи, а также люди разных возрастов и профессий. Для подтверждения гипотезы был использован метод экспресс-диагностики Н.Л. Нагибиной и оригинальный визуальный тест «Стилистические предпочтения в одежде».

Экспресс-диагностика Н.Л. Нагибиной выявляет одновременно несколько параметров восприятия, заложенных в психологическом типе личности – доминирование рационального, иррационального или равносильного компонента восприятия, когнитивные особенности внимания, памяти и мышления, ценностно-смысловые характеристики человека, которые опосредованно влияют на восприятие стиля одежды.

Этот метод был применен с целью определения психологического типа испытуемых. По итогам тестирования в нашем исследовании распределение по типам выделилось в следующем соотношении: рациональные типы – 23 %, иррациональные типы – 29%, переходные (равносильные) – 48%. Так как переходных типов оказалось больше, акцент был сделан на анализе особенностей восприятия по секторам модели Н.Л. Нагибиной, представленных четырьмя секторами по три психотипа в каждом (Нагибина, 2014.)

Типы A-AB-B – восприятие идёт через призму своих собственных интересов, ценность личного достижения и успеха в обществе. Доминирует зрительность, конкретность, внимание к деталям, избирательность.

Типы C-CD-D – восприятие субъективное, эмоциональное, важны нюансированность мельчайших оттенков чувств и настроений, синестетичность чувственных каналов – образы пахнут, ощущаются тактильно, звучат.

Типы E-EF-F- в восприятии приоритет зрительной информации (тип E), синестетичность (тип F), целое доминирует над деталями, интуитивно схватывается форма и в целом – архитектоника объекта.

Типы G-GH-H – восприятие объективное, эмпатичное, важны красота и эстетичность. Этим типам более других свойственно тонкое чувство стиля.

Визуальный тест «Стилистические предпочтения в одежде» был создан с целью выявления особенностей визуального восприятия стилей одежды на основе выделения цвета, формы, деталей. Стимульный материал теста создавался из моделей самых характерных стилевых образов, относящихся к трем дизайнерам: Франция – Рикардо Тиши; Россия – Ульяна Сергиенко; Япония – Едзи Ямомото (18 моделей по 6 у каждого дизайнера).

Согласно инструкции, испытуемые отмечали цифрами наиболее понравившиеся им модели одежды (от 4-х до 7-ми) и указывали, какой критерий отбора повлиял на их выбор: 1) цвет; 2) форма; 3) детали. При этом, наши респонденты не знали имен дизайнеров предложенных им вариантов моделей одежды.

Был проведен дизайнерский анализ стилистики костюма. На основании анализа коллекций моделей одежды трех представленных дизайнеров были получены стилевые характеристики костюма. В рамках статьи в качестве примера взят стиль французского дизайнера Рикардо Тиши.

Дизайнерский стиль Рикардо Тиши возрождает старые традиции высокой моды и ориентируется на времена, когда наряды создавались в единственном экземпляре. Наряды выполнены с маниакальным вниманием к мельчайшим деталям. На создание каждого из них команда дизайнера тратит сотни часов ручной работы, причем многие приемы заимствуются из далекого прошлого. Богатая отделка – перья, бусины, вышивка – не выглядит нарочитой или излишне драматичной, напротив, от платьев веет спокойствием. Стиль Рикардо Тиши, искусно соткан из благородной красоты, изысканности и торжественности. Ему свойственна тонкая игра нюансов цвета, формы, фактуры и деталей.

Стиль Рикардо Тиши можно разделить на два основных направления: дерзость и аристократизм. Дерзость как дань сексуальной моде, аристократизм как гимн женственности и утонченности. Проанализировав образы прошлых коллекций, можно сделать вывод, что Рикардо Тиши свободно владеет пластикой, формой, пропорциями – он настоящий скульптор: довольно четкие пропорции и силуэтные формы, индивидуальный стиль кроя, тонкая игра нюансов, интересные фактуры тканей и детали отделки. Цвет несет в себе большую смысловую нагрузку, но при этом выгодно подчеркивает силуэтные формы. Примером служит модель, набравшая максимальное количество баллов по всем трем критериям. Модель выполнена в черном цвете. Полное облегание фигуры и довольно закрытый верх.

Большинство респондентов при выборе моделей Рикардо Тиши руководствовались критериями: на первом месте цвет – 43%, а на втором форма – 38%. Показатели цвета и формы практически равные. Лидером

явилась модель платья цвета слоновой кости, выполненного из прозрачной сетки, поверх которой нашивались кусочки ткани с определенным рисунком. Эти маленькие детали костюма, несомненно, привлекли внимание. Эротика проявлялась в довольно откровенных и открытых зонах плеч, талии и ног. Однако спокойная цветовая гамма смягчила этот эффект. Стоит заметить, что именно при восприятии данной модели наши респонденты выбирали в первую очередь критерий «детали». Именно у Рикардо показатель «детали» сравнительно выше – 19% (по сравнению с другими дизайнерами). Модели Рикардо Тиши выбрали респонденты в психотипах B, C, CD.

На основании результатов проведенного исследования взаимосвязи выбора стилистического образа костюма и психологического типа дизайнера и респондента - субъекта восприятия была разработана серия графических планшетов, в основе которых раскрыта связь стилистических элементов костюма, средовых объектов и особенностей психологического типа создателя одежды и потребителя. Архитектура среды отражает художественный стиль эпохи – форма и пространство. Психотип дизайнера транслирует особенности индивидуального творческого стиля через общие стилевые маркеры эпохи. Дизайнерский продукт – результат выхода творческой энергии. Психотип потребителя воспринимает трансляцию стилевых маркеров своего психотипа от дизайнера, его продукта и общей идентичной ему архитектуры среды.

Была рассмотрена цветовая палитра коллекций мастера как стилевая компонента в контексте семиотической теории (Петушкова, 2010). Объектом рассмотрения являются рекламные материалы коллекций моды в динамике колористических изменений. Акцент переносится на морфологический и семантический уровни восприятия цветовых архетипов моды, доминирующих и акцентных цветов, влияющих на восприятие стилевого образа коллекций. Экспериментальный материал представлен в виде сезонных таблиц каждого года в период 2009-2015 гг. по отдельной группе цветов. Каждый из них количественно соотнесён с цветовым атласом, используемым в дизайнерской практике. Цвет имеет соответствующее обозначение и определённую статистику встречаемости в рамках коллекции. Так, в цветовой палитре (ЦП) моды 2009 г. преобладает бежевый цвет оттенка PAN 1-4-1 C, доля его в коллекции составляет 41,4 %. Наиболее часто встречаются черный цвет N 0.25 и белый N9, их процентное соотношение равно 17,2%. Фиолетовый цвет № PAN45-3-1C и № PAN55-3-1 C составляет соответственно 6,9% и 3,4%. Два оттенка зелёного цвета №PAN 105-4-2 C и №PAN 105-1-1 составляют по 3,4%. Также два оттенка жёлтого цвета № PAN 138-1-1 C и PAN 3-1-3 C - они составляют по 3,4%, и т.д.

Далее рассматривались эффекты хроматической стереоскопии в восприятии колористической палитры мастера. Так в женской коллекции высокой моды 2009 г. этот эффект достигается звучностью чистого белого цвета и разнообразных оттенков кремового, желтого, бежевого цветов. В

морфологическом плане они подчёркивают характерную пластику формы, основные пропорции, крой. В мужской коллекции оттенки бежевого, насыщенного красного, белого выделяют наиболее значимые акценты и ассортиментные группы моделей.

В 2010г. чистый белый в сочетании с глубоким чёрным акцентирует объём формы в характерных пропорциях, лимонно- жёлтый и бежевый цвета выступают из тёмного фона так, что в первую очередь воспринимаются объёмы формы, её пропорции, оригинальный крой.

В 2011 - 2012 гг. эффект выступания силуэта формы и отдельных его площадей достигается сочетаниями чистого белого, оттенков желтого и крупным принтом, крупными сюжетными эмблемами. Эффект закрепляется ещё фактурным многообразием, используется мех, кружево, прозрачные материалы, которые создают сложные пространственные композиции.

В 2013 г. доминирующие цвета чёрные, белые, бежевые, хаки акцентируются яркими пятнами красного, насыщенного жёлтого, разбелённого розового цветов. Подчёркиваются наиболее характерные детали, конструктивные линии, пропорциональные отношения. Используются блестящие ткани, блики которых также создают эффект хроматической стереоскопии. Форма подаётся в живописной пестроте, которая показывает смену устоявшихся отношений в структуре формы.

В 2014 г. жёлтые, красные, бежевые, белые цвета становятся акцентными, разбавляя доминирующие оттенки чёрных, коричневых, хаки. Их роль – подчеркнуть новые пропорциональные отношения формы, её структуры, уход от монолитного прочтения и всё более усложняющихся приёмов создания формы, её объёмов. Сюжетные эмблемы выполняют ту же функцию, разрушая прежние отношения.

В 2015 г. в коллекции доминируют только оттенки белых и чёрных. Акцентными становятся открытые участки тела, естественный цвет которого создаёт эффект хроматической стереоскопии так, что прочитывается и хорошо запоминается вся гамма установившихся длин и пропорций силуэтов. Дополнительные акценты создаются четкой графикой черного и белого, контрастами отделочных деталей, рисунков ткани в крупную полоску, расчленяющими силуэт в нужных пропорциях.

Хроматическое содержание коллекций наиболее полно раскрыто в цветовой палитре моды 2009, 2010, 2012, 2014 годов. По данным эволюционной теории симметрии костюма (ЭТСК), именно в эти годы происходит смена силуэтов, общей структуры формы, её пропорций, что выявляется разнообразием цветовых сочетаний (Петушкова, 2014).

Таким образом, теоретические и экспериментальные результаты проведенного исследования психотипических особенностей восприятия стилей одежды являются значимыми для развития теории и практики дизайна костюма и психологии моды.

Новое время диктует новые требования к пониманию восприятия зрительного образа костюма, формирует появление новых художественно-эстетических идеалов. В этой связи акцент ставится на смысловом, символическом и архетипическом содержании стилистического образа костюма.

Литература

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. «Общее и особенное в восприятии моды: постановка проблемы»//Дизайн и технологии. Научный журнал ВАК. М.: МГУДТ, 2013. – №4. – С. 97-104.

Беляева–Экземплярская С.Н. Моделирование одежды по законам зрительного восприятия. М.: 1934.

Нагибина Н.Л., Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Психология искусства. Типологический подход. М., МосГУ, 2005

Петушкова Т. А. Семантические системы рекламной коммуникации модного костюма. М.: МГУДТ, 2010.

Петушкова Г.И. «Проектирование костюма». М.: МГУДТ, 2014.

МЕХАНИЗМЫ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ СМЫСЛОВ В ТВОРЧЕСКОМ МЫШЛЕНИИ

Губенко А.В.

Институт психологи им. Г.С. Костюка НАПНУ, Киев, Украина

В статье анализируются психосемантические механизмы творческой интеллектуальной деятельности, включающей в себя два противоречивых компонента — интуицию и логику. Анализ психосемантических механизмов и особенностей творческого мышления позволил выделить такие его компоненты, как семантические свертки, процессы сворачивания и разворачивания смыслов и т. д. Анализ этих компонентов позволил определить и показать их роль на основных этапах и уровнях творческого процесса.

Ключевые слова: творческое мышление, интуитивное мышление, психосемантические механизмы, логика.

MECHANISMS OF TRANSFORMATION MEANING IN CREATIVE THINKING

Gubenko A.

Institute of Psychology named after G.S. Kostiuk of National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv

This article analyzes the psychosemantic mechanisms of creative intellectual activity, including two controversial component - intuition and logic. Analysis psychosemantic mechanisms and features of creative thinking allowed to

identify its components - semantic convolution, processes of folding and unfolding of meanings, and so on. The analysis of these components allowed to identify and show their role at the main stages and levels of the creative process.

Keywords: creative thinking, intuitive intelligence, psychosemantic mechanisms, logic, levels of the creative process.

Большое внимание вопросу активной роли неосознаваемого в творчестве уделял выдающийся советский исследователь творческого мышления Я.А. Пономарев. Он связывал бессознательное мышление с интуитивным (Пономарев, 1976). Ученый различал два типа знаний: интуитивное и логическое. Логическое знание осознанное и применяется при решении задач с опорой на уже известное знание (то есть конвергентных задач). Интуитивное знание таково, что не осознается в процессе его выработки, и интуитивное мышление вступает в действие при столкновении с дивергентной творческой задачей, для решения которой старые знания не могут быть применены.

В сфере логики опыт и знания четко структурированы. В интуитивной сфере они гораздо меньше структурированы и формализованы. Знания в интуиции более неопределенны и расплывчаты, чем в дискурсивно-логическом мышлении, но более насыщены информацией. Когда решение находится на интуитивном уровне, субъекту нужно его логически выразить предоставить ему структурно-логическую форму (Пономарев, 1976).

Эти и другие исследования еще раз свидетельствуют об огромной роли, которую интуиция, наряду с дискурсивным мышлением, играет в креативных процессах. Здесь очень важным, на наш взгляд, является выяснение природы полисемантичности, то есть способности единицы смысла — семы — приобретать многозначность, нести в себе много смыслов, существовать, так сказать, на перекрестке многих содержательных полей, объединять большое (иногда — огромное) количество значений. В одной семе смешиваются, накладываются несколько смыслов, происходит «интерференция» смыслов, если применять физические аналогии. Именно это свойство психосемантических структур, наблюдаемое преимущественно в интуитивных состояниях психики, является основой таких феноменов мышления, как бисоциация, семантическая гибкость и т.п.

Понятие и другие семантические единицы, которыми оперирует интуиция, характеризуются неопределенностью, поливалентностью и многозначностью. Особенно трудно прояснить и смоделировать такое проявление интуиции из числа отмеченных выше, как полисемантичность. Полисемантичность и ее синтаксический носитель - полисемантическая свертка — являются фундаментом многих (если не большинства) интуитивных психосемантических процессов, поэтому выяснение сущности этого феномена и создания его приемлемой модели является, учитывая все сказанное, одной из важных задач психологии творчества.

Об огромном значении сворачивания смыслов в стихии слова и в языке говорил выдающийся российско-украинский филолог и философ языка А. Потебня. В этой связи он ввел понятие сгущения или конденсации мысли. «Поэтический образ, - писал А. Потебня, - дает нам возможность замещать массу разнообразных мыслей относительно небольшими умственными величинами... Этот процесс можно назвать процессом сгущения мысли...» (Потебня, 1990).

Введем понятие **полисемантической свертки**, которое, по нашему мнению, более оптимально способствует пониманию интуитивных явлений. Полисемантическая свертка характеризуется не только «сжатием» нескольких смыслов в один, но и предусматривает одно - многозначное соответствие между именем и его содержанием, когда имени соответствует не одно, а несколько различных и разноплановых значений, одновременно каждому из этих значений отвечает одно и то же имя или символ (закон тождества нарушается).

На наш взгляд, полисемантическая свертка может быть той «исходной клеточкой», или единицей, порождающей класс явлений, связанных с творческими проявлениями мышления как целого. На самом деле при ближайшем анализе, как уже отмечалось, увидим, что именно такие свойства психосемантических структур, как многозначность, полисемантичность, являются основой таких феноменов творческого мышления, как переструктуирование, бисоциация, семантическая гибкость, скорость и продуктивность мышления, способность к семантическим рекомбинациям, трансформациям и мутациям, которыми так изобилует творческий процесс. Парадоксальность мышления творца («и гений, парадоксов друг»), связанная с неожиданным столкновением и совмещением несовместимых смыслов, также связана с «работой» полисемантических сверток.

С понятиями «свертка» и «сгущение смыслов» перекликается явление компрессионного сжатия смыслов.

Феномен сжатия смыслов во время кульминационной фазы мыслительного поиска обнаружили при проведении экспериментальных исследований творческой активности российские психологи И.Н. Семенов и С.Ю. Степанов (Степанов, Семенов, 1983), назвавшие его компрессионным сжатием.

Таким образом, и понятие сгущения смыслов, открытое более ста лет назад выдающимся филологом А.А. Потебней при исследовании языка и мышления, и результаты экспериментального исследования творческого мышления, приведшие психологов И.Н. Семенова и С.Ю. Степанова к открытию понятия компрессионного сжатия, и другие проанализированные нами исследования подтверждают правомерность применения нами понятия свертки, в частности, и полисемантической свертки, для объяснения многих феноменов творческого мышления, и, в особенности, интуитивного творческого мышления.

Подытожим основные свойства полисемантических сверток: 1. Полисемантические свертки сокращают расстояние между отдаленными ассоциациями и разнородными смыслами, не связанными очевидной логической связью. Они сжимают поле ассоциаций, кардинально уплотняют смысловые связи, буквально вкладывают смыслы друг в друга. Создавая из смыслов некое подобие голограммы с континуальным смыслом. В подобной семантической голограмме, по известному свойству всех голограмм, любая часть содержит все остальные части. Благодаря чему облегчается, разнообразится и ускоряется процесс контактов и взаимодействий между огромным количеством отдаленных, не только близких, смыслов. 2. Производят интерференцию смыслов. 3. Сокращают (редуцируют) логические операции. 4. Являются ускорителями мышления. Кардинально ускоряют процесс мышления: умозаключения и логические связи, развернутые во времени и создаваемые медленно и поэтапно поэлементным логическим интеллектом, в свертках производятся очень быстро, иногда мгновенно. 5. В полисемантических свертках, если обобщить свойства, связанные со сжатием семантического пространства и ускорением семантического времени (см. п. 1, 3, 4 и 6 данного перечня) происходит радикальное сжатие пространственно-временных рамок мышления. 6. Ускоряют понимание и восприятие смысла, закодированного в информационных сообщениях и текстах. 7. Полисемантические свертки выводят семантические блоки и структуры из поля вербализированного проговариваемого и осознанного мышления. Связаны с безотчетным мышлением и пониманием. 8. Обеспечивают продуктивный катализ творческих синтезов, комбинаций и трансформаций смыслов. Это происходит благодаря ускоренному сочетанию всех возможных семантических связей, модальностей и позиций между собой (за счет кардинального уплотнения смыслов в свертке - см. п. 1). В процессе такого сочетания и ускоренного рекомбинирования устанавливаются новые валентные смысловые связи и возникают замкнутые смысловые цепи с образованием реле-эффектов (понятие «реле-эффект» введено В.А. Моляко (Моляко, 1983). Попытаемся вкратце представить механизмы творчества, рассматриваемые в психологических теориях творчества, и роль ПС в каждом из них в таблице (Губенко, 2014).

Таблица. Роль ПС в различных механизмах творчества

№	Механизм творчества	Роль полисемантических сверток (ПС) в этом механизме
1	Переструктурирование проблемной ситуации (К. Дункер)	ПС обеспечивают плотные контакты между семантическими полями, их сжатие и смешивание в континуальное состояние, а также перестройку на этой основе семантических связей между элементами, смысловой потенциал которой сжат в ПС

2	Преодоление стереотипа, функциональной фиксированности мышления	ПС обеспечивает слом стереотипа за счет расширения спектра функций и значений, многообразие которых свернуто в ПС, помогает обнаружить скрытые нестандартные значения и возможности понятия, свернутые в его «недрах»
3	Случайная рекомбинация идей (Д. Саймонтон)	ПС помогает комбинировать между собой максимальное число идей и понятий и образовать максимум возможных комбинаций
4	Компрессионное сжатие смыслов на кульминационной фазе творчества (И.Н. Семенов, С.Ю. Степанов)	Сжатие смыслов осуществляется в рамках механизма работы ПС
5	Дивергентное мышление, идущее сразу в нескольких направлениях (Дж. Гилфорд)	Дивергентное мышление обеспечивается ПС, которые свертывают разноплановые и разнонаправленные смыслы в одну структуру, тем самым позволяя вниманию одновременно удерживать и «вести» их
6	Семантическая гибкость мышления как способность человека к быстрому и легкому поиску новых решений, умение с легкостью переходить от явлений одного класса к другим, часто далеким (Дж. Гилфорд, Е.П. Торренс)	Легкость перехода от одних смыслов к другим связана, в том числе, с процессами сжатия в ПС, переформатирования и распаковывания многообразных и разноплановых значений, сжатых в ПС
7	Бисоциации: возникновение новых смыслов в результате пересечения отдаленных идей, не связанных очевидной общностью (А. Кестлер)	Сближение отдаленных идей осуществляется путем их сжатия в ПС
8	Ассоциирование отдаленных элементов опыта, отдаленных ассоциаций (С. Медник)	Сближение отдаленных ассоциаций осуществляется путем их сжатия в ПС
9	Взаимодействие логического и интуитивного (Я. А. Пономарев)	Многие стороны интуитивных процессов базируются на ПС (см. табл.); переход от интуитивных форм мышления к логическим происходит путем разворачивания смыслов, запакованных в ПС (см. табл.)
10	Нахождение аналога (Д. Гентнер)	Нахождение аналога происходит путем накладывания прототипа на широкий спектр явлений и структур, перебор которых ускоряется благодаря сжатию весьма значительного количества смыслов в ПС
11	Реле-эффект: интуитивное понимание происходит вследствие замыкания цепи структурно-функциональных блоков существенным для решения элементом или признаком (В.А. Моляко)	Перебрать и сочетать огромное количество смыслов с целью обнаружения нужного признака, замыкающего нужную смысловую цепь, намного быстрее и легче с помощью сжатия смыслов в ПС и достигаемой при этом высокой континуальности семантического поля

12	Интеллектуальная инициатива (Д.Б. Богоявленская)	Выход за рамки предписанных извне интеллектуальных действий связан, в том числе, и с избыточной смысловой активностью, потенциальная энергия которой содержится в «сжатом виде» в ПС

Выводы. Таким образом, мы увидели, что полисемантические свертки играют значительную роль в основных процессах творчества и являются одним из основных психосемантических творческих интеллектуальных механизмов.

Литература

Губенко А.В. О механизмах функционирования смыслов в творческом мышлении // Горизонты образования (Севастополь). – 2014. – №3. – Т.1(42). – С.31-39.

Моляко В.А. Психология решения школьниками творческих задач / В.А. Моляко — К.: Рад. Школа, 1983.

Пономарев Я.А. Психология творчества / Я. А. Пономарев. М. : Педагогика, 1976.

Потебня А.А. Теоретическая поэтика; [сост. А.Б. Муратов] / А.А. Потебня. М.: Высшая школа, 1990.

Семенов И.Н. Рефлексия в организации мышления в творческом саморазвитии личности // Вопросы психологии / С.Ю. Степанов, И.Н. Семенов. – 1983. – № 2.

ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Гулямова С.Т.
Бухарский государственный университет, Узбекистан

В данной статье ораторское искусство рассматривается как самый важный аргумент в управленческий деятельности руководителя. В статье приводиться важные мнения ученых как Аристотель, Цицерон, Квинтиллион, Б. Паскаль, Г. Спенсер, Д. Карнеги и так далее. Кроме этого, рассматривается некоторые взгляды и советы об ораторских выступлений знаменитых мыслителей Востока как Абу Наср Фараби, Абу Райхан Бируни, Абу Али ибн Сина (Авиценна), Абу Хомид Мухаммед ал-Газзали, Хусейн Воиз Кашифи и Алишер Наваи. А также, некоторые рекомендации и правила современных учёных и предпринимателей рекомендуется для руководителей, чтобы добиться успешного выступления среди своих слушателей.

Ключевые слова: оратор; оратор-руководитель; аудитория; слушатель; ораторское выступление; ораторское искусство; стиль оратора; метод оратора; навыки оратора; аргументы выступления.

ORATORY IN MANAGERIAL ACTIVITY OF A LEADER: PCHYCOLOGICAL APPROACH

Gulyamova S.T.
Bukhara State University, Uzbekistan

In the article oratory is considered as the most important argument in managerial activity of a leader. The important opinions of the scientists such as Aristotle, Cicero, Quintilian, B. Pascal, G. Spenser, and Dale Carnegie and so on are given in the article. In addition, some points of view and advices about speech of the famous thinkers in the East Abu Nasr Farabi, Abu Rayhan Beruni, Abu Ali ibn Sina (Avicenna), Abu Homid Muhammad al-Gazzali, Husain Kashifi and Alisher Navai are brought. As well as, some recommendations and specifications of the present scientists and entrepreneurs are commended for leaders to attain a successful speech among their listeners.

Keywords: an orator; an orator-leader; an audience; a listener; speech; oratory (elocution); the style of an orator; the method of an orator; the skills of an orator; the arguments of speech.

Oratory is of great importance in a leader`s managerial activity. It is so important for an orator-leader to know the rules of verbal speech, the principles of logic and speaking aptitude shortly and exactly. A Greek philosopher Aristotle said that each of speech should have a body, a head and feet like living things and their motion should be in congruence with each other (Қаюмова А. Т, Ғуломова С. Т, 2014, б.90). One of the famous philosophers Cicero said a person is born as a poet, but he attains oratory...each of orators` aim to awake listeners` interest and attract attention to himself (Рўзиева М. Ҳ, Ғуломова С. Т, 2011, б.108). The teacher of elocution Quintilian advised future orators following words: “make a speech clearly and exactly in order the attending people your meeting can understand you fully” (Ғуломова С. Т, Файзиева У, Шарипов М, 2013, б.22).

One of the famous thinkers in the East Abu Nasr Farabi paid attention to the role of lexicology, grammar and logic in preparing an interesting speech and making correct conclusions and deductions. Speaking about oratorical demands, Abu Nasr Farabi said an orator`s words should be clearly and he should tell his opinion exactly. Abu Rayhan Beruni also considered a person should know grammar and logic deeply to make ready a text of speech and deliver an interesting oration. Abu Ali ibn Sina (Avicenna) said that an orator should learn a subject and a text of his speech deeply before he makes an oration and he should al-

so state moral-educational meaning of his delivering speech. “If we make any mistakes, - said Avicenna, - all our labor will be vainly and it won`t bring to an expecting result”. Limitations in speech were compared by the thinker to a festering or supportive wound. “When the time comes, limitations will act like pus and it will show its indecorous guise”, - considered Avicenna (Қаюмова А. Т, Ғуломова С. Т, 2014, б.91). Another one of the famous thinkers in the East Abu Homid Muhammad al-Gazzali said the following words about an orator`s skill and style in his work: “We should be carefully, delivering a speech to people. There are many disasters and catastrophes in oratory. It is good when an orator follows himself his advices and instructions first” (Омонов Б, 2003, б. 12). Alisher Navai said a person coming into an orator`s meeting empty must leave full; a person coming into it fully must leave free. If an orator is an honest and truthful person and the people not following his advices and instructions are considered sinners. If he advises or orders something to others, but he doesn`t follow himself his examples, his words affect nobody at all.

So, an orator-leader`s speech must be short. It is important to keep listeners` attention till the end of his speech. If an orator-leader`s speech is interesting, it doesn`t seem long, boring and uninteresting to an audience. So, an orator-leader should give up insignificant and secondary information to prepare a short speech. A French scientist and philosopher B. Pascal said he had written such a long letter, because had no time to write a short one. Luster Burbank also said he had grown about million types of plants to choose the best and he had left the rest of them at once. An orator-leader should make ready his speech in this spirit. Thus, an orator-leader should miss ninety insignificant opinions among one hundred thought.

An orator-leader while making a speech must possess the following several special skills: a) knowing to choose literatures; b) learning them (a text of speech will be got ready after literatures are learnt. Trusting in himself in an orator-leader is bound up with preparing to his speech); c) planning (a wise person can`t build a house without a plan. An orator-leader can`t also deliver his speech without one. The British sociologist Gerber Spenser`s following opinion is so important: “Desultory knowledge in person`s mind brings to intricateness” (Карнеги Д, 2002). Theodor Roosevelt also said that labor, intellectual aptitude, a successive prepared plan and careful readiness had lain on the basis of his achievements. Thus, the speech prepared without a plan takes an orator-leader to the direction of defeat. So, a careful prepared plan is considered half the battle); d) writing a text of speech; e) being confident before an audience; f) timing to the minute. An orator-leader should use these skills harmonically, otherwise the process of delivering a speech won`t be effective.

At the present day the recommendations pulled out by Cicero is valuable and costly too. We may consider the following arguments of speech on the basis of these advices (Ҳасанов С, Ҳикматов Ф, 2001, б. 25): a) finding out problem leading to aim and counting facts; b) to find stating style of facts (the most relia-

ble and trustworthy facts should be stated at the beginning and at the end of oration. Apocryphal and doubtful facts should be stated in the middle of speech); c) attracting an audience`s attentions to an orator at the beginning of his speech; d) expounding and commenting problem shortly; e) fortifying his personal opinion by exact and careful facts; f) adding up oration efficiently.

The secrets of making a good speech which affects listeners` heart positively are established of the following necessary specifications: 1) accenting important thoughts and ideas when we are speaking about them; 2) Changing quality of a voice; 3) Changing tempo of speech; 4) Pausing before and after telling an important idea.

Speaking technique of a voice Husain Kashifi said that thinness in a voice is sing of suspiciousness; pleasantness and gratefulness in a voice is sing of enterprise; arrogance and haughtiness in a voice is sing of foolishness and stupidity; speaking easy is sing of gentleness and kindness, glory and beauty; not swaying and not stirring hands during speech is sing of vigilance and alertness, gumption and acuteness. He divided listeners of speech on two categories: one of them is functionary and the second one is simple people. The scientist said that an orator should observe several recommendations of oration during his speech while he is making a speech before functionary and simple people. Husain Kashifi said functionary must follow the following specifications during his conversation: *the firstly*, say a word, looking at people`s condition; *the secondly*, tell without rudeness and ribaldry; *the thirdly*, smile a little when you are talking; *the fourthly*, don`t speak in a loud voice; *the fifthly*, tell people about useful and helpful things and *the sixthly*, tell nothing if your words don`t have any value, because wise men`s words like a seed. If a seed is empty, it won`t take its harvest though it sows in fertile and fecund land. The thinker also said simple men must know the following specifications: *the firstly*, don`t speak until you are asked; *the secondly*, don`t speak in a loud voice when you are telling someone; *the thirdly*, don`t look to the right and to the left when you are talking to somebody; *the fourthly*, don`t say any parabolic and allegoric words; *the fifthly*, don`t be vulgaran and savage, learn to listen to people; *the sixthly*, think until you tell about something not to regret; *the seventhly*, don`t interrupt your interlocutor (interlocutress) and *the eighthly*, don`t speak much, because it is sing of foolishness (Омонов Б, 2001, б. 65).

While choosing the style of his speech, each of an orator-leader is recommended the following advices: a) speaking in such in a loud voice brings to bad and unpleasant impressions appearing by an audience; b) speaking in such a low voice brings to opposite questions appearing by listeners and it reduces the level of their realizing; c) speaking so slowly brings to shaping the following mind in listeners` reason: “The orator is pulling the time”; d) speaking so quickly brings to disrespect to an audience.

By the same taken, an orator-leader who wants to spend process of his speech effective should keep in mind the following recommendations: 1) an ora-

tor-leader shouldn`t do nervous actions, for example like rubbing his fingers or fingering his clothes during his speech; 2) an orator-leader should perceive listeners in comfortable places, not seeing a delayed person; 3) an orator-leader should think that nobody is beside him on the stage. David Belasco even prohibited putting red flowers on the table on a stage not to set eyes on them.

Let`s imagine, while giving a lecture an orator-leader forgets his words during speech though he was ready for an oration. However, an orator-leader can`t leave a tribune. What must we do if it happens to us? It happened to one of an American senator who asked his listeners sitting on the last seats whether his voice was heard to leave from the situation. But, an expecting answer didn`t interest that senator. Because he knew that an audience was hearing his voice very well in that moment. He made it, because he needn`t time to remember his forgotten opinions. That is a pity, this method isn`t considered well to leave from a difficult situation. Dale Breckenridge Carnegie advised orator-leaders the following advice to this question: “Though a successive speech was prepared by you, if you forget the last words of your oration, you should choose the last words of your speech as the first words of your oration”. Really, it gives us chance to continue our speech (Карнеги Д, 2002).

Thus, a leader should achieve all skills of oratory in the process of his managerial activity. Achieving the skills of oratory by a leader is demand of the times. If a leader possesses the good skills of oratory, the arguments of speech, his own style and method of oratory in the process of his managerial activity, socially-psychological climate in a collective is improved and several successful agreements are signed with other companies. These conditions bring raising the productivity of labor, keeping up workers` spirits and so on.

Литература

Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как развить уверенность в себе и добиться влияние на людей путем публичных выступлений. Как перестать беспокоиться и начать жить. М.: 2002.

Омонов Б. Миллий ғоя ва нотиқлик санъати // Жамият ва бошқарув. 2001. – №2. – Б.64-65.

Омонов Б. Нотиқлик – қадимий санъат // Жамият ва бошқарув. 2003. – №2. – Б.11-14.

Рўзиева М.Ҳ, Ғуломова С.Т. Раҳбарнинг бошқарувчилик фаолиятида нотиқлик маҳорати // Малака ошириш жараёнини такомиллаштириш мавзусидаги республика илмий-назарий семинар материаллари. Тошкент: 2011. – Б.107-110.

Қаюмова А.Т, Ғуломова С.Т. Таълим фалсафаси тарихида воизлик маҳорати: кеча, бугун ва эртага // The First International conference on development of pedagogical science in Eurasia / Vead Mazilescu, Oksana

Aristova, Lidia Hajdune, Gabrial Maestre, Lyubka Pesheva таҳрири остида. Австрия: 2014 (28 августа). – S.89-94.

Ғуломова С.Т, Файзиева У, Шарипов М. Педагогик фаолиятда нутқ сўзлаш малакалари // Педагогик маҳорат. 2013. – №4. – Б.20-23.

Ҳасанов С, Ҳикматов Ф. Воизлик барқарорлик белгисидир // Қонун ҳимоясида 2001. – №10. – Б.25-26.

ЛИЧНОСТНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМОСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧАЩИХСЯ КОЛЛЕДЖА ТВОРЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Джига Н.Д., Мисюченко О.В.
Белорусский институт правоведения (БИП-Институт правоведения), Минск

Статья посвящена проблеме развития личностно-профессионального самосовершенствования учащихся колледжа творческих специальностей. Приводятся результаты исследования личностно-профессионального самосовершенствования учащихся Филиала БНТУ «Минский государственный технологический колледж» г. Минска..

Ключевые слова: личность, профессиональная деятельность, самосовершенствование, учащиеся технологического колледжа, личностно-профессиональное развитие.

PERSONAL AND PROFESSIONAL SELF-IMPROVEMENT OF THE STUDENTS OF CREATIVE SPECIALTIES

Juha N., Misiuchenko O.
«BIP-Institute of jurisprudence», Minsk

The article is devoted to the development of personal and professional self-improvement of the students of creative specialties. Results of the research of personal and professional self-development of students of the Branch of the BNTU "Minsk state College of technology" (Minsk) are stated.

Keywords: personality, professional activity, self-improvement, students of technological College, personal and professional development.

Современный мир нуждается в профессионалах, мобильных, способных к саморазвитию специалистах, готовых в процессе овладения профессией преобразовывать себя как субъекта профессиональной деятельности, осознание своих потенциальных возможностей, постоянное стремление к личностному и профессиональному росту.

Под личностно-профессиональным самосовершенствованием понимается целенаправленная, систематическая, творческая деятельность, сущ-

ность которой заключается в углублении и расширении профессиональных знаний, развитии педагогических умений, способностей, личностных и профессиональных свойств.

Также необходимо отметить, что совершенствование – это специально организованная деятельность, направленная на внутреннее облагораживание себя. Это стремление личности к всестороннему развитию, к гармонии с собой и окружающей реальностью, с тем чтобы впоследствии иметь возможность самореализоваться на более высоком качественном уровне. Задача преподавателей технологического колледжа – научить учащихся быть креативными, готовыми к принятию нового, уметь смело импровизировать в своей профессиональной деятельности.

Процесс самосовершенствования личности в учебные годы имеет ярко выраженную специфику. Во-первых, в этом возрасте изменяется личностная значимость утверждения себя в роли носителя определенной общественной функции. Во-вторых, именно возраст учащегося в колледже является сензитивным для выявления творческого потенциала будущего специалиста, а также для его целенаправленного развития. Это связано, прежде всего, с тем, что в период от юности до зрелости человек осознает свою индивидуальность, самоценность, значимость, придает этим качествам большое значение, что способствует постепенному установлению "Я – образ-результат " как одной из центральных установок личности, с которой она соотносит свое поведение. Вместе с изменением "Я – образ-результат" существенно меняется и значимость отдельных компонентов. В-третьих, в юности начинает уделяться большое внимание внутренним свойствам. Существенным становится не оценка своей внешности, а оценка своих психологических свойств, оценка возможностей и способностей.

Личностно-профессиональное самосовершенствование включает самоорганизацию, самоуправление, саморазвитие, рефлексивную саморегуляцию, созидание учащихся колледжа и тесно связано со всеми другими составляющими этого процесса (с духовным, интеллектуальным, волевым, эмоциональным саморазвитием личности).

Помимо высокого уровня квалификации, выпускник колледжа должен быть человеком самостоятельным, инициативным, уметь принимать решения, нести за них ответственность, мыслить нестандартно, быстро адаптироваться в динамично изменяющейся ситуации, быть конкурентоспособной личностью.

Самосовершенствованию как научной проблеме уделяется определенное внимание философами, психологами, педагогами. При этом философы (Ю.А. Злотников, Л.И. Игнатовский, Г.Е. Глезерман, И.А. Донцов, В.П. Киселев, В.Н. Колбановский) рассматривают вопрос о месте самосовершенствования в развитии общества и личности. В работах психологов (А.А. Бодалев, Л.С. Высоцкий, А.Г. Ковалев, Л.И. Рувинский, В.И. Селиванов, А.Е. Соловьева) выявлены природа, источники и меха-

низмы самосовершенствования. Большое внимание уделяли проблеме творческих способностей: Д.Б. Богоявленская, Д.М. Гришин, А.В. Иващенко, А.И. Кочетов, Л.И. Рувинский, Е.Г. Скворцова и др.

В монографии Д.Б. Богоявленской изложены основные концепции и понятия, связанные с темами способностей, мышления, творчества и психодиагностики; четко выделены основные тенденции в понимании творческих способностей, логика их становления и замены альтернативными. Представлена здесь и авторская концепция: впервые выделенная единица анализа творчества и валидный метод идентификации творческих способностей, раскрыта их структура, способствующая личностно-профессиональному самосовершенствованию (Богоявленская, 2009).

Наиболее полно проблему самосовершенствования учащихся профессиональной школы рассмотрел в своих работах П.Н. Осипов. Он раскрыл возможности педагогического стимулирования профессионального самосовершенствования. Н.Д. Джига связывает личностно-профессиональное самосовершенствование с созиданием продуктивного субъекта образования средствами индивидуальных программ осознанной саморегуляции созидания продуктивного субъекта образования, составляемых каждым студентом и защищающих на зачете и экзамене, а также в процессе творческой работы студенческой научно-практической лаборатории «Созидание продуктивного субъекта образования», направленных на раскрытие возможности самореализации потенциала личности в созидаемых продуктах (Джига, 2015).

Цель исследования – разработка теоретико-методологических оснований личностно-профессионального самосовершенствования учащихся колледжа путем организации системы развития творческих способностей и личностных свойств.

Объект исследования – развитие системы личностно-профессионального самосовершенствования учащихся колледжа.

Предмет исследования – личностно-профессиональное самосовершенствование учащихся колледжа творческих специальностей средствами развития творческих способностей и личностных свойств.

В настоящее время в акмеологии выделилось два основных направления: профессиональная акмеология (Н.В. Кузьмина, Н.В. Кухарев и др.) и акмеология личности (Б.Г. Ананьев, А.А. Бодалев, Д. Брунер, Ж. Пиаже и др.) (Кузьмина, 2012). Условием развития акмеологии в сфере профессионального труда является целенаправленное развитие такого интегрального качества, как интрогенная активность, когда человек за счет своей постоянной работы, своего внутреннего мира стремится к самостоятельно выношенным решениям, к их обязательному осуществлению.

В подростковом возрасте интрогенная активность уже сформирована и обнаружила себя в момент принятия ответственного решения в выборе сферы профессиональной деятельности, в выборе вуза. Дальше – это будет

выбор уровня образования: специалист, магистр; затем – выбор места работы, должности в сфере профессиональной деятельности и т.д.

Акмеологическая характеристика личности, например, в профессиональной педагогической деятельности связана с творческим ее уровнем и непрерывным самообразованием (Кузьмина, 2012).

Широкое привлечение учащихся колледжа к творческой деятельности способствует развитию у них самостоятельного творческого мышления и ориентирует их на выбранную профессию. Основной упор делается на развитие творческих способностей, применение их в практической деятельности. В колледже созданы условия для самосовершенствования учащихся, реализуется принцип содержательной индивидуализации и создания условий для реализации собственного «Я». Профессиональная направленность служит основанием объединения всех элементов «Я–реальное», «Я–идеальное», «Я–профессионал», «Я – образ-результат».

В последнее время проблема самосовершенствования становится одной из самых актуальных среди исследований разного плана. Самосовершенствование – целесообразная внутренняя активность и осознанная направленность на разворачивание и совершенствование значимых для личности свойств, специальных творческих способностей и т.п. Психологическая наука изучает преимущественно проблемы становления человека в профессии: личностно-профессиональной выбор, личностно-профессиональное самоопределение, личностно-профессиональное обучение, переподготовку и коррекцию личностно-профессионального пути, поиск «себя в профессии», личностно-профессиональное самосовершенствование и др. Однако субъектные свойства человека, сформированные в соответствии со спецификой определенной профессии, влияют на личностные свойства целостной индивидуальности человека, деформируя её. Негативные эффекты профессиональной деформации личности могут быть преодолены только путем актуализации потребности личности в постоянном саморазвитии, созидании, а значит, развитии полноценной субъектности. Самораскрытие возможностей человека зависит от него самого (Джига, 2015).

В настоящее время происходит переосознание ценностей обучения. Не получение знаний и даже не владение знаниями становятся ценностным ориентиром образования, а формирование творческих способностей к самоорганизации в учебной и профессиональной деятельности, жизнедеятельности, в способности к саморазвитию. Это предполагает принципиальное изменение взгляда на реальный учебный процесс (Богоявленская, 2009). Педагог становится лишь создающим условия для выращивания необходимых свойств и творческих способностей учащихся колледжа.

Базой исследования является Филиал Белорусского национально-технического университета (БНТУ) «Минский государственный технологический колледж». Для определения личностно-профессионального само-

совершенствования проводилась анкета «Мотив выбора профессии», методы наблюдения, методы беседы средствами анализа творческих способностей и работ учащихся колледжа.

Выборочное обследование учащихся колледжа показывает, что свыше 28% из 90 обследованных учащихся, будущих специалистов, неадекватно оценивают собственный профессиональный потенциал, не могут выстроить и реализовать собственную систему профессиональной деятельности, выработать эффективный индивидуальный стиль. Более чем у 39% учащихся отмечаются трудности в сфере самоорганизации, в разрешении конфликтов в деловой и межличностной сферах, а также внутренних проблем, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Лишь 53% учащихся полагают, что материальное положение человека, его успешность в профессии зависит, прежде всего, от него самого, от его личностно-профессионального самосовершенствования, умения общаться с коллегами, презентировать свои творческие способности и идеи; соответственно, 47% склонны оправдывать свои неудачи экономической ситуацией в стране, ошибками руководства, слабой технической оснащенностью рабочих мест и др. Такая позиция, как можно предположить, затрудняет овладение профессией и дальнейшее развитие специалистов творческих специальностей.

В качестве основных условий формирования личностно-профессионального самосовершенствования учащихся колледжа в исследовании выделено следующее: распространение социального партнерства технологического колледжа с предприятиями, что позволяет включать учащихся в профессионально направленные учебно-производственные проекты; общение с мастерами производственного обучения, которые сами обладают творческими способностями, и являются профессионалами-дизайнерами, демонстрирующими учащимся образцы высокоэффективной профессиональной деятельности; выбор форм обучения для учащихся с учетом специфики их социализации, характерной для возрастной группы, в силу чего должно отдаваться предпочтение обучению профессии в игре, использованию конкурсных и соревновательных формы проведения занятий, тренингов и творческих студенческих научно-практических лабораторий. Особое значение мы придаем акме-технологиям самопознания и развития творческих способностей (Джига, 2015).

Развитие предусматривает процесс саморазвития уникальных в природе способностей, характеризуется направленностью на личностно-профессиональное самосовершенствование и самореализацию творческих возможностей, созидание духовных продуктов субъектов образования в себе самих и в свойствах обучаемых. Духовные способности направлены на понимание, оценку и изображение других людей в своем творчестве, интегральное проявление интеллекта и духовности личности, которые по-

зволяют совершить это восхождение, акт постижения, созидания (Шадриков, 2012).

Духовный продукт субъектов образования определяется как новообразование, т. е. свойство субъектов образования на трех уровнях: физическом (мозг, органы чувств, организм), психическом (личность и ее устойчивая система отношений к обществу, труду, другим людям, нравственным ценностям, культуре, образованию) и акмеологическом (субъект созидательной, самосозидательной деятельности, формирующий образ-результата, акме-целевые стратегии обеспечения условий его результата, акме-целевые стратегии управления – соуправления – самоуправления образов-результатов в духовные продукты, удовлетворяющие заранее сформулированным требованиям), обеспечивающим его созидание. Духовные продукты – первичная ценность, создаваемая субъектом в себе самом, – продуктивная компетентность. Духовно материализованные продукты – контрольные, зачеты, тесты, конкурсы, экзамены, изобретения, индивидуальные программы. Материальные продукты – зримые, видимые, очевидные, подвергающиеся оценке (Кузьмина, 2012).

Акме-психологическое развитие под влиянием созидательной деятельности субъектов образования включает реальные и потенциальные возможности самореализации в созидаемых продуктах, оперативный интеллект, нестандартное мышление, коммуникативные, организаторские, творческие и духовные способности, требующие участия акмеологического обучения в системе управления – соуправления – самоуправления; направленности; профессиональной пригодности; конкурентоспособности; самосовершенствования созидательной деятельности всех субъектов образования; рассматривает человека как индивида, личность, субъекта деятельности и индивидуальности. Этому способствуют индивидуальные программы осознанной саморегуляции созидания продуктивного субъекта образования как социального становления будущего специалиста и творческого мотивирования (Джига, 2015).

Литература

Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей: монография. Самара: Издательский дом «Федоров», 2009.

Джига Н.Д. Акме-психология созидания продуктивного субъекта образования: монография. Гродно:ГрГУ им. Я. Купалы, 2015.

Кузьмина Н.В. Акмеологическая теория фундаментального образования: монография. СПб.: Изд-во НУ «Центр стратегических исследований», 2012.

Шадриков В.Д. Психология способностей. Духовные способности: хрестоматия. Москва: МПСУ; Воронеж: Модекс, 2012.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КРЕАТИВНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО КОНСТРУКТОРСКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ НАПРАВЛЕНИЯМ

Зарецкая Г.П.
Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В работе представлены результаты теоретического и эмпирического исследований проявлений креативности студентов технических специальностей и связанных с ней социально-психологических факторов. Результаты свидетельствуют о разной тесноте такой связи при разделении общего массива данных на части, соответствующие разным социальным и профессиональным группам студентов. Обосновывается необходимость оценки и учета совокупности социально-психологических характеристик студентов, обучающихся в одной учебной группе, при анализе проявлений креативности.

Ключевые слова: креативность, студент, социальная группа, профессиональная группа, конструкторы, технологи, способность самоуправления, профессиональная мотивация, профессиональная направленность личности, корреляция.

SOCIO-PSYCHOLOGICAL FACTORS OF STUDENTS' CREATIVITY IN ENGINEERING AND TECHNOLOGICAL SPHERES

Zaretskaya G.P.
Moscow State University of Design and Technology, Russia

The paper presents the results of theoretical and empirical studies of technical specialties students' creativity and related socio-psychological factors. The results show different close quarters of such connection when sharing a common data set into parts corresponding to different social and professional groups of students. There is justification of assessing and accounting necessity of the socio-psychological characteristics of students totality in one study group.

Keywords: creativity, student, social group, professional group, engineers, technologists, professional motivation, professional orientation of the personality, correlation.

Творческий потенциал личности востребован во всех областях современной жизни. Способность к творчеству все больше связывают с понятием креативности (creation от английского - создание, сотворение, созидание, синонимы - creative - творческий, creativity - творчество). Но понятие «креатура» существовало в русском языке и раньше и означало в

разное время: ставленник, случайный человек, низшее существо, любимец, тот, кто занимает заметное положение благодаря протекции какого-нибудь влиятельного лица, влиятельных общественных кругов (Даль, 2011; Ушаков, 2001).

Несмотря на несколько негативный оттенок определения, оно подчеркивало исключительность человека. Именно исключительность лежит и в основе современного использования этого понятия.

Между тем, существуют области деятельности, виды промышленного производства, где способность специалиста к креативному мышлению является условием успешного функционирования предприятия. Одной из таких областей является индустрия моды. Конструкторы и технологи, разрабатывающие швейные изделия, должны обладать навыком поиска оригинальных решений, так как только такой подход дает производителям конкурентное преимущество (Зарецкая, Фирсова, Алибекова, 2012)

Указанная трактовка требований к специалисту почти не оставляет места исключительности, но определяет требования к его подготовке, в том числе к пониманию психологии моды, особенносям восприятия моды как феномена, осознания социального характера этого явления (Антоненко, Карицкий, 2014; Артемцева, Грекова, 2013; 2015).

В настоящее время существует два основных направления в изучении креативности. Первое из них составляют исследования, базирующиеся на концепции креативности как универсальной познавательной творческой способности. Представители направления исследуют взаимосвязи между достижениями человека и его креативностью, когнитивными способностями, интеллектом.

Такими представителями являются: Дж. Гилфорд, E.P. Torrance, С.А. Медник (Гилфорд, 1965; 1969; Torrance, 1964; 1974; Медник, 1969). В их работах представлено, в основном, влияние интеллектуальных познавательных характеристик на способность продуцировать новые идеи. Большое внимание в этих исследованиях уделено соотношению понятий «креативность» и «интеллект».

Другое направление изучает креативность с позиции особенностей личности креативов. Многие экспериментальные исследования посвящены определению личностных, мотивационных и социокультурных коррелятов креативности. Наиболее яркими представителями этого (второго) направления являются: Ф. Баррон, А. Маслоу, Д.Б. Богоявленская (Богоявленская, 1983).

Чтобы обеспечить всестороннее изучение креативности, необходимо не только учитывать оба подхода, которые дополняют друг друга, но и рассмотреть гипотезу, что креативность, как познавательная способность, находится в той или иной степени связи с личностными особенностями креативов и выбранными социально-психологическими факторами.

Целью нашего исследования является выяснение взаимосвязи и взаимозависимости креативности и социально-психологических факторов её проявления. Социально-психологические характеристики личности могут рассматриваться как критерии или факторы только при коррелирующих значениях. Соответственно, критерием выдвинутой гипотезы должна служить высокая степень корреляции показателей креативности с другими характеристиками.

Действительно, известно, что такая корреляция возможна, и это, казалось бы, позволяет без колебаний интерпретировать тестовые баллы. Однако многолетние исследования этой проблемы заставили усомниться в однозначности таких толкований.

В исследовании приняли участие 40 студентов технических специальностей (технологов и конструкторов швейных изделий), обучающихся в Магистратуре и Технологическом институте легкой промышленности МГУДТ. Все студенты обучаются на 2 курсе Подавляющее большинство из них женского пола. В группе магистров обучалось 10 человек. Студенты бакалавры по будущей специальности разделялись на конструкторов – 20 человек, и технологов – 10 человек.

Креативность студентов исследовалась по методике диагностики креативности, разработанной Е.Е. Тунник по тесту Торренса (Тунник, 1988). На первом этапе проведено исследование креативности отдельных учебных групп студентов. Результаты сгруппированы по субтестам, соответствующим отдельным заданиям, затем по направлениям подготовки, по уровням образования и, наконец, объединены в совокупную группу.

Рассматривая общие для совокупной группы показатели необходимо отметить, что показатели по субтестам беглости, оригинальности, сопротивления замыканию, разработанности имеют преобладающие средний и высокий уровень, а показатель абстрактности названия в основном ниже среднего. Результаты соответствуют склонности конструкторов и технологов к невербальному самовыражению.

Исследование способности самоуправления проводилось по методике «Способность самоуправления», которая разработана в лаборатории психологических проблем высшей школы Казанского университета под руководством Н.М. Пейсахова. Во всех группах высокий показатель самоуправления показывает примерно треть студентов. Это говорит о том, что существенная часть каждой группы в переходе личности от состояния ребенка к состоянию взрослого уже достигла значительных результатов.

При выделении ведущих мотивов профессиональной деятельности использован соответствующий опросник и рассмотрена общая структура составляющих мотивации. Среди них: мотивы собственно труда (9%); мотивы социальной значимости труда (40%); мотивы самоутверждения в труде (45%); мотивы профессионального мастерства (6%). То есть, боль-

шая часть студентов (51%) стремится реализовать себя в той профессии, которую выбрали.

Исследование типа личности для выявления подходящей сферы деятельности проводилось с использованием теста Дж. Холланда на определение профессиональной направленности личности в соответствии с практикумом О.П. Елисеева (Елисеев, 2003).

Установлено, что в исследуемой совокупности студентов представлены все шесть профессионально ориентированных типов личности: реалистический (8%), интеллектуальный (13%), социальный (20%), конвенциональный (ориентированный на общепринятые нормы и традиции) (8%), предпринимательский (8%) и художественный (артистичный) (43%), который наиболее соответствует профессиональной среде.

Исследование корреляции между показателями креативности и социально-психологическими характеристиками личности студентов проводилось по предложенной нами методике, которая подразумевает автоматизированный расчет показателя корреляции результатов всех тестов, субтестов и расчетных величин.

На представленных ниже рисунках в верхней части на пересечении строк и столбцов матрицы цветом выделены взаимосвязи с коэффициентом корреляции не ниже 0,5. В нижней части показано достижение коэффициентами корреляции требуемого уровня значимости.

На рисунках 1 - 3 представлены результаты по обобщенным группам. Корреляция практически отсутствует, достоверность очень высока.

На рисунках 4 -7 представлены результаты по учебным группам магистрантов, бакалавров технологов и конструкторов. Корреляция высокая, достоверность обеспечена.

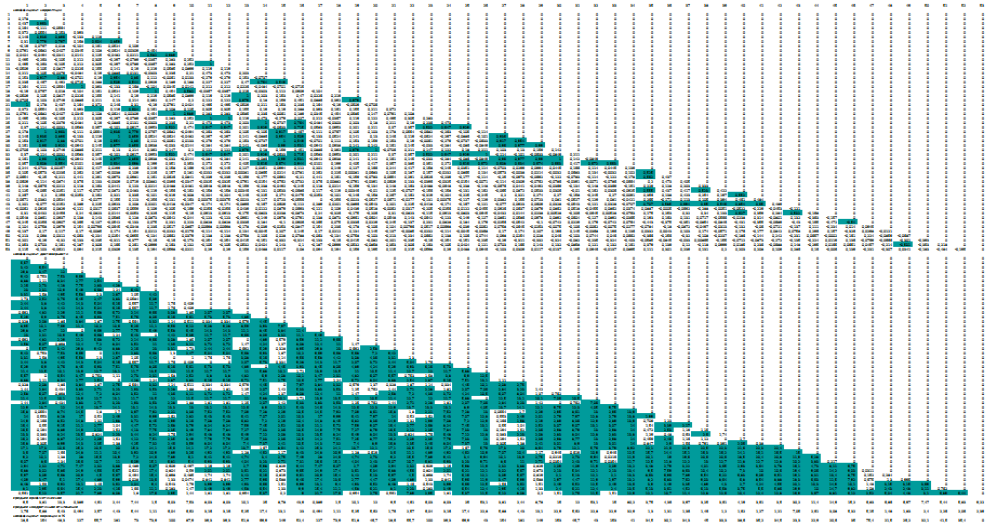

Рисунок 1. Определение корреляции между показателями креативности и выделенными социально-психологическими факторами (все группы)

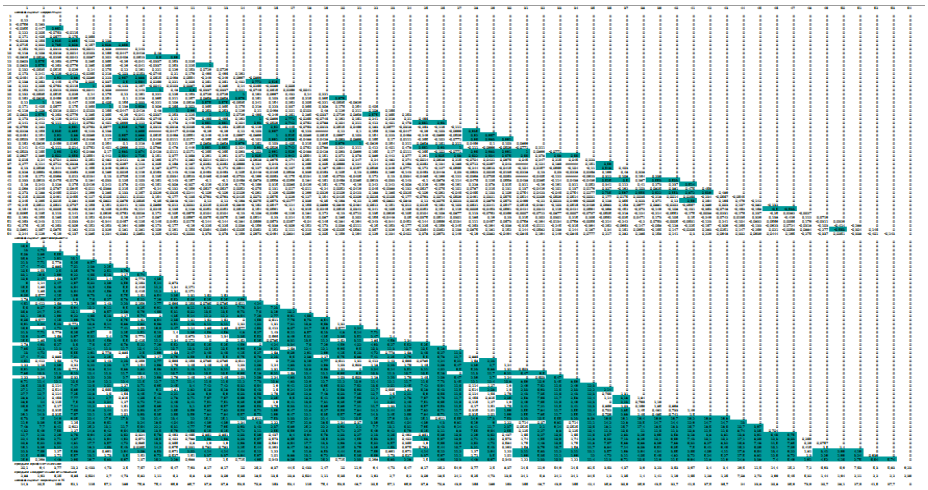

Рисунок 2. Определение корреляции между показателями креативности и социально-психологическими факторами (бакалавры все)

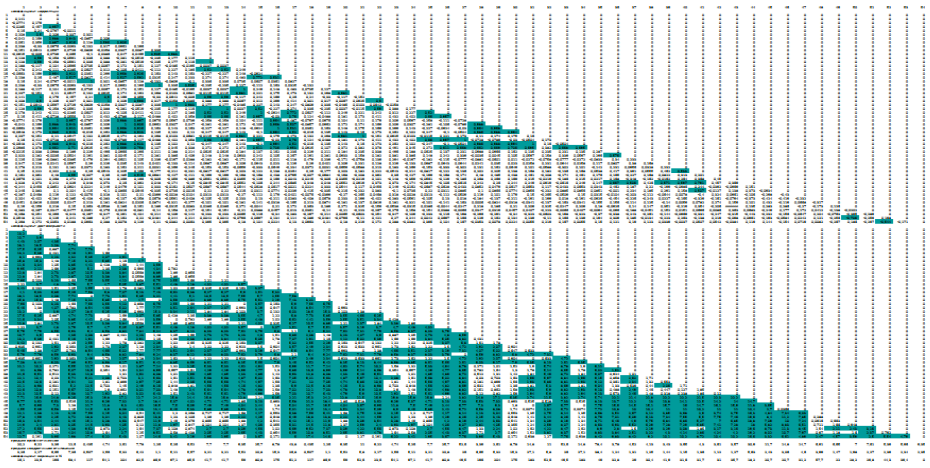

Рисунок 3. Определение корреляции между показателями креативности и социально-психологическими факторами (бакалавры конструкторы все)

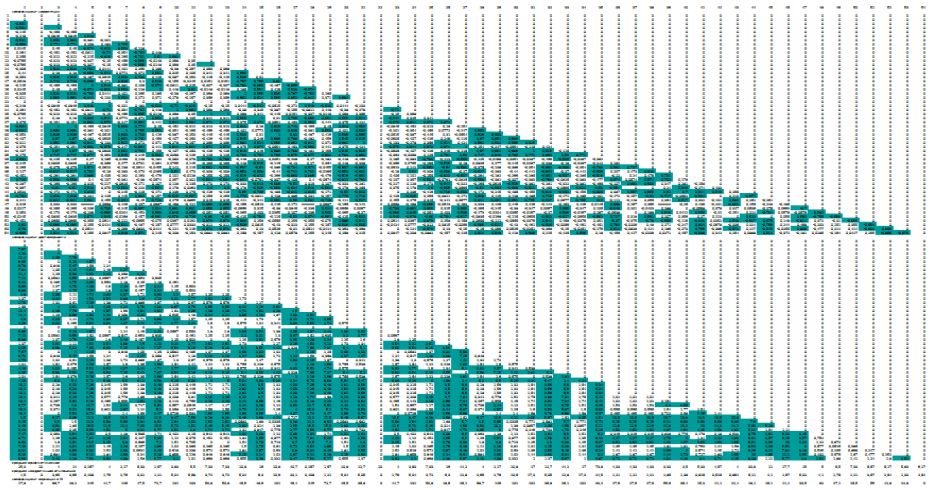

Рисунок 4. Определение корреляции между показателями креативности и социально-психологическими факторами (учебная группа магистрантов)

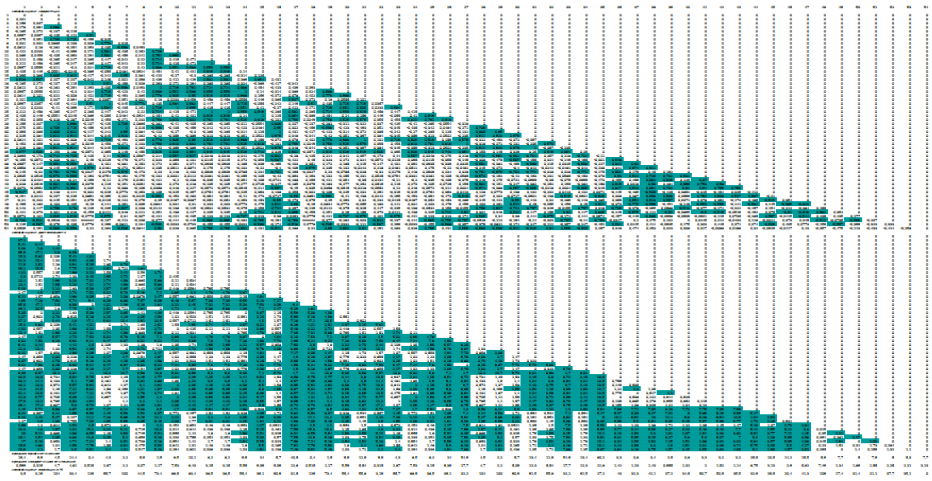

Рисунок 5. Определение корреляции между показателями креативности и социально-психологическими факторами (учебная группа технологов)

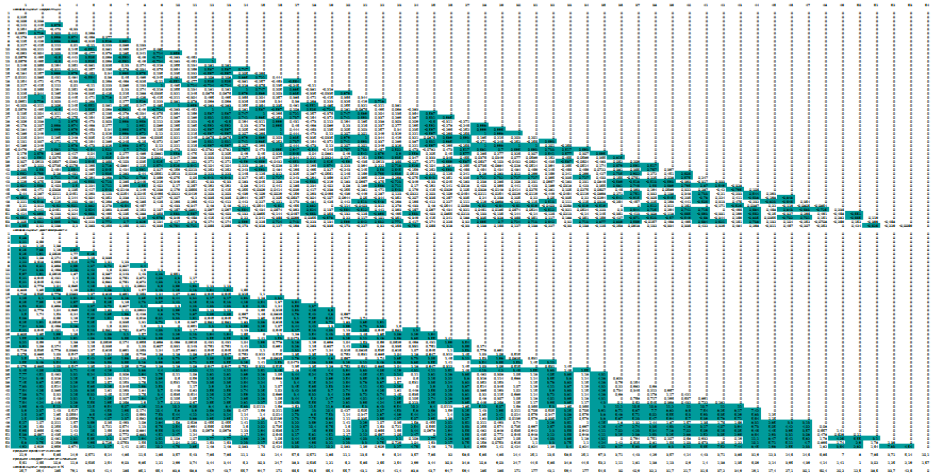

Рисунок 6. Определение корреляции между показателями креативности и социально-психологическими факторами (1 учебная группа бакалавров конструкторов)

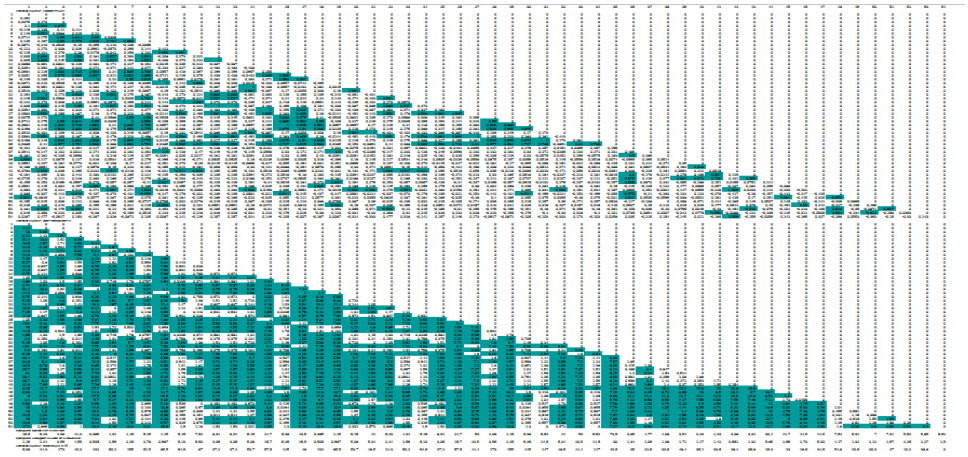

Рисунок 7. Определение корреляции между показателями креативности и социально-психологическими факторами (2 учебная группа бакалавров конструкторов)

Таким образом, показано, что принадлежность к учебной группе является одним из факторов проявления креативности студентов. Поэтому при оценке творческих характеристик личности отдельного студента необходимо учитывать показатели креативности группы, чтобы понимать как человек может развивать и проявлять своё творческое начало, работая с другими людьми.

Литература

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная психология моды // Приволжский научный вестник. 2014. – № 11-2 (39).

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2015. – №47.

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Общее и особенное в восприятии моды: постановка проблемы / Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2013. – №4.

Богоявленская Д.Б. Интеллектуальная проблема творчества. Ростов-на-Дону, 1983.

Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. М.: «Академия», 2002.

Гилфорд Дж. Структурная модель интеллекта // Психология мышления. М.: Прогресс, 1965.

Гилфорд, Дж. Три стороны интеллекта / Дж. Гилфорд // Психология мышления. М.: Прогресс, 1969.

Даль В.И Толковый словарь живого великорусского языка. 6-е издание. Стереотипное -Дрофа, 2011.

Елисеев О.П. Тест Дж.Голланда /Практикум по психологии личности СПб., 2003. – С.386-389.

Зарецкая Г.П., Фирсова Ю.Ю., Алибекова М.И. Бионика в художественном моделировании. Гармония формообразования // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2012. – №30.

Туник Е.Е. Диагностика креативности. Тест Торренса. Методическое руководство. СПб.: Иматон, 1998.

Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка в 3 т./ Ред. Д. Н. Ушаков. М.: Вече, 2001

Mednich S.A. The associative basis of the creative process // Psychol. Rewiew. 1969. – № 2.

Torrance E. P. Guiding creative talent – Englewood Cliffs. NY: Prentice-Hall, 1964.

Torrance E. P. The Torrance Test of creative thinking: Technical-norm manual. Ill, 1974.

СИМВОЛИЧЕСКИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБРАЗА-Я И ИХ СВЯЗЬ С ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ ТИПОМ

Ильясов И.И., Масленникова А.В., Нагибина Н.Л.
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова
Московский государственный педагогический университет
АНО «Центр развития человека», Москва, Россия

В данной работе предпринята попытка создания новой психодиагностической методики, которая позволила бы в легкой стандартизованной форме определить психологический тип человека. Представлены результаты эмпирического исследования, направленного на создание и пополнение списка детекторов психологического типа в системе «психосмология». В качестве таких детекторов выступают символы образа Я. Создана база образов Я для каждого психологического типа. Исследование позволило расширить и уточнить представления о психологических типах, положило основу для дальнейших работ в этом направлении.

Ключевые слова: Детекторы типа, образ Я, символы, психосмология.

SYMBOLICAL REPRESENTATIONS OF SELF-IMAGES AND THEIR RELATION WITH PSYCHOLOGICAL TYPE

Ilyasov I.I., Maslennikova A.V., Nagibina N.L.
Lomonosov Moscow State University
Moscow State Pedagogical University
"Center of Human Development", Moscow, Russia

In this work an attempt is made to develop a new psychodiagnostic technique which would allow in a standardized form to identify the psychological type of a person. Results of the empirical research directed to development and replenishment of the list of detectors of psychological type in the psycosmology system are presented. Symbols of Self-images are taken as such detectors. The base of detectors of Self-images for each psychological is developed. Research has allowed to expand and specify ideas of psychological types as well as to lay grounds for further works in this direction.

Keywords: Type detectors, self-image, symbols, psycosmology.

Становление и развитие экзистенциальной и гуманистической психологии привело к пониманию того, что необходимо говорить не об урывочном познании человеком отдельных качеств и свойств, а о целостном познании, учитывающем всю полноту духовной жизни. Специфика изучения проблемы «Я», самопознания, познания конкретного человека с учётом всех его особенностей заключается в том, что оно охватывает широкий спектр разноплановых вопросов. Поэтому единой теории «Я» пока нет.

Однако проводятся многочисленные исследования, в том числе и в области психологии.

Важнейшую роль играет при создании образа-Я психологический тип человека. Типологий много по самым разным основаниям. Важно выбрать ту, которая обладает наибольшей устойчивостью и обоснована объективной реальностью (не зависит от автора концепции, а продиктована исключительно эмпирическими фактами). Такой системной типологией представляется Психосмология. Типы в психосмологии обладают исключительной стабильностью, определяются соотношением рационального и иррационального компонентов в познании и направленностью этого познания на мир или на Я. Именно эта классификация схватывает наиболее существенные моменты при формировании образа-Я.

Несмотря на большой интерес к процедурам диагностики в современном консультировании, методический аппарат не успевает за требованиями практики. Необходимы более универсальные практические методики, позволяющие диагностировать и актуализировать познавательную активность личности, дающие возможность оценить человека во всём многообразии его проявлений и помочь ему активизировать процесс самопознания.

Данная работа посвящена диагностическим возможностям символов как средству, позволяющему обратится к подсознательной сфере личности и помогающему выявлять особенности личности через выбор предпочитаемых образов. Это и определило тему исследования.

Символы восходят к архетипам как к содержанию коллективного бессознательного. Использование символов при психологической диагностике позволяет опытному диагносту за короткий промежуток времени выйти на глубинные слои бессознательного, глубже понять причины личностных комплексов человека, оценить «жизненное пространство» личности, определить ведущие мотивы, стратегии восприятия и мышления, проанализировать взаимоотношения человека с другими людьми, наметить способы разрешения конфликтов.

Язык символов имеет многослойную структуру и богат смыслами и интерпретациями. Сами символы можно оценивать с точки зрения когнитивной простоты или когнитивной сложности. Какие-то символы обладают огромным и разнообразным полем смыслов (колодец, крест, круг, змея и т.п.), а какие-то достаточно определенны и просты (корона, роза, карты и т.п.).

В рамках научной школы Н.Л. Нагибиной символы и их использование как стимулов в проективных техниках изучается достаточно широко и многогранно. В работах Т.Н. Грековой рассматриваются трактовки, связанные с понятием «развитие», исследуются символы развития и их представленность в научном и обыденном сознании. Так в проективной технике Субъективная стратегия развития (ССР), разработанной Н.Л. Нагибиной

и Т.Н. Грековой (2001), стимульный материал представляет собой 16 символов развития (спирали, стрела, лестница, дерево, книги и т.п.). Испытуемый должен структурировать эти стимулы, выложив свои представления о развитии, проранжировав символы от предпочитаемых к отвергаемым. В исследованиях показано, что трактовки символов несут в себе отпечаток общечеловеческой традиции, типологический или индивидуальный характер.

Особый интерес с точки зрения интерпретации символов представляет методика Тест апперцепции символов (ТАС), разработанная Н.Л. Нагибиной и А.П. Афанасьевой в 2002 году. Методика первоначально была использована как чисто исследовательский инструментарий для диагностики ценностей общества, однако практически сразу стало ясно, что она обладает большим потенциалом как детектор личностных комплексов, а также индивидуальных стратегий восприятия и мышления. Тест с успехом используется в консультативной практике уже более десяти лет, обрастая все новыми модификациями.

Методика "ТАС" помогает оценить "жизненное пространство" личности, определить ведущие мотивы, стратегии восприятия и мышления, проанализировать взаимоотношения человека с другими людьми, наметить способы разрешения конфликтов, заглянуть в бессознательное, глубже понять личностные комплексы. Методика может выполняться людьми как со здоровой, так и больной психикой. Возрастные ограничения для методики практически отсутствуют. Она может быть использована в работе с детьми, начиная с шестилетнего возраста. Методика «ТАС» предполагает комфортность условий проведения. В ней присутствует игровой элемент, проведение тестирования не регламентировано, процедура не задана жестко, что позволяет испытуемому максимально раскрываться. Методика позволяет диагностировать психологический тип через выбор стратегий восприятия и классификации, через систему названий групп символов, в которой отражены ценности, а также отношение к себе и миру. Однако, в классическом варианте методика требует очень высокой квалификации диагноста, а детекторы типа слишком размыты.

Объект исследования: люди, относящиеся к тому или иному типу в рамках психосмологии.

Предмет исследования: символические представления об образе-Я, и связь их с психологическим типом личности

Цель исследования – разработать детекторы психологического типа в виде списка предпочитаемых символов ТАС.

Проективная техника была реализована как методика изучения импрессии: предпочтения одних стимулов (как наиболее желательных) другим, как методика структурирования: формирования стимулов, придание им смысла, а также как методика интерпретации: истолкования какого-либо события, ситуации. Испытуемые создавали образ Я из символов ме-

тодики ТАС. В соответствии с целью в работе решались следующие задачи:

1. создать методику, адекватную для выделения символов-детекторов типа;

2. исследовать и описать выборы символов для каждого типа в системе Психосмология;

3. сопоставить для каждого типа словарные трактовки выбранных символов с ключевыми словами, закрепленными за типом.

Тест апперцепции символов в классическом варианте очень сложен для диагностики типа. Необходимо было создать процедуру, которая была бы краткой и очень формализованной, а результаты, полученные в ходе тестирования, легко поддавались стандартизации и психометрическим процедурам. Такой вариант был найден. Испытуемому предлагалось из стандартного набора карточек (24 карточки-символа) выбрать 2 карточки, которые бы отражали образ Я испытуемого. Необходимо было объяснить выбор, дать письменно трактовку каждой карточки.

Пример:

- Лира- символ гармонии и красоты, я люблю музыку
- Книга – я люблю читать книги
- Пещера – я человек одинокий, люблю оставаться наедине с самим собой
- Орел – одинокая гордая птица, любит свободу и полет.

Проведение эмпирического исследования с целью выявления предпочитаемых символов – цветовых и образных - для каждого из 12 типов системы Психосмология включало в себя следующую процедуру:

1. Определение типа с помощью методики «Открой свое Я» (Нагибина, 2008). Электронный вариант http://www.iidp.ru/learningprogram/files/MANTypes.swf;

2. Создание образа Я из 2-х карточек методики ТАС с последующей интерпретацией;

3. Подсчет выборов с помощью контент-анализа для каждого типа;

4. Создание сводной таблицы детекторов диагностики типа с помощью символов ТАС.

Испытуемые: 85 человек (20 мужчин и 65 женщин) в возрасте от 20 до 35 лет, студенты разных факультетов МГУ дизайна и технологий.

Результаты исследования. Результаты 85 испытуемых на основе методики «Открой свое Я» были классифицированы по типам на 12 групп. В каждую группу вошло от двух до 21 человек. Для каждой группы были выписаны все выбираемые символы и посчитано их количественное соотношение. Итогом стало создание таблицы ключевых символов и их интерпретаций, в которую в качестве детекторов типа вошли по два наиболее часто встречаемых символа.

Таблица. Символы образа Я по типам психосмологии

Тип	Символы образа Я	Символическое значение
A	**Яблоко, деньги, павлин**	Яблоко – эмблема знания и в то же время потаенности, таинственности, символ первородного греха и плотских наслаждений Деньги - символ материального благосостояния, богатства и торговли. Павлин - солнечная птица Индии, символ красоты и тщеславия.
AB	**Карты, корона, павлин, солнце**	Павлин - солнечная птица Индии, символ красоты и тщеславия. Карты - безобидное и приятное времяпрепровождение Корона символ господства, силы, достоинства, славу, богатства, гордости, взлета амбиций, тиранства. Солнце – символ источника жизни и высшей цельности человека.
B	**Корона, орел, меч, пещера**	Корона символ господства, силы, достоинства, славу, богатства, гордости, взлета амбиций, тиранства. Меч – сила, мужественность, эмблема власти, короля, императора, вождя. Орел – символ солнечности, победы света над тьмой, схватки между духовным и материальным, высоким и низменным. Пещера – образ убежища, укрытия, а также символ материнской утробы, рождения и возрождения, начала и средоточия жизни, инициация.
C	**Орел**	Орел – символ солнечности, победы света над тьмой, схватки между духовным и материальным, высоким и низменным.
CD	**Меч, солнце, лира**	Лира символизирует гармонию, музыку сфер, вибрацию космоса, музыкальное и поэтическое вдохновение, прорицание. Меч – сила, мужественность, эмблема власти, короля, императора, вождя. Солнце – символ источника жизни и высшей цельности человека.
D	**Меч, замок**	Замок - Символика замка обычно ассоциируется с символами сокровища (духовного богатства), девы (анимы) и благородного рыцаря (искателя истины). Меч – сила, мужественность, эмблема власти, короля, императора, вождя.
E	**Шахмата, ключ**	Ключ символически означает власть, силу выбора, вход, свободу действия, знание, инициацию. Шахмата - символ мудрого применения свободной воли и разумного отношения к судьбе в противоречивости бытия и космоса.
EF	**Лира, роза, камин,**	Колодец – символ глубинного бессознательного, единения мужского и женского Лира символизирует гармонию, музыку сфер, вибрацию

	колодец	космоса, музыкальное и поэтическое вдохновение, прорицание. Очаг – главный оберег дома. Символ родного дома, символ матери. Очаг священен, он объединяет живущих в одном доме как «людей одного огня». Роза символизирует любовь, весну, красоту, молодость.
F	**Лира, книги**	Книги - эмблема мудрости, просвещения, знания, образования Лира символизирует гармонию, музыку сфер, вибрацию космоса, музыкальное и поэтическое вдохновение, прорицание.
G	**Роза, камин, солнце**	Очаг – главный оберег дома. Символ родного дома, символ матери. Очаг священен, он объединяет живущих в одном доме как «людей одного огня». Роза символизирует любовь, весну, красоту, молодость Солнце – символ источника жизни и высшей цельности человека.
GH	**Роза, книги, деньги**	Книги - эмблема мудрости, просвещения, знания, образования Деньги - символ материального благосостояния, богатства и торговли. Роза символизирует любовь, весну, красоту, молодость/
H	**Солнце, орел**	Орел – символ солнечности, победы света над тьмой, схватки между духовным и материальным, высоким и низменным. Солнце – символ источника жизни и высшей цельности человека/

В данной работе предпринята попытка создания новой психодиагностической методики, которая позволила бы в легкой стандартизованной форме определить психологический тип человека. Создана база образов Я для каждого психологического типа, найдены образы-детекторы.

Исследование позволило расширить и уточнить представления о психологических типах, положило основу для дальнейших работ в этом направлении.

Главная перспектива методики заложена в понимании того, что символы делятся на вечные, имеющие универсальную трактовку и символы, более личностные, интимные, приближенные к ценностно-смысловой сфере конкретного человека.

Обсуждая проблему достоинств и недостатков проективных методов, Пол Клайн отмечает, что ответы на проективные тесты не похожи на ответы испытуемого в любой другой ситуации. С помощью этих тестов мы видим такие аспекты испытуемых, о которых в других случаях мы бы не знали ничего.

Таким образом, тестирование с помощью методики «ТАС» (тест апперцепции символов) позволило заложить новый камень в фундамент диагностики типа.

Литература

Анастази А. Психологическое тестирование. М., 1982. – Т.1,2.

Апресян Ю.Д. Лексическая семантика. М., 1974.

Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М., 1974.

Артемьева Е.Ю. Психология субъективной семантики. М., 1980.

Артемцева Н.Г., Ильясов И.И., Миронычева А.В., Нагибина Н.Л. Фивейский В.Ю. Познание и личность: типологический подход. М., Книга и бизнес, 2004.

Афанасьева А.П. Символ как средство диагностики ценностно-смысловой сферы личности: Дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01: Москва, 2002.

Грекова Т.Н., Нагибина Н.Л. Символ как отражение субъективной семантики понятия «развитие»: к проблеме разработки методики / Системные исследовагния в общей и прикладной психологии. Набережные Челны, 2000. – С.103-117.

Копалинский В. Словарь символов. Калининград: ФГУИПП «Янтар. сказ», 2002.

Нагибина Н.Л. Психология типов. Системный подход. Психодиагностические методики. Ч.1. М., Институт молодежи, 2000.

Нагибина Н.Л. Тест апперцепции символов. Методическое пособие М., 2011.

Тресиддер Дж. Словарь символов. М.: ИТД «Гранд», 1999.

Энциклопедия символов, знаков, эмблем. М.: Миф, 2001.

СТИЛИСТИКА НАРОДНОЙ МУЗЫКИ КАК ОТРАЖЕНИЕ МИРОВОЗЗРЕНИЯ НАРОДА

Ильясов И.И., Масленникова А.В., Нагибина Н.Л.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Россия

Московский государственный педагогический университет, Россия

АНО «Центр развития человека», Москва, Россия

Творческий стиль и традиции исполнения музыки являются зеркалом картины мира народа, который ее сотворил. В нашей работе были взяты четыре музыкальных стиля – испанское фламенко, американский стиль кантри, русская лирическая протяжная песня и казахский кюй.

Стили сравниваются по выражаемому взгляду на мир, по звучанию, по культуре исполнения и сопоставлены с типами в психосмологии.

Ключевые слова: музыкальный стиль, философия народной музыки как философия народа, творческий почерк народа.

STYLISTICS OF THE FOLK MUSIC AS REFLECTION OF OUTLOOK OF THE PEOPLE

Ilyasov I.I., Maslennikova A.V., Nagibina N.L.
Lomonosov Moscow State University, Russia
Moscow State Pedagogical University, Russia
"Center of Human Development", Moscow, Russia

Creative style and traditions of performance of music are a mirror of a picture of the world of the people which has created it. In our work four musical styles – Spanish flamenco, American country music, Russian lyrical lingering song and Kazakh kiui are considered. Styles are compared by the world outlook being expressed, sounding, the culture of performance and matched against the types in psycosmology.

Keywords: musical style, philosophy of a folk music as philosophy of the people, hallmark of the people

Веками складывался стиль народной музыки, передаваясь от поколения к поколению, стирая грани индивидуального, оставляя только общее и типичное. Народная музыка неразрывно связана с жизнью народа, традициями, мыслями, переживаниями, его историей и географией. Типологизации народного творчества посвящены многочисленные работы искусствоведов и культурологов. Предпринимаются попытки классифицировать народную музыку через такие противоположности как: статичность - динамичность, коллективность – индивидуальность, стабильность – мобильность, полиэлементность – моноэлементность, функциональность – афункциональность, диалектичность – наддиалектичность и др. (Земцовский, 1977).

Пространство и Время – две составляющие мира (внешнего и внутреннего), которые создают базис нашего самоощущения. Именно они определяют систему координат, в которой человек строит свою жизнь. Продуманность или спонтанность решений создают стилевой узор человеческого социума. Позиция людей по отношению к миру и себе реализуется в устойчивых мировоззренческих традициях народа.

В нашем исследовании предпринята попытка классифицировать жанры народной музыки через мировоззренческую позицию, философский и психологический строй народа как творца. Такой взгляд на культуру часто обозначался, но никогда не реализовывался в стройной психологической концепции. Данная работа восполняет этот пробел.

Бесконечное разнообразие народной музыки позволяет выбрать наиболее яркие музыкальные стили и исследовать их как типологические. Данное исследование выполнено в традициях «эксперимента, на который ссылаются».

Кантри. Стиль кантри (сельский стиль) стал символом североамериканской музыки XIX-XX века. Хален Говард, исполнитель кантри, определил эту музыку, как состоящую «из трех аккордов и правдивости», в которой ковбойские баллады Дикого Запада органично слились с музыкой переселенцев Нового Света 17-18 веков.

Как минимум три основных момента характерны для эстетики народной музыки Америки, пишет В. Конен в книге «Рождение джаза»:

1. громадное влияние пуританства;
2. ограниченность и устойчивая консервативность художественной психологии американцев, сочетающаяся с передовым строем политической, гуманитарной, технической и научной мысли;
3. глубинная зависимость от законов коммерции (Конен, 1984, с.33-36).

Кантри-музыка имеет обычно простые ритмы и метры 2/4 и 4/4. Сольный запев часто сменяется хоровым припевом, опирается на англо-кельтские музыкальные традиции.

Ковбой или фермер – основной герой песен в стиле кантри. Он смелый, умеет постоять за себя, трудяга, бесшабашный, но справедливый, в шляпе на коне обольщает местных красоток. Его нрав – веселый и беззаботный, он – всегда навеселе и ищет приключений. Неотъемлемой частью философии ковбоя является мужественность и стойкость, он скуп на слова, но герой, защищающий свое достоинство, он благороден и щедр, может прокутить весь свой доход за одну ночь. Внешний вид ковбоя – традиционная шляпа, сапоги, клетчатая рубашка, жилетка, косынка на шее, кожаные или джинсовые брюки клеш, револьвер и лассо.

Стиль подчеркнут незатейливым аккомпанементом и характерным составом исполнителей – банджо, скрипка и гитара. Музыка кантри стала органичным сопровождением всех «вестернов». Гармонии губной гармошки дополнили ее звуковую палитру. Кантри – это, скорее, мужские песни.

Простота, гармоническая, ритмическая и функциональная примитивность как нельзя лучше отражают незатейливость философии настоящего ковбоя – жить сегодняшним днем, уметь выживать в суровых природных условиях, уметь отстоять свою ферму от врагов.

Традиционно философию народа США определяют такими характеристиками как прагматизм, защита своих интересов, экспансионизм. трудолюбие и склонность демонстрировать себя как героя и спасителя.

Испанское фламенко. Песни андалузский цыган стали основой стиля, называемого «фламенко». Пространство и время фламенко – вызов традициям упорядоченности, слом покоя и равновесия. Характеристиками философии стиля являются «рваность» и непредсказуемость движения, игра пространством и временем, преодоление объективных законов мироздания через выражение внутреннего мира и интерес к взаимоотношениям между мужчиной и женщиной, человеком и обществом.

Цветовая палитра – доминирование красного и черного. Игра женских широких юбок и движения вееров – аналог динамики непредсказуемого пламени. Страстные интонации – символ вызова и человеческого стона от переполняемых эмоций и чувств.

«По своему содержанию поэзия фламенко – почти исключительно лирика, проникнутая индивидуализмом и философским взглядом на жизнь» (Пичугин, 1981, с.840).

Эстетика игры страстей усилена ритмическими формулами. Ритм при всем разнообразии можно уложить в три варианта исполнения: песни, исполняемые без всякого аккомпанемента в свободном ритме и метре; песни, в которых метрическая свобода вокалиста преодолевает метрическую упорядоченность гитарного аккомпанемента; песни с метрически упорядоченной вокальной и инструментальной линией. Как правило, все три традиции использования метра и ритма тесно переплетаются между собой

Тембр – важнейшая составляющая фламенко, призванная подчеркнуть силу страсти исполнителя, усилить динамическую составляющую всего действа. Страсть становится символом исполнителя фламенко.

Психологический портрет андалузского цыгана: свободолюбив, непредсказуем, горяч, демонстративен, может бросить вызов обществу.

Казахский кюй. Системные представления о времени и пространстве закодированы в искусстве орнамента (визуального и звукового). Казахская визуальная и звуковая орнаментика часто имеет названия животных тенгрианского календаря или их признаков. Так, например, в названиях интервалов след гуся означает кварту, а след волчонка – квинту.

В пульсе орнаментов закодированы космичные законы. И в звуковом и в визуальном орнаменте есть качества пространства и времени: безначально-бесконечное, недуально-непрерывное (концы одних циклов одновременно являются началами других циклов), вариантно-эволюционное (повторы в определенный момент выходят на новый качественный уровень).

Главным эмоциональным стержнем звукового и визуального орнамента является ритм. Функция ритма – упорядочить, задать границы звукового и визуального потока, объединить ритмы тела и ритмы духа в едином узоре. Идея ритма и симметрии считается большинством исследователей ключевой в понимании построения орнамента, одним из важных факторов красоты форм. Повторяющиеся на продолжительных участках кюя штриховые ритмоформулы, образующие основной комплекс ритма, тембра и динамики, идущий от темпа и характера ударов, вносят в звуковую организацию принцип периодичности.

Существует определённый комплекс мотивов и символов, которые можно считать универсальными. В визуальном орнаменте это круг, крест, квадрат, мотив мирового древа, а также различные сочетания спиралей. В

звуковом орнаменте основными интонационными сочетаниями являются кварто-квинтовые. С квинтовой настройки все и начитается.

В европейской классической музыке пространство и время отличается рационалистической расчлененностью структурных единиц и их ясной и однозначной функциональностью в потоке линейно направленного необратимого процесса. В казахской традиции принцип по закону подобия пронизывает структуру кюя на всех иерархических уровнях – интонационно-мелодическом, ритмическом, фактурном и ладовом, создавая «хоровод» эмоционально-драматического действа, в котором начало и конец слиты.

Орнамент – это путь от хаоса к порядку. Здесь велика роль центра - места наибольшей концентрации энергии, вертикали, которая заключает в себе принцип активной энергии, и горизонтали, символизирующей пассивную энергию. Круг воплощает идею равновесия. Длительное количественное перемещение неизменного материала по горизонтали фактически останавливает время. Человек под магической властью ритмоформул и символических кодов ощущает себя гармоничным отражением мирового порядка. Его энергия усиливается, резонируя с энергией космоса.

Психология казаха складывалась при сильном влиянии его основной деятельности – кочевого скотоводства. Основные характеристики такой психологии – глубокая связь с природой и ее циклами, ритмичность, трудолюбие, терпение, обожествление законов природы, магическое мышление.

Русская лирическая протяжная. Появление этого стиля песен относят к 16-17 векам, а окончательное оформление к 18 веку.

Психология человеческих переживаний и отношений, горькая женская доля в любовной лирике, неволя, расставание с родными и смерть на чужбине – частая тематика русской лирической протяжной песни. Один из наиболее ярких примеров – песня «Лучинушка», в которой жизнь представлена как догорающая лучина. Образы очень символичны и имеют часто связи и параллели с природой – деревьями, птицами, цветами. В лирических песнях правдиво отражается мировоззрение простого народа. Радищев в них видел «образование души нашего народа», Пушкин — «разгулье удалое» и «сердечную тоску», а Герцен в них находил «все поэтические начала, бродившие в духе русского народа».

Любовь в этих песнях очень глубокая и нежная, с постоянными обращениями к конкретным родственникам. Чаще изображаются переживания девушки, так как именно они были сочинительницами лирических песен. Любимый, о котором поется в песне, наделяется самыми разными эпитетами от «сизого голубя» и «ясного сокола» до «коварного змея», «постылого мужа».

Для музыкального стиля характерно широкое дыхание, длинные распевы гласных. Песня должна литься и изгибаться как река. У И.С. Тургенева есть рассказ «Певцы» о соревновании двух народных

певцов. Вот как он описывает исполнение Яковом песни «Не одна во поле дороженька»: «Он глубоко вздохнул и запел… Первый звук его голоса был слаб и неровен и, казалось, не выходил из его груди, но принёсся откуда-то издалека, словно залетел случайно в комнату. < … > За этим первым звуком последовал другой, более твёрдый и протяжный, но всё ещё видимо дрожащий, как струна, когда, внезапно прозвенев под сильным пальцем, она колеблется последним, быстро замирающим колебаньем, за вторым — третий, и, понемногу разгорячаясь и расширяясь, полилась заунывная песня. «Не одна во поле дороженька пролегала», — пел он, и всем нам сладко становилось и жутко. Я, признаюсь, редко слыхивал подобный голос: …в нём была и неподдельная глубокая страсть, и молодость, и сила, и сладость, и какая-то увлекательно-беспечная, грустная скорбь. Русская, правдивая, горячая душа звучала и дышала в нём и так и хватала вас за сердце, хватала прямо за его русские струны. Песнь росла, разливалась. < … > Он пел, и от каждого звука его голоса веяло чем-то родным и необозримо широким, словно знакомая степь раскрывалась перед вами, уходя в бесконечную даль» (Тургенев, 1977, с.54).

Мелодия подчиняет себе и ритм, и гармонию, и слово. Размеры часто переменные. Гармония складывается из многоголосия, вступающих поочередно певцов – подголосочная полифония. Композиция песни разворачивается через монологи и диалоги, часто в длинном запеве представлена описательно-бытовая картина, на которой будет разворачиваться дальнейшее действо. Поэзия, как правило, представляет собой ассоциативную цепочку картин.

По горенке похожу, в окошечко погляжу,
В окошечко погляжу, по миленькому потужу.
Тужила я, плакала, заливалася слезами.
Заливала девушка все дорожки и лужки,
Все дорожки и лужки, славны круты бережки.
За этим за бережком бежит речка, не шумит,
За этой за реченькой тут зеленый сад стоит.
Во этом во садике соловеюшко поет.
Ты не пой, соловеюшка, не пой громко во саду,
Не давай назолушки сердечушку моему.
Что и так сердечушко надорвалось плачучи …(и т.д.)
(см. http://rusprogram.ru/f1)

Лирическая протяжная песня хорошо отражает такие черты русского человека как тонкую эмоциональность, склонность к глубокому переживанию и сопереживанию, широту души, склонность к эстетизму душевных страданий, гибкость и непредсказуемость мышления, зависимость от окружения и учет интересов близких.

Сопоставляя народные стили, представленные выше, с мировоззренческой установкой типов психосмологии, с особенностями познания и по-

зиционирования себя в мире, можно предположить, что наиболее точно русский характер передает позиция квадранта GH, американский – AB, испанский (цыганский) – CD, казахский – EF. Ключевые слова каждого сектора сопоставимы с ключевыми характеристиками соответствующего народного музыкального стиля:

Сама история провела эксперимент, отобрав в стилистике народной музыки наиболее характерные мировоззренческие черты. Психология искусства не имеет права игнорировать столь благодатную и перспективную тему для понимания психологии народов.

Таким образом, народная музыка, оттачиваясь на протяжении веков, передавала основу мировоззрения человека той или иной национальности.

Литература

Земцовский И.И. Народная музыка / Музыкальная энциклопедия в 6 тт., т. 3, М.: «Советская энциклопедия», 1976.

Конен В. Рождение джаза. М., «Советский композитор», 1984.

Нагибина Н.Л., Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Психология искусства. Типологический подход. М., МосГУ, 2005.

Нагибина Н.Л., Намазбаева Ж.И., Ниетбаева Г.Б. Ритмоорганизация казахской национальной музыки и орнамента как основа для создания программ релаксации / Психологические и психоаналитические исследования 2010–2011: Под ред. Н.Л.Нагибиной. 2011. — М.: Институт Психоанализа, Издатель Воробьев А.В., 2011. – С.266-269.

Пичугин П.А. Фламенко / Музыкальная энциклопедия в 6 тт., т. 5, М.: «Советская энциклопедия», 1981.

Тургенев И.С. Певцы / Тургенев.И.С. "Записки охотника": Издательство "Народная асвета", Минск, 1977.

Интернет-источник: http://rusprogram.ru/f1

МЕТАКОГНИТИВНЫЙ КОМПОНЕНТ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ЛИЧНОСТИ

Кайтукова З.Х.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В работе представлены теоретические подходы к рассмотрению проблемы творчества, творческого потенциала в аспекте его метакогнитивной составляющей. В статье конкретизируются характеристики ценностно-ориентационной составляющей творческого потенциала личности, предлагаемых в качестве диагностических критериев оценки уровня развития данного элемента креативности.

Ключевые слова: творческий потенциал, творчество, надситуативное мышление, метакогнитивный компонент творчества, творческий процесс, креативность, личность, саморазвитие в творчестве.

METACOGNITIVE COMPONENT OF PERSONALITY CREATIVE POTENTIAL

Kaytukova Z.H.

Moscow State University of Design and Technology, Russia

The work presents theoretical approaches to the problem of creativity, the creative potential in the aspect of its metacognitive component. The article specifies the characteristics of the value-orientation component of the creative potential of the individual proposed as diagnostic criteria for assessing the level of development of this creativity element.

Keywords: creativity, creative, suprasituational thinking, metacognitive component of creativity, the creative process, personality, self-development in the creative process.

Проблема творчества, реализации творческого потенциала личности сегодня приобретает особую остроту. Актуальность проблемы развития творческого потенциала человека обусловлена востребованностью креативности личности в условиях неопределенности в современном мире, стремительно меняющем облик и связана с антропологическими рисками: духовной дезориентацией и дегуманизацией, поразивших цивилизованные

социумы, в которых внутренние резервы личности должны быть направлены как на внешнюю продуктивность, так и самосохранение и поиски смысла жизнедеятельности. Поэтому нам представляется важным внимание не только к операциональному, но и к метакогнитивному, ценностному компоненту творчества личности, некоторые из подходов к которому мы рассматриваем в данной работе.

Согласно Л.С. Выготскому, творчество – это всякая деятельность человека, который создает нечто новое, все равно, будет ли это созданием какой-нибудь вещи внешнего мира или построением ума или чувства, живущего в самом человеке (Выготский, 1991). В узком понимании творчество – это открытие нового для себя и в себе, обнаружение нестандартных способов решения задач, ранее открытых и описанных, развитие и саморазвитие личностных новообразований. По мнению американского мыслителя Дж. Хиллмана «теперь само слово «креативность» стало концептуальным символом, на который в сознании людей проецируется надежда на лучшее, представления о свободной личности. Слово «творческий» как «производящий, производительный» вошло в употребление в 1803 г. вместе с новым словом «эго», характерным для культурной ситуации XIX и последующих веков (Хиллман, 2005).

К.Г. Юнг относил стремление к творчеству к одному из пяти инстинктов (устойчивым моделям поведения, передаваемым организму биологическим путем, характеризующимся непроизвольностью реализации): агрессия, голод, рефлексия и т.д. Творческое начало человека продуцирует образы своих целей, которые само стремиться осуществить. Для Юнга творчество имеет амбивалентный смысл как начало и созидания, дающее удовлетворение его субъекту, и разрушения. Творческий инстинкт для него – это сила, понуждающая нас к индивидуации, к тому, чтобы «стать тем, кем мы являемся» (Фромм, 1990, с.41).

Открытие и воплощение нового понимания в бытии достигается человеком через акты самоизменения, через процесс саморазвития. Среди ученых бытует мнение о том, что самому развитию человека присущ творческий характер, творчество – норма нашего развития, самоосуществления. Итак, творчество — функция личности, реализация ею такого основания личности, как трансцендентности, базовой потребности в выходе за пределы известного, осуществленного (Непомнящая, 2005). Смысл творчества – в разрешении противоречия, для которого необходимы объективные и субъективные личностные условия, результат которой обладает новизной и оригинальностью, личной и социальной значимостью, а также прогрессивностью (Андреев, 2000). Если из названных признаков исключается хотя бы один, то это становится чреватым утратой деятельностью творческого характера.

Творчество в широком понимании – созидание инновационных приемов или целостных подходов, меняющих привычный взгляд на явле-

ние, перестраивающих общественный опыт. «Творчество – процесс продуцирования когнитивных инноваций (законов, моделей, теорий, образцов и т.д.» (Лебедев, 2006, с.159). Ценность продукта данного процесса будет заключаться в его новизне, наряду с адекватностью (истинностью) и полезностью. В структуру данного процесса входят такие элементы, как проблема, запас накопленной информации, комбинаторные способности исследователя, интуитивные способности по отбору релевантных комбинаций и небольшого числа наиболее перспективных из них, способность к принятию рискованных решений, толерантность к неопределенности и к критичности со стороны окружающих, основанных на доверии к себе (Антоненко, 2015).

Творчество в культуре, социальной жизни является инструментом самоорганизации данных нелинейных систем открытого типа, состоящей, согласно теории синергетики, в переходе от хаоса к порядку (Лебедев, 2006, 233). Человек-творец становится инструментом самоорганизации социальной системы, если выступает в качестве такого элемента системы, принципы внутренней организации которого не противоречат принципам организации данной системы в целом, который действует в логике аттрактора – информации о доминирующей тенденции в дальнейшей динамике системы. В свете синергетического подхода вооружение человека – творца метакогнитивными, обобщенными представлениями о структуре бытия, пониманием тенденций развития социума, культуры является необходимостью.

Л.М. Митина связывает успех в профессиональном творчестве с осмысленностью ценностных оснований жизни, самопринятием и саморазвитием педагога-профессионала, Б.С. Братусь – со сформированностью высших – гуманистического и эсхатологического смысловых уровней личности, В.И. Слободчиков – с универсализацией, то есть формированием в сознании субъекта со-бытийной общности между ним и целостным универсумом (Братусь, 1981; Кашапов, 2000; Сластенин, 1991), М.М. Кашапов – с надситуативностью мышления. Надситуативное мышление есть творческое мышление, выход за рамки непосредственных смыслов и условий конкретной ситуации (Кашапов, 2000). Выход, абстрагирование необходимы, так как «проблема не содержит решения на том смысловом уровне, на котором она возникла» (А. Эйнштейн). Это – рефлексивная смыслопорождающая деятельность, трансценденция к обобщенным смысловым образованиям личности в ходе профессиональной деятельности.

Творчество – процесс, благодаря которому происходит восхождение человека к высшим ступеням духовности, нравственности и свободы, развитие личности и культуры (Непомнящая, 2005).

Создатели рабочей концепции одаренности как механизма творчества выделяют в ее структуре элемент метакогнитивных представлений.

В контексте освещаемой нами темы немаловажным является вопрос о сверхсознании – высшем рефлексивном уровне сознания, который, согласно научно-психологическим, философским представлениям, связан как с продуцированием новых идей, так и центром высшего синтеза информации о деятельности сознания и его отношении к бытию. Творчество – продолжение игры, в которой значимая роль принадлежит неосознаваемым компонентам умственной активности и стремлению к раскрытию своих созидательных возможностей – самоактуализации. Станиславский считал сверхсознание высшей творческой инстанцией, сферой порождения творческого продукта, сферой концентрации духовных сил человека. На этом уровне образуется мировоззрение, происходит высший синтез когнитивного и ценностного переживания, обретаются творческие решения (Лебедев, 2006, с.224). Отсутствие психологического контакта личности с содержаниями сверхсознания, одним из механизмов которого является недоверие к себе приводит к нарушению ее психологической целостности, снижает творческую состоятельность, уровень самопринятия, стремление к саморазвитию, порождает состояние экзистенциального вакуума (Антоненко, 2014).

Таким образом, можно, резюмируя, говорить о том, что:

– творчество – одна из конкретных форм проявления механизма саморазвития человека;

– результатом творчества могут быть материальные творческие продукты, новые информационные целостности и внутриличностные изменения: совершенствование навыков, умений, раскрытие способностей, появление нового отношения к окружающему миру, к себе (Деркач, 2007, с.163).

– развитие личности и ее творческих способностей связано с активностью и качеством ее рефлексивной смыслопорождающей деятельности, расширением границ осознания;

– процессы продуцирования новых идей, творчества и высший синтез информации (формирование метакогниций) осуществляются на высшем рефлексивном уровне сознания – сверхсознании и являются взаимообусловленными;

– метакогнитивный, ценностно-ориентационный компонент является неотъемлемым элементом структуры творческого потенциала личности (наряду с технологическим (операциональным) и мотивационным компонентами).

В ходе проведенного нами исследования проблемы развития творческого потенциала студентов педагогического вуза в структуре его ценностно-ориентационного компонента были выделены следующие показатели: способность к оценочным суждениям, осознанность целевого, ценностного компонента деятельности, примат духовных ценностных ориентаций над материальными ценностями в структуре ценностных ориентаций личности, направленность на творчество и саморазвитие, которые могут использоваться в качестве диагностических критериев в ходе качественной и ко-

личественной оценки развития данного компонента креативности (Кайтукова, 2014; Медведева, 2015).

Литература

Андреев В.И. Педагогика: учебный курс для творческого саморазвития. Казань: Казанский гос. ун-т, 2000.

Антоненко И.В. Сущность доверия как социально-психологического явления // Вестник Университета Российской академии образования. 2015.– №3. – С.34-44.

Антоненко И.В. Социальная психология доверия // Приволжский научный вестник. 2014. – №11-2 (39). – С.99-104.

Братусь Б.С. К изучению смысловой сферы личности // Вестник Московского ун-та. Сер. 14. Психология. 1981. – №2. – С.46 – 56.

Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: Педагогика, 1991.

Деркач А.А., Селезнева Е.В. Акмеология в вопросах и ответах. М.: Изд-во МПСИ; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2007.

Кайтукова З.Х. Развитие базовых оснований личности как цель образования // Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии. 2014. – №2. – С.57-59.

Кашапов М.М. Психология педагогического мышления. СПб., 2000.

Лебедев С.А. Философия науки: словарь основных терминов. М.: Академический проект. 2006.

Медведева Г.И. Индивидуальное интервью в качественном исследовании // От истоков к современности: 130 лет организации психологического общества при Московском университете: Сборник материалов юбилейной конференции: В 5 т. Т.1 / отв. ред. Д.Б. Богоявленская. М.: Когито-Центр, 2015. – С.79-81.

Непомнящая Н.И. Целостно-личностный подход к исследованию человека // Вопросы психологии. 2005. – №1.

Сластенин В.А. Гуманитарная культура специалиста // Магистр. 1991. – №1. – С.3-21.

Фромм Э. Иметь или быть? М.: Прогресс, 1990.

Хиллман Дж. Миф анализа: Три очерка по архетипической психологии. М.: Когито-Центр, 2005.

КРЕАТИВНОСТЬ: ПОИСК АКТИВИЗИРУЮЩИХ ФАКТОРОВ

Карпова Е.А., Амалайнен А.В.

Ленинградский государственный университет им. А.С.Пушкина, Санкт-Петербург, Пушкин, Россия

В статье рассматривается проблема изучения взаимосвязи между креативностью и влиянием на нее конкурентной среды. Обозначены содержательные характеристики креативности. Определены условия кон-

курирующей среды. Результаты исследования показали, что в целом условия конкуренции положительно влияют на решение задач, требующих активации творческого мышления. Выявлены причины затрудняющие оригинальность мышления.

Ключевые слова: креативность, обучение, соревновательность, дивергентное мышление, конкурентная среда.

CREATIVITY: SEARCH ACTIVATES FACTORS

Karpova E.A., Ammalaynen A.V.
Pushkin Leningrad State University, St. Petersburg, Pushkin, Russia.

The article examines the problem of studying correlation between the creativity and influence it gets from the rivalry. Authors also marked rich characteristics of the creativity and rival setting. The results of the current study shows, that in general rival conditions have a positive influence on solving tasks that determine activation of the creative thinking. The obstacles of creativity were revealed.

Keywords: creativity, training, competitive spirit, divergent thinking, competitive environment.

Проблема развития креативности обсуждается в системе высшего образования не первое десятилетие. Несомненно, в этом направлении сделаны определенные шаги. Так, современное обучение в Вузе предполагает некоторую степень свободы для творческой самореализации студента, предлагая некоторые варианты креативного развития. Однако надо признать, что продвижения в этом направлении не столь значительны, как этого требует особенности современной ситуации. Соответственно возникает вопрос, действительно ли мы двигаемся в правильном направлении? Недавно на Всемирном экономическом форуме в Давосе были названы десять профессионально важных качеств, которые будут актуальны в ближайшие годы. Первую тройку составляют такие качества как комплексное многоуровневое решение проблем (complex problem solving), критическое мышление (critical thinking) и креативность (creativity). Остановимся более подробно на феномене креативности.

Креативность предполагает новое видение действительности, преодоление стереотипов мышления, способность к созиданию. Несмотря на многочисленные исследования условий развития креативных способностей человека, эта проблема, тем не менее, остается одной из загадочных и одновременно актуальных проблем современной психологии. Значительный вклад в развитие проблемы креативности внесли как зарубежные: (Дж. Гилфорд, Е.П. Торренс, Э. де Боно, Ф. Бартон, Д. Харрингтон, Т. Тардиф, Р. Стернберг, А. Танненбаум, Р. Хеллер и др.), так и отечест-

венные исследователи: (Л.С. Выготский, С.Л. Рубинштейн, Я.А. Пономарев, В.Н. Дружинин, Е.П. Ильин, Д.Б. Богоявленская, Р.М. Грановская, М.А. Холодная и др.). Существует широкое многообразие определений понятия «креативность» и «творчество» в психологических исследованиях. Вместе с тем есть нечто общее объединяющее большинство содержательных характеристик данного феномена - это способность кардинально менять мыслительную установку во время решения проблемы, способность порождать что-то новое, способность к гибкому мышлению и выдвижению новых идей (Карпова, 2015). Разделение понятий «креативность» и «творчество» в русском языке затруднено тем, что это понятие в переводе с английского имеет один и тот же эквивалент creativity. Кроме этого важно подчеркнуть, что анализ различных точек зрения на этот феномен, показывает, что в последние года отмечается тенденция изучения этой проблемы с точки зрения личностного подхода.

Данное исследование посвящено изучению взаимосвязи между креативностью и влиянием на нее конкурентной среды. Анализ психолого-педагогических работ этой тематики показал, что организация конкурентной среды имеет свои преимущества при обучении: это касается спортивного обучения, решения типовых задач по различным предметам и пр. Соревнование в большинстве случаев носит стимулирующий характер, как при обучении, так и в деятельности в целом. Но отношение к методам организации конкуренции в обучении очень неоднозначное, имеющее и последователей и противников (Поддьяков, 2006).

В свое время, А.Г. Шмелев высказал предположение о невозможности создания единых для всех людей условий и правил ведения конкуренции, а также положение о необходимости создания разнообразия взаимодополнительных конкурентных сред и возможностей мобильности между средами. Необходимо, учитывать различия по темпераменту, склонности к риску, самооценке, уровню притязаний, степени выраженности индивидуалистической и коллективистической направленности деятельности и т.д.

Следовательно, необходим континуум областей с различными параметрами кооперации и конкуренции – областей и для сторонников риска, и для его противников (Шмелев, 1997). Вовлекая обучающихся в соревнование за достижение наилучших результатов, мы организовали ситуацию таким образом, что бы конкурентные преимущества достигались, путем усиления своего собственного потенциала.

За основу мы приняли концепцию креативности Дж. Гилфорда, который понимал креативность как способности порождать необычные идеи, отклоняться от традиционных схем мышления, быстро решать проблемные ситуации (Гилфорд, 1967). Можно представить два вида этого процесса: дивергентное мышление и способность решать проблемы (problem solving). Творческие (дивергентные) способности отличаются от учебно-

познавательных (конвергентных способностей) тем, что в них проявляются в большей степени личностные свойства человека. технологий (умений). Однако, согласно П. Торренсу, высокие показатели креативности еще не гарантия больших творческих достижений в дальнейшем, а лишь свидетельство значительной вероятности их появления. Такое понимание следует не только из работ классиков изучения креативности – Гилфорда и Торренса, но и из ряда современных исследований посвященных так называемым неструктурированным задачам, для решения которых необходимо уловить соответствующие условия. Считается, что при решении таких задач, в противовес типовым, репродуктивным, используется творческое мышление.

Нами было принято решение проверить, как конкурентные условия влияют на способность решать креативные задачи. Мы предположили, что давление условий конкуренции должно негативно влиять на активацию творческого мышления и, следовательно, на продуктивность креативной деятельности, в данном случае решения задач (H1).

В качестве испытуемых выступили две группы студентов экономического факультета (N=47): одна группа работала в условиях конкуренции (N1=20), другая в свободном режиме (N2=27). «Борьбу» студентов между собой мы организовали с помощью стимулирующих баллов за скорость и правильность выполнения работы.

Оценка творческого мышления была проведена при помощи составленного авторами комплекса задач. Всего их было одиннадцать. Задачи делились на две группы: задачи с условно правильным ответом, где нужно найти скрытое решение в условии задачи, и задачи на так называемое дивергентное мышление, требующие оригинальных ответов.

Для анализа полученных данных нами был использован статистический критерий Манна-Уитни, поскольку проверка распределения показала, что оно не соответствует нормальному.

В ходе исследования нами были получены некоторые любопытные результаты. В целом, с заданием успешнее справилась группа, работающая в условиях конкуренции (M1=1,7; M2=1,3). Сумма рангов в первой группе (N1) равна 521, во второй (N2) - 607. Эмпирическое значение *U*-критерия равно 229 при *p*-уровне значимости, равном 0,374.

Соответственно, мы можем сделать вывод о том, что наша гипотеза не подтвердилась: результаты группы, работавший в условиях конкуренции (N1) статистически достоверно выше, чем в другой группе (N2). При этом наиболее значимые различия наблюдаются в заданиях на дивергентное мышление.

Задачу К. Дункера, которая кажется нам наиболее ярко отражающей процесс истинно творческого мышления, чаще правильно решали испытуемые из второй группы (14% против 5%).

В ходе наблюдения за работой студентов было выявлено, что студентам второй группы требовалось больше времени на обдумывание задания. Оценка среднего времени выполнения задания также показала, что без стимулирующих выгод студентам требовалось больше времени на решение задачи ($t_{ср}1=25,4$; $t_{ср}2=63,03$).

Несмотря на то, что изначальная гипотеза не получила подтверждения, раздельная оценка решения задач в зависимости от их направленности показывает, что и полностью опровергнута она не была.

Результаты нашего исследования показали, что в целом условия конкуренции положительно влияют на решение задач, требующих активации творческого мышления. Несмотря на это, частота корректных ответов в задании К. Дункера выше в группе, работавшей без конкуренции. В противовес этому, наиболее значимые различия наблюдаются в решении задач активизирующих дивергентное мышление.

В заключение можно привести высказывание Я.А. Коменского: «Метод учения должен уменьшать трудности учения, с тем чтобы оно не возбуждало в учениках неудовольствия и не отвращало их от дальнейших занятий» (Коменский, 2009).

Проблема влияния конкуренции на работу творческого мышления требует, безусловно, более тщательных и методологически более точных исследований, в которых бы использовалось больше ресурсов. Однако из полученных нами результатов можно сделать несколько выводов касательно роли конкурентной среды в обучении. Так, мы предполагаем, что при ее организации следует учитывать характер заданий, чтобы дифференцировать случаи, когда конкуренция полезна (например, мозговой штурм) и случаи, когда она может препятствовать процессу творчества.

Литература

Карпова Е.А. Научно-практические основания проектирования тренинга креативности для управленческого персонала. Параграф в коллективной монографии «Теоретические и практические аспекты психологии и педагогики». Уфа: Аэтерна, 2015. – С.146-156.

Коменский Ян Амос: Учитель учителей («Материнская школа», «Великая дидактика» и др. произв. с сокращ.). М.: Карапуз, 2009.

Поддьяков А.Н. Психология конкуренции в обучении. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2006.

Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции. М.: ИЧП "Издательство Магистр", 1997.

Guilford Y.P. The nature of humane intelligence. N.Y., 1967.

МОДНАЯ УСТАНОВКА В МЕЖЛИЧНОСТНОМ ОБЩЕНИИ

Килошенко М.И.
Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

В статье обсуждаются особенности модной установки в контексте межличностного общения. Исследована психологическая роль модной одежды в молодежной среде. Выявлена область семантических значений образа модно одетого человека: «обаятельный», «открытый», «деятельный», «уверенный» и «общительный». Показана связь позитивной модной установки с коммуникативной установкой личности.

Ключевые слова: мода, модная установка, коммуникативная установка, семантический профиль.

FASHIONABLE SETTING IN HUMAN COMMUNICATION

Kiloshenko M.I.
St. Petersburg state University, Russia

This article discusses the features of fashionable setting in the context of human communication. The psychological role of fashionable clothes in youth was investigated. The area of the semantic means of the image "fashionable dressed man" ("fascinating", "extroverted", "active", "confident" and "sociable") was identified. The correlation the positive fashionable setting with communicative setting was showed.

Keywords: fashion, fashionable setting, communicative setting, semantic profile.

Социальные психологи регистрируют устойчивость желания людей, порой малообоснованного, приобретать модную одежду, несмотря на изменения, а порой, и катаклизмы, в социально-экономической жизни общества (Килошенко, 2014; Килошенко, 2015; Tubbs, Moss, 2006; Bogardus, 1942). Мода на одежду активно распространяется средствами бизнеса, рекламы, медиа-индустрии, театрального искусства, кинематографа, спорта и т.п., и, как следствие, постепенно формируется особый вид социальной установки – *модная установка*. Модная одежда считается источником информации о человеке, фактором изменения эмоционального состояния и средством достижения желаемых целей. В обществе сложился социальный стереотип модно одетого человека, истинность которого давно требует научного подтверждения.

Феномен «модно одетого человека» проявляется в контексте межличностной коммуникации, и, прежде всего там, где общение имеет динамичный характер, например, в молодежной среде. В молодости индивид контактирует с огромным количеством людей. Большинство контактов но-

сит мимолетный, поверхностный характер, но оставшаяся часть преобразуется в социальный капитал личности, который является такой же необходимой составляющей жизни, как и материальные накопления. С целью установления контакта молодые люди используют разнообразные средства, модная одежда одно из них.

Приобретая предмет модной одежды, индивид получает код от системы значений моды и включается в процесс межличностной коммуникации как носитель кода этой системы. Система значений модной одежды очень разнообразна, с ее помощью можно выразить целый ряд состояний, представлений, мнений и т.д. При этом часто упускаются из виду личностные факторы, определяющие восприятие модно одетого человека.

Цель экспериментального исследования состояла в изучении особенностей восприятия модно одетого человека в контексте межличностного общения. Основные задачи: 1) определить семантическую универсалию стимула «модно одетый человек»; 2) исследовать характер связи модной установки с коммуникативной установкой личности.

Выборку составили 46 человек (девушки, средний возраст – 23 года, студентки гуманитарных факультетов вузов Санкт-Петербурга).

Для решения поставленных задач использовались следующие методики: 1) Методика личностного дифференциала (вариант, адаптированный в НИИ им. В.М. Бехтерева); 2) Методика диагностики коммуникативной установки В.В. Бойко; 3) анкета «Модная установка» М.И. Килошенко, состоящая из 20-ти вопросов, ответы на которые позволяют выяснить установку респондентов к модной одежде.

В ходе исследования оценивались такие параметры, как семантическое описание стимула «модно одетый человек», модная установка (положительная/отрицательная оценка модной одежды) и коммуникативная установка личности.

Полученные эмпирические данные в целом свидетельствуют о положительной модной установке большинства респондентов. Учитывалась оценка психологической роли модной одежды в жизни современного человека, характер влияния модной одежды на человека, частота контактов с модно одетыми людьми. Подавляющее большинство респондентов (71,7%) считает модную одежду средством самовыражения. На стадии молодости выбор жизненных целей и средств их достижения осуществляется в соответствии с концепцией «Я». В возрасте 20-30 лет обостряется стремление выглядеть моложе (Горбунова, 2005) и привлекательнее (Кон, 1981; Суэми, Фернхем, 2009), а мода как раз предлагает свои рецепты.

Оценивая характер влияния модной одежды на человека, девушки отмечают, что модная одежда придает человеку уверенности в себе (65%), способствует улучшению настроения (52,5%), повышает самооценку (25%). И лишь 7,5% утверждают, что модная одежда делает человека эгоистичнее и заносчивее. Очевидно, что испытуемые видят больше позитив-

ного влияния модной одежды на человека, чем негативного. Уверенность в себе и хорошее настроение, как известно, определяют качество межличностного общения, столь значимого для данной возрастной группы (Рамси, Харкорт, 2009; Tubbs, Moss, 2006).

Социо-перцептивный аспект модной установки проявился в оценке частоты контактов респондентов с модно одетыми людьми. Частые контакты отметили 45% испытуемых, иногда - половина выборки (50%), и только 5% считают, что они редко общаются с модно одетыми людьми. Можно утверждать, что в большинстве случаев молодые девушки обращают внимание на то, как, а именно, модно или не модно, одет их собеседник. К сожалению, данное исследование не дает полного ответа на вопрос, почему это происходит и с чем связано. Изучение социально-психологических факторов, влияющих на интерпретацию модной одежды как источника самовосприятия и восприятия людьми друг друга, представляется перспективным направлением.

Метод семантического дифференциала позволил определить семантическую универсалию стимула «модно одетый человек». По 90%-ному уровню частоты встречаемости выбраны следующие признаки: «обаятельный», «открытый», «деятельный», «уверенный» и «общительный» (табл.). Совокупность этих признаков является универсалией групповой оценки респондентами модно одетого человека. Обсуждение универсалии позволяет осмыслить групповые представления о модно одетом человеке. Первое, что обращает на себя внимание, так это в целом положительная оценка респондентами модно одетого человека. Следует подчеркнуть, что это мнение молодых девушек, большинство из которых считает модную одежду средством самовыражения.

Структура семантического описания образа «модно одетый человек» представлена всеми измеряемыми факторами, количественные показатели которых варьируются в пределах среднего и низкого уровня. Наибольшее значение имеет фактор «активности» (8,2 средний уровень), что указывает на избирательность восприятия респондентами модно одетого человека как в меру открытого, деятельного и общительного. Суетность и энергичность - качества, традиционно приписываемые субъектам моды, не рассматриваются респондентами как значимые. Оцениваемый образ отражает, прежде всего, коммуникативную направленность, что соответствует социально-психологической природе моды на одежду.

Количественные показатели факторов «силы» и «оценки» соответствуют низкому уровню (4,2 и 3 соответственно). Низкая оценка «силы» показывает зависимость восприятия «модно одетого человека» от внешних обстоятельств и оценок, что созвучно данным исследования субтипов конформности личности в моде (Килошенко, 2015).

Таблица. Семантический профиль «модно одетый человек»

обаятельный								непривлекательный
слабый								сильный
разговорчивый								молчаливый
безответственный								добросовестный
упрямый								уступчивый
замкнутый								открытый
добрый								эгоистичный
зависимый								независимый
деятельный								пассивный
черствый								отзывчивый
решительный								нерешительный
вялый								энергичный
справедливый								несправедливый
расслабленный								напряженный
суетливый								спокойный
враждебный								дружелюбный
неуверенный								уверенный
нелюдимый								общительный
честный								неискренний
несамостоятельный								самостоятельный
раздражительный								невозмутимый

Но, исходя из полученных результатов, становится понятно, что сила влияния моды в общественном сознании слишком переоценена и, в частности, модный имидж не интерпретируется в категории эмоционального возбуждения, с которой принято ассоциировать моду. Акценты при восприятии современницами модно одетого человека смещаются с эмоциональных характеристик на поведенческие. Неслучайно, в универсалии группового представления нашлось место такому признаку как уверенность в себе. Оформление внешности средствами модной одежды исследователи включают в техники самопрезентации личности (Кайгородов, Еремицкая, 2013; Касабова, 2015).

Очень низкое значение фактора «оценка» свидетельствует о малой ценности образа «модно одетый человек» для распознания социально же-

лательных характеристик, таких как добросовестность, доброта, честность или справедливость. Все, чем ценен этот образ, по мнению респондентов, так это привлекательностью. Согласно закономерностям социального восприятия, привлекательность влияет на представление о дружелюбности воспринимаемой личности (Бодалев, 1982), что нашло отражение в семантическом профиле «модно одетого человека».

Роль модной одежды в общении не столь однозначна, как может показаться на первый взгляд. С одной стороны, модная одежда действительно способствует процессу коммуникации и/или облегчает его. Но, с другой стороны, модная одежда может стать существенным барьером для вступления в контакт, начального этапа коммуникации, от которого во многом зависит эффективность и успешность последующего общения. В результате анкетирования выяснилось, что только 3,5% испытуемых относятся к модной одежде как барьеру коммуникации. Модная одежда, по их мнению, является серьезным препятствием при вступлении в контакт, вызывает эмоциональный дискомфорт и в целом, является, помехой в общении с людьми. Подавляющее большинство испытуемых (96,5%) имеют позитивную установку на модную одежду как источник информации о личности партнера по общению. Проявление той или другой тенденции зависит от личностных особенностей человека, в частности, личностных смыслов, которыми он наделяет модную одежду и его коммуникативных установок.

Результаты диагностики коммуникативной установки испытуемых показали общую тенденцию к негативной коммуникативной установке (N=46, x=46), что может быть обусловлено отрицательным личным опытом общения с окружающими (Tubbs, Moss, 2006). Размер выборки позволил выделить две группы испытуемых (F=29,690; p<0,05). В первую группу (группа Н) вошли испытуемые с собственно негативной коммуникативной установкой (N=27, x=59, 58,7% от всей выборки), а во вторую (группа П) - испытуемые с позитивной коммуникативной установкой (N=19, x=20,5, 41,3% от всей выборки).

Анализ корреляционных связей измеряемых параметров позволил ответить на интересующий вопрос об основных характеристиках связи модной установки и коммуникативной установки личности. Обнаружены значимые обратные связи показателя положительной модной установки с двумя компонентами негативной коммуникативной установки, а именно, с обоснованным негативизмом (r =-0,363 при p<0,01) и негативным опытом общения (r =-0,341 при p<0,01).

Можно утверждать о наличии тенденции для людей с негативной коммуникативной установкой иметь отрицательную модную установку. Этим людям свойственно настаивать на принятии партнерами их точки зрения, оценивать партнеров, исходя из личных обстоятельств. Такие люди, как правило, отрицают модную одежду как некий эталон оформления внешности, так как склонны к унификации людей, с их внешними и внут-

ренними характеристиками, согласно собственным эталонным представлениям. Идея модной одежды как средства выражения индивидуальности не принимается и не рассматривается ими в качестве источника информации о партнере.

И, наоборот, позитивная модная установка свойственна людям с положительным опытом общения, которые редко прибегают к объективно обусловленным отрицательным выводам о партнерах и отдельных сторонах взаимодействия с ними. Такие люди открыты к общению, стремятся к укреплению и развитию социальных связей, а модную одежду используют как ключ к облегчению коммуникативного процесса.

Итак, положительный образ модно одетого человека в представлении современной молодежи связан с активностью, открытостью, общительностью, уверенностью в себе и обаянием. Современные оценки качественно отличаются от традиционных оценок моды на одежду. Модная установка проявляется в контексте межличностной коммуникации и связана с коммуникативной установкой личности. Позитивная оценка моды на одежду обусловлена положительным опытом общения, выраженными потребностями в устойчивых социальных связях и отношениях.

Испытуемым с позитивной модной установкой свойственно наличие широкого набора коммуникативных средств и программ. Они легко вступают в социальные контакты, в процессе общения проявляют гибкость.

Знание о модной установке личности позволяет осуществлять более точное прогнозирование социального поведения личности, выстраивать эффективный процесс межличностной коммуникации, преодолевать коммуникативные барьеры, совершенствовать техники самопрезентации.

Перспективным представляется исследование когнитивного, аффективного и конатативного компонентов модной установки, результаты которого могут существенно расширить научные представления о социальной установке и иметь прикладное значение для разных сфер жизнедеятельности современного человека.

Литература

Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982.

Горбунова Г.П. Психологическое время в структуре самосознания взрослого человека // Вестник Кемеровского государственного университета, 2005.– №2 (22). – С.63-71.

Касабова И.С. Гендерные особенности самопредъявления девушек в межличностном общении и их связь с выбором одежды // Российский психологический журнал. 2015. – №4. – С.184-192.

Кайгородов Б.В., Еремицкая И.А. Стиль одежды как способ самопрезентации и самовыражения личности // Вестник Самарского государствен-

ного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2013. – №1 (19). – С.51-57.

Килошенко М.И. Психология моды. СПб.: Питер, 2014.

Килошенко М.И. Своевременность субъекта моды // Инновационная наука. 2015. – №12-3. – С.203-205.

Килошенко М.И. Субтипы конформности личности и следование моде// Новая наука: От идеи к результату. 2015. – № 5-2. – С.42-44.

Кон И.С. Категория "Я" в психологии // Психологический журнал, 1981. – №3. – С.25-38.

Методика личностного дифференциала (вариант, адаптированный в НИИ им. В.М. Бехтерева) // Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М., 2002.. – С.20-21.

Рамси Н., Харкорт Д. Психология внешности. СПб.: Питер, 2009.

Суэми В., Фернхем А. Психология красоты и привлекательности. СПб.: Питер, 2009.

Bogardus E.S. Fundamentals of Social Psychology. N.Y., 1942.

Tubbs S.L., Moss S. Human Communication: Principles and Context. N.Y., 2006.

ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КАК ФАКТОР РОСТА ТВОРЧЕСКОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ

Колесниченко В.О.
Орловский государственный университет им. И.С.Тургенева, Россия

Статья посвящена анализу проблемы самореализации творческой личности, значению ее личностных и психологических особенностей, роли акцентуаций характера в этом процессе.

Ключевые слова: креативность, самореализация, саморегуляция, акцентуации характера.

PERSONALITY AS A FACTOR IN THE GROWTH OF CREATIVE SELF-REALIZATION.

Kolesnichenko V.O.
Turgenev Orel State University, Russia

The article is devoted to the research of the problems of the self-realization of the creative personality, of the importance of the personal features and the psychological features, of the role of the accentuations of character in this process.

Keywords: the creativity, the self-realization, the self-control, the accentuation of character.

Изучение взаимосвязи креативности и личностных особенностей человека в связи с востребованностью креативов в социуме становится все более актуальным в психологии. Вопросами проявлений и реализации творческой сущности человека занимались многие исследователи (Богоявленская, 1983; Дружинин, 2005; Дубровина, 2010 и др.). Проведенные нами теоретические и эмпирические исследования позволили обозначить новые направления исследований механизмов разворачивания креативности (Артемцева, Колесниченко, 2012; 2013). Осознанная саморегуляция творческой деятельности креативным субъектом может стать задачей развития психологии творчества. В исследовании самореализации, на наш взгляд, важно рассмотреть внутренние (психологические) трудности личности, как возможные причины, затрудняющие ее самореализацию. По мнению Д.Б. Богоявленской определенные черты характера способствуют самореализации индивидуальностей (Богоявленская, 1983).

Каждый исследователь креативности предлагает свое определение, но ни одно из них не исчерпывает полного понимания явления. Мы предлагаем объединить точки зрения всех авторов: **креативность** – это универсальная человеческая характеристика, творческие поведение и направленность личности, ее способность к творчеству. Она включает прошлые, сопутствующие и (или) последующие характеристики процесса, в результате которого создается не существовавшее прежде. Это совокупность особенностей психики, обеспечивающих продуктивные преобразования в деятельности, тип интеллектуальных способностей, одна из ведущих потребностей личности в преобразовании. Это также «творческость», творческая способность, как психологическое свойство, состоящее в интеллектуальной активности и чувствительности (сензитивности) к побочным продуктам деятельности. С ней связаны личностные качества: 1) поисковая мотивация; 2) чувствительность к побочным образованиям мыслительного процесса. Креативность подразумевает творческие: 1) процесс; 2) продукт; 3) личность; 4) ситуацию.

Существуют определенные «психологические условия», затрудняющие или способствующие самореализации креативного индивида; необходимо изучение этих психологических условий. Важно учитывать личностные и индивидуально-психологические особенности творческого индивида для увеличения его способности к творческой самореализации.

«Личностные» факторы, опосредующие проявление креативности - уровни самосознания и притязаний, самооценка (Галкина, 2011), самоуважение (Семиздралова, 2010), ценностно-смысловые ориентации, внутренняя мотивация, эмоционально-волевые качества, степень осознанности текущих состояний и др. В проявлении творческой активности имеет значе-

ние интеллект и другие особенности личности. Креативная результативность определяется условиями деятельности и интеллектуальным развитием личности. Продуктивность решения творческих задач производна от рефлексивно-личностной регуляции поиска решения (Сильверсан-Максимов, 2010 и др.).

Самореализация – реализация потенциала человека и наиболее полное раскрытие его способностей. Творческие возможности человека актуализируются посредством специфических личностных свойств, творческие достижения зависят от его психологических особенностей (Тафель, 1974). Характер – инструментальный уровень личности, принимающий к исполнению ее жизненные смыслы и реализующий их в поступках. В наших исследованиях мы доказывали, что характер личности, точнее особенности некоторых акцентуаций ее характера, могут отражаться на процессе ее самореализации. Акцентуации характера - это высокая степень выраженности отдельных черт характера человека и их сочетаний, они обобщают отдельные характеристики индивидов. Именно с характером связана саморегуляция личностью деятельности, в том числе творческой. Акцентуации характера также могут быть «индикаторами» проблем, возникающих у креативной личности в процессе самореализации (Моросанова, 2007).

Таким образом, акцентуации характера - комплексы характеристик личности, в определенной степени, полагаем мы, опосредующие ее творческую деятельность. Психофизиологическую природу акцентуаций составляют физиологические и анатомические особенности мозга и эндокринной системы, являющиеся основой темперамента и характера. Характер проявляется при выборе действия или способов поведения и обладает побуждающей силой; его черты влияют на степень проявления мотивации, направленной на достижение потребности при достижении успеха. Черты характера часто являются следствием определенной формы мышления, из которого с определенной логикой и внутренней последовательностью вытекает линия поведения человека, его поступки.

Особое значение, по нашему мнению, имеют личностный и рефлексивный уровни организации творческого мышления. В.К. Зарецкий полагает, что когда исчерпываются средства для решения проблемы (момент «блокады») или решение творческой задачи направляется по ложному пути, ошибочные представления блокируют предметно-операциональное движение (Зарецкий, Холмогорова, 1981). Решение задачи в субъективно-личностном аспекте один из механизмов продуктивности. Продуктивность решения определяет «движение внутри блокады», здесь должны доминировать рефлексивный и личностный уровни мышления. Мы полагаем, особенности поведения в блокаде зависят от характера личности, опосредованы ими. Существуют особенности реализации творческих задач, продуктивного и непродуктивного поведения, связанные с акцентуациями характера. В нашем исследовании мы выявили акцентуации, наличие которых

может создавать определенные сложности для их обладателя в процессе самореализации. Это дистимная, тревожно-боязливая, педантичная и аффективно-экзальтированная акцентуации (тип акцентуаций характера можно определить с помощью тест-опросника Г. Шмишека).

При успешном решении задачи найденный принцип реализуется. Здесь может произойти «сбой» в достижении творческого результата. Личность может не завершить научный труд или не суметь найти адекватных способов реализации найденного принципа в связи, например, с пассивностью и нерешительностью, наблюдающихся при дистимности, робостью и страхами, имеющими место при тревожно-боязливости, колебаниями и невозможностью принять решение при педантичности. Личность, в зависимости от черт характера (акцентуаций), может вести себя специфическим образом на каждом этапе творческого процесса. Субъективно-личностно творческая задача - внутренний конфликт, обусловленный неадекватностью привычного осуществления деятельности, выработанного в опыте (Зарецкий, Холмогорова, 1981). Поиск может завершиться отказом от решения (при тревожно-боязливости, дистимности) или нахождением его принципа. Гипертимность, в нашем исследовании положительно связанная с самореализацией, по-видимому, будет способствовать необходимой активности и настойчивости при преодолении препятствий.

В психологии существует точка зрения, что индивиды с высокими способностями отличаются высокой социальной адаптацией. М.Е. Богоявленская (2008), С.В. Дубровина (2010) среди одаренных (потенциально творческих) выделяли индивидов со сниженной социально-психологической адаптацией и трудностями саморегуляции, зависящими от свойств темперамента, нервной системы и др. характеристик психики. Эти особенности могут затруднять реализацию способностей и, полагаем, могут быть связаны с акцентуациями характера. Темперамент, основывающийся на свойствах нервной системы, - база для формирования характера.

Более творческие люди отличаются высокой творческой энергией, психическая энергия помогает преодолеть огромные трудности на пути к новому, творческой личности необходима работоспособность. Таким образом, для креативов характерна энергичность (можно интерпретировать ее как гипертимность и низкую дистимность). Творческие усилия тормозят лень, боязнь неудачи, высокая самокритичность, страх высказать свое мнение, выглядеть смешным (Ильин, 2009); страх - самый их опасный враг (см. характеристику тревожно-боязливости, дистимности, педантичности). На выраженность креативности влияет уровень тревожности.

Существование диссонанса между возможностями (одаренностью) и уровнем достижений говорит о необходимости оказания помощи и поддержки одаренным личностям, применения специальных программ, обеспечивающих эффективную реализацию таланта. Высших достижений

можно добиться при компенсации «недостатков» акцентуаций с опорой на помощь психолога (Моросанова, 2007). Следует подчеркнуть, что в актуализации творческого потенциала ведущую роль играют личностные образования, интегрирующие влияние внутренних и внешних факторов. Поскольку не все преграды, мешающие проявлению и реализации одаренности, человек способен преодолеть самостоятельно, ему важно помогать. Важно проведение психокоррекционной и психотерапевтической работы, особенно при потенциальной или скрытой одаренности: возможно создание соответствующих динамических тенденций во внутреннем мире личностои, воздействие на факторы, влияющие на продуктивность и особенности протекания деятельности. Воздействие должно быть направлено на приобретение опыта творческой деятельности на основе самопознания, саморегуляции, на развитие необходимых личностных качеств. Развитие навыков самосовершенствования - это умение снимать нервное напряжение, формирование самоконтроля и т.д. Воспитание в себе необходимых качеств может привести к управлению творческой деятельностью (Ильин, 2009).

Таким образом, мы подошли к выводу, что креатив нуждается в творческой самореализации, следовательно ему важно знать, что положительно, а что отрицательно влияет на его творческую деятельность. Творческой личности важно знание и осознание психологических механизмов, способствующих и препятствующих успешной самореализации. Для этого и необходимо изучение психологической природы самореализации креативной личности.

Литература

Артемцева Н.Г., Колесниченко В.О. Креативность и самореализация личности: постановка проблемы. // Психология и искусствознание: исследование творчества и творческой личности. Материалы международной конференции Берлин-Москва. М. Институт психоанализа, 2012. – С.191-199.

Артемцева Н.Г., Колесниченко В.О. О взаимосвязи самореализации, креативности и акцентуаций характера личности. //Тезисы доклада международной научной конференции «Человек, субъект, личность в современной психологии». М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. – С. 124-126.

Богоявленская Д.Б. Интеллектуальная активность как проблема творчества. - Ростов н /Д : Изд-во Рост. ун-та, 1983.

Богоявленская М.Е. Психологические особенности гармоничного и дисгармоничного типов развития одаренности: автореф. дисс. … канд. психол. наук. 19.00.13. М., 2008.

Галкина Т.В. Самооценка как процесс решения задач: системный подход. М.: Ин-т психологии РАН, 2011.

Дружинин В.Н. Психология творчества // Психологический журнал. 2005. – №5. – С.101-110.

Дубровина С.В. Психические состояния и их особенности у подрост-

ков с явной и скрытой формой интеллектуальной одаренности // Вестник Костромского гос. ун-та им. Н.А.Некрасова. – 2010.– Т.16. – №2. Основной выпуск.

Зарецкий В.К., Холмогорова А.Б. Смысловая регуляция решения творческих задач // Исследование проблем психологии творчества. М. : Наука, 1983. – С.62-101.

Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2009.

Моросанова В.И. Индивидуальная саморегуляция и характер человека // Вопросы психологии. 2007. – №3. – С.59-68.

Семиздралова О.А. Психологическое здоровье педагога и пути его сохранения // Народное образование. 2010. – №1. – С.130-135.

Сильверсан-Максимов А.В. О психологических факторах развития творческих способностей // Образование и саморазвитие. 2010. – №4 (20). – С.110-114.

Тафель Р.Е. Диагностические методики для выявления (идентификации) творческих личностей: дис. … канд. психол. наук. М., 1974.

ПСИХОЛОГИЯ ОДЕЖДЫ И ИМИДЖЕЛОГИЯ

Коробцева Н.А.[1], Петрова Е.А.[2]

[1] Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

[2] Российский государственный социальный университет, Москва

В статье говорится об исследованиях одежды, проводимых авторами на стыке костюмологии и психологии. Рассмотрена история возникновения психологии одежды, как научного направления. Психология одежды охарактеризована как дисциплина, использующая методологию различных разделов психологии (психологии личности, социальной перцепции, психофизики, исторической психологии). Подчеркивается, что современное проектирование костюма учитывает психологические исследования одежды.

Ключевые слова: психология одежды; социальная перцепция одежды; изучение одежды в психологии; психофизические исследования одежды; психофизика одежды; дресс-код; психосемиотика костюма

PSYCHOLOGY OF CLOTHING AND IMAGEOLOGY

Korobtseva N.A.[1], Petrova E.A.[2]

[1] Moscow state University of design and technology, Russia

[2] Russian state social University, Moscow

The article talks about the research of clothes conducted by the authors at the junction of cosmology and psychology. Reviewed the history of the psychology of clothing, as a scientific direction. Psychology of clothing described as a

discipline that uses the methodology of the different sections of psychology (psychology of personality, social perception, Psychophysics, historical psychology). Stresses that the modern design of the suit takes into account psychological research clothes.

Keywords: The psychology of clothes; social perception of clothing; the study of clothing in the sections of the psi-the psychology Department at; psychophysical research service; Psychophysics of clothing; attire; costume, psychosemiotic

Направление «Психология одежды» зародилось в бурные 90-е годы, в период, когда авторами были начаты исследования в области психофизики одежды. На эту тему практически отсутствовала какая-либо литература. Однако одна книга английского автора с подобным названием, описывающая символику и семиотику одежды в историческом ключе, все-таки была найдена. Обнаруженные нами японские публикации также свидетельствовали о наличии подобного направления в науке. На гребне перестройки мы предлагали директору центрального научно-исследовательского института швейной промышленности проф., д.т.н. П.П. Кокеткину открыть первую в России Лабораторию экспериментальной психологии одежды. Тогда, в обновленной России, трудно было найти спонсора таких исследований. С тех пор и по сей день авторы самостоятельно проводят их. Мы с благодарностью вспоминаем Петра Петровича Кокеткина за оказанную моральную поддержку при их проведении.

В процессе наших исследования появилась необходимость последовательного изложения их результатов в форме книги. Так возникла идея написать труд под названием «Психология одежды». В ходе работы над книгой стало ясно, что такое название не воспринимается специалистами-психологами сразу по нескольким причинам. Отчасти – в силу инновационности, а также из-за не очень удачного сочетания существительных «одежда» и «психология». Термин «Психология процесса одевания» нам не нравился и «не звучал», нужно было найти одно слово, выражающее суть процесса. В дальнейшем развитие тематики привело к появлению ряда публикаций, четырех книг серии «Одежда плюс психология», а также еще двух книг, посвященным данному направлению.

Психология одежды – смежная дисциплина, использующая методологию различных разделов психологии (психологии личности, социальной перцепции, психофизики, исторической психологии и т.д.) для изучения и проектирования костюма на новой, инновационной основе.

Психологические исследования одежды охватывают те разделы психологии, которые позволяют методологически определить связь «одежда» – «личность».

Связь одежды и личности человека изучается *психологией личности*. Одежда рассматривается как проявление личности носящего, поскольку

она связана как с представлением человека о себе («Я-концепцией», self concept), так и его мнением о том, что он хотел бы из себя представлять («идеальным Я», ideal self concept).

Правильно подобранная одежда: физически удобна, украшает внешность, презентирует личность, соответствует самооценке и субъективному отношению личности к одежде (потребностям, установкам, разделяемым социальным стереотипам, возрастным и половым особенностям).

Психологические требования к одежде тесно связаны с блоком психологических показателей качества одежды (Коробцева, 2005), они и определяют вариативность потребительского спроса.

Выбирая одежду, мы определяем и стиль своего поведения. Авторские идеи и исследования того, как смена одежды приводит к изменению манеры поведения и отношения к себе, сегодня заимствованы рядом телепередач, в том числе «Снимите это немедленно», «Перезагрузка», «Модный приговор» и многих другие.

Не только одежда влияет на манеры человека, но и наоборот, манеры человека влияют на изменения в восприятии его одежды. Давайте вспомним, Э.М. Ремарк в «Триумфальной арке», описывая свою героиню, писал: «Он подал ей манто. Она не надела его, а лишь накинула на плечи. Это была дешевая норка, возможно даже имитация, но на ней и такой мех казался дорогим. Смотрится дешево только то, что носишь без чувства уверенности в себе. Ему не раз случалось видеть королевские соболя, которые казались совсем дешевыми».

Проблемы проявления личности в одежде и влияния одежды на человека – самые интересные из проблем психологии одежды. Этим вопросам посвящены наши исследования языка одежды.

Одежда, наряду с габитусом и кинесикой, играет определенную роль в общении, как средство невербальной коммуникации (Петрова, 2000). Как инструмент, она может использоваться человеком для достижения определенных целей общения.

Одежда выполняет особую роль в формировании первого впечатления о человеке. В ходе дальнейшего общения она остается одним из важных атрибутов имиджа. По одежде можно понять национальную, классовую, групповую принадлежность человека. Она влияет на отношение других к носящему, часто как бы диктуя ему (посредством особенностей кроя и посадки изделия) определенный стиль поведения в обществе через осанку, жесты, позы и другие особенности.

Имиджевые характеристики и представления о человеке также напрямую связаны с тем, как он одевается. Я-концепция, отражаясь в зеркале социальной перцепции, возвращается к человеку в виде «Я-зеркального» (looking glass self).

Наши многочисленные эксперименты показывают, что по одежде судят о характере, особенностях личности носящего, состоянии, настроении и отношении владельца (аффективно-коммуникативная функция).

Одежда воздействует на других людей, вызывая у них те или иные реакции. Например, одежда женщины может подтолкнуть мужчину к более смелому ухаживанию (регуляторно-коммуникативная функция). Профессиональная одежда, например форма полицейского, сотрудника МЧС, позволяет при необходимости быстро определить, к кому следует обратиться за помощью (информационно-коммуникативная функция).

Изучение одежды в *социальной психологии* выводит нас на задачи формирования необходимого имиджа и на задачи имиджелогии, стыкует задачи социальной перцепции с задачами проектирования костюма. Целенаправленное формирование необходимого имиджа всегда строится на базе социально-психологических закономерностей восприятия и интерпретации наблюдателем систем «одежда»-«личность».

Психосемиотика костюма, выдвинутая нами в виде следующего направления психологии одежды, рассматривает проблему знаковости одежды.

Народная поговорка «Встречают по одежде, а провожают по уму» на пороге 21 века явилась гипотезой, проверенной нашими исследованиями, доказавшими ее правильность. Интерпретация одежды как невербального текста общения напрямую связана с оценкой человека.

Если обратиться к истории возникновения одежды, то можно увидеть, что первая одежда, представлявшая собой шкуры животных и возникшая, прежде всего, для защиты тела человека, почти сразу являлась и ритуальным объектом.

В разные времена одеждой обозначали разницу в социальном статусе ее носящих.

Цвет одежды имеет определенное знаковое и символьное значения. Наглядным примером знака является также цвет в костюме. Достаточно четкие значения приписывались по цвету одежды уже в период раннего средневековья (9-12 вв.): белый цвет символизировал чистоту, веру; черный – скорбь верность; голубой – нежность. Желтый цвет не носили, так как он обозначал измену. Одежду целиком красного цвета (цвета крови), начиная со средневековья, носили палачи.

Знаковый характер в современной одежде воплотился в нормативах международного дресс-кода, он очевиден в одних случаях (форменная одежда военнослужащего, стюардессы) и менее – в других. Костюм в целом и его составляющие – это специфический язык, сигнально-знаковая система, который воспринимается вместе с другими сигналами общения (жестами, взглядами, пр.) и словами. Несоответствие вербального и невербального языков друг другу может вызывать нежелательный эффект.

Возрастная психология рассматривает особенности восприятия отношения и выбора одежды в различных возрастных группах потребителей.

Очень важными, первыми исследованиями данного направления, проведенными в России, явилось изучение вопросов формирования отношения к моде в подростковом и старшем школьном возрастах. В настоящее время ведутся исследования с учетом возрастных психологических особенностей пожилых потребителей (Ваниева, Коробцева, 2013).

Интересен подход к изучению одежды с платформы *исторической психологии,* которая рассматривает одежду и ее принадлежность к определенной исторической эпохе, ее связь с социально-психологическими особенностями людей определенного времени.

На каждом историческом этапе одежда несла информацию о нравственно-эстетических представлениях своего времени, культуре и материальной жизни общества, моде и т.д. Так, одежда древних греков, считающих человека «мерой всех вещей», делалась на основе пяти отличий: закономерность, организованность, пропорциональность, симметричность и целесообразность. Картина философского виденья мира и места человека в нем отражалась в древнегреческой одежде. В Древнем Риме, о культуре и образованности человека судили по тому, как именно задрапирована тога.

Мода, как социальное явление, изучается в особом разделе *психологии моды*, она всегда отражала уровень развития мировоззрения общества, понимания места женщины/мужчины в обществе.

Обращаясь к одежде различных народов, мы легко обнаруживаем национально-культурную специфику не только чисто народного костюма, но и определенные традиции в отношении к одежде, манере одеваться в различных ситуациях, цветовых предпочтениях. Выявление национально-специфических особенностей одежды, связь с национально-психологическими особенностями народа – это предмет *этнопсихологии.*

У каждого народа своя одежда, в нем отражены его душа и особенности его жизни. Наверно поэтому национальная одежда всегда уникальна.

Одежда изучается как объект в области *психофизики одежды*. Предметом исследования становится специфика ощущений всех модальностей при восприятии одежды различного вида (психофизический уровень восприятия) (Коробцева., 2005; Петрова, Коробцева,1995; Коробцева, Ваниева, 2013). Ткани и ощущения их психофизической комфортности, психологическое воздействие формы и силуэта в одежде, цвет и его восприятие. Особый интерес вызывают иллюзии зрительного восприятия в одежде. В нашей концепции презентации внешности мы говорим о необходимости научно обоснованной диагностики совокупных признаков внешности и принципах ее коррекции прежде всего иллюзиями и эффектами зрительного восприятия. Это относится прежде всего к фигурам с особенностями телосложения, конституции или наличием отдельных дефектов частей тела.

Психофизические исследования одежды хорошо дополняются изучением эмоциональных переживаний человека, вызванных одеждой. Эмоции являются малоизученной компонентой психологической комфортно-

сти, но субъективно весьма значимыми. Моделирование и конструирование одежды с учетом импрессивной составляющей одежды легло в основу нового направления имиджидизайна костюма.

Особенно важно в условиях насыщенного рынка, в ходе создания костюма учитывать различные направления психологии одежды - это ключ к разработке востребованной одежды, пользующейся повышенным спросом.

Литература

Ваниева О.В., Коробцева Н.А. Выбор стилевых ориентиров при разработке дизайна костюма для женщин старшей возрастной группы//Инновации и современные технологии в индустрии моды. Материалы Всероссийской научно-практической конференции (12 декабря 2013)/ Новосибирский технологический институт (филиал) «МГУДТ». Новосибирск:– Новосиб. гос. акад. вод. трансп. Новосибирск: НГАВТ, 2013. – С.17–21.

Коробцева Н.А. Теоретические и методологические основы импрессивного подхода к проектированию одежды. автореф. дис... д. т. н.:05.19.04: защищена 8.04.05: утв.14.10.05/ Коробцева Надежда Алексеевна.– М., 2005.

Петрова Е.А. Визуальная психосемиотика общения: Дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.01 : Москва, 2000 402 с. РГБ ОД, 71:01-19/14-2.

Петрова Е.А., Коробцева Н.А. Психофизика одежды / «Швейная промышленность». – 1995. – № 1. – С. 33-35.

ЭКСТРЕМАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ В ЭПИЧЕСКИХ ПОЭМАХ ГОМЕРА

Котенева А.В.

Московский государственный психолого-педагогический университет, Россия

Статья посвящена изучению проблем экстремальной психологии в эпических поэмах Гомера «Илиада» и «Одиссея». В работе применялись феноменологический, герменевтический и сравнительный методы. Текстологический анализ показал, что в этих произведениях содержатся истоки психологических знаний об экстремальных ситуациях, негативных состояниях, качествах жизнестойкости личности, необходимых, чтобы выдерживать чрезмерные нагрузки. Гомер описал прообразы механизмов психологической защиты, стратегии совладания со стрессом и способы преодоления горя.

Ключевые слова: горе, жизнестойкость, механизмы психологической защиты, стратегии совладания со стрессом, экстремальная ситуация.

EXTREME PSYCHOLOGY IN THE EPIC POEMS OF HOMER

Koteneva A.V.
Moscow State University of Psychology and Education, Russia

The article is devoted to the study of the problems of extreme psychology in the epic poems of Homer «Iliad» and «Odyssey». Phenomenological, hermeneutical and comparative methods are used in the paper. The textual analysis showed that these works contain the origins of psychological knowledge about extreme situations and negative states, the qualities of resilience of the personality. Homer described the prototypes of psychological defense mechanisms, strategies of coping with stress and ways to overcome grief.

Keywords: grief, resilience, psychological defense mechanisms, strategies of coping with stress, extreme situation.

Живой интерес к поэмам Гомера не иссякает в течение тысячелетий, оказывая судьбоносное влияние на развитие европейской культуры и становление личности. Священные для древних греков тексты волнуют и современных людей. Об этом свидетельствуют многочисленные литературные, философские и научные исследования творчества поэта (Лосев, 2006; Челышев, Котенева, 2013). Поэмы «Илиада» и «Одиссея» представляют интерес и для психологии. Современной тенденцией отечественной науки является осмысление вненаучных источников и видов психологического знания, отражающих разные уровни, стороны проявления многомерной человеческой реальности (Журавлев, 2007; Кольцова, 2004; Котенева, 2013). В произведениях Гомера мифы выражают архетипические образы и универсальные закономерности человеческого бытия, которые также проявляются в поведении и жизни современных людей. В этом смысле тексты героического эпоса Гомера представляют собой дополнительный источник психологических знаний о человеке, его поведении в различных жизненных ситуациях.

Целью данной работы является изучение проблем экстремальной психологии в поэмах Гомера «Илиада» и «Одиссея». Текстологический анализ осуществлялся с помощью феноменологического, герменевтического и сравнительного методов в контексте современной психологии.

Экстремальные ситуации. Поэмы Гомера «Илиада» и «Одиссея» описывают поведение людей в не просто сложных жизненных ситуациях, а в чрезвычайных, экстремальных ситуациях (от лат. extremum – крайнее, предельное; situatio – положение), несущих угрозу для жизни и здоровья человека – в условиях Троянской войны и многолетнего вынужденного странствия Одиссея и его товарищей (Гомер, 1967).

В этих поэмах дано подробное описание нескольких экстремальных ситуаций и катастроф – социальных (кровавая война) и природных, сти-

хийных бедствий (буря, землетрясения, наводнения, ураганы и др.), повлекших за собой человеческие жертвы. Все эти ситуации ставят человека перед объективными трудностями, вызывают предельное напряжение его душевных и физических сил, проверяют на мужество, стойкость, наличие и умение применять стратегии совладания со стрессом. Они представляют сложнейшее испытание для человека, поставленного на грани жизни и смерти, на грани физического выживания.

Негативные состояния в экстремальных ситуациях. Во все времена герои эпических поэм Гомера являются олицетворением мужества, силы и стойкости, образцом поведения для обычных людей (Челышев, 2014; 2014). Однако текстологический анализ этих произведений показывает, что в экстремальных ситуациях храбрейшие мужи испытывают целый ряд негативных состояний – тревогу, страх, ужас и др. Слово тревог(а) упоминается 43 раза. Это состояние проявляется чаще всего в сражениях, во время битвы, убийства и нападения со стороны врагов. Она наделяется такими эпитетами как бурная, жестокая, злая, сердечная и страшная. Описание страха встречается еще чаще – 78 раз. Его влияние на внутреннее состояние и поведение героев имеет серьезные последствия. Он стесняет, парализует человека, вызывает смятение. Но самые сильные психофизиологические реакции наблюдаются, когда могучие, бесстрашные и отважные воители (Агамемнон, Менелай, Одиссей и др.) приходят в ужас. Слово ужас(ный) употребляется 258 раз, что свидетельствует о высокой вероятности возникновения этого дезадаптивного состояния в экстремальной ситуации. Гомер ярко описывает проявления этой эмоции в поведении человека – у него дрожат или трепещут колени, расстраиваются чувства, стучат зубы и наступает паралич.

В поэмах Гомер детально изображает целый ряд экстремальных ситуаций, которые воспринимаются как сплошная человеческая катастрофа. Описанные события не могут не вызывать глубоких переживаний у героев по поводу гибели близких людей – боль, скорбь, печаль и горе. Герои не скрывают своего страдания и, несмотря на свою богатырскую силу и крепость, очень часто плачут. Смерть Патрокла исступленно оплакивают мирмидонцы и Ахиллес (Гомер: Илиада, 1967, XVIII 316–322). Приам, Гекуба, Андромаха, Елена, все обитатели Трои неистово оплакивают Гектора (Гомер: Илиада, 1967, XVIII 740–46; XVIII 740–46). Одиссей, мужественно претерпевший все невзгоды войны и многолетних скитаний, тоже часто искренне плачет. Он плачет, вспоминая о Троянской войне, гостя у феаков, в Аиде, при встрече с матерью, в плену у Калипсо на берегу моря при мысли о своей родине. Во время пения славного певца Демодока он скорбит, едва сдерживая слезы. Агамемнон скорбит из-за людских потерь во время сражения. Проливает горькие слезы царь Менелай, вспоминая о коварном убийстве своего брата Агамемнона (Гомер: Одиссея, 1967, VIII 92–95; IV 538–544).

Мужественные, крепкие, не боящиеся смерти герои поэм обнаруживают другую сторону своей натуры – у них бывает тоска, уныние, печаль, которые даже в какой-то момент лишают их смысла существования, желания жить. В таком состоянии находился Ахиллес, когда узнал о гибели своего другого Патрокла. Похожую печаль испытывал Одиссей в своих многолетних странствиях. Неслучайно, Гомер называет его страдальцем. Чтобы выжить в таких экстремальных, выходящих за рамки обычного опыта, ситуациях человеку нужно обладать жизнестойкостью, умением ориентироваться в необычной обстановке, принимать верные решения, восполнять свои психические и физические ресурсы. Благодаря каким качествам действующие лица поэм Гомера выживают в предельных ситуациях?

Качества жизнестойкости. В психологии понятие жизнестойкости означает систему убеждений человека о себе и мире, а также ряд качеств характера, помогающим им успешно преодолевать стресс. Она характеризует человека с точки зрения его душевной выносливости, крепости, силы сопротивления к воздействию чрезвычайных ситуаций, обозначает волевую энергию, присущую человеку и помогающую ему добиваться поставленных целей (Котенева, 2015). К таким качествам героев поэм Гомера можно отнести религиозные ценности, целый ряд физических и духовных качеств – необычную физическую силу, энергию, мужество и любовь. Любовь дает силы переносить невзгоды и преодолевать препятствия. Ради любви к жене, сыну, родине Одиссей двадцать лет терпит душевные и физические страдания. Однако жизнестойкость героев не объясняется только их природными свойствами или приобретенными качествами, умениями и навыками. Их душевные и физические силы ограничены, хотя по своей природе они и являются полубогами. Герои обычно выживают лишь с помощью богов, с которыми они совместно борются за свою жизнь (Котенева, 2015). В поэмах обозначены и типичные способы, к которым прибегают герои, чтобы укрепить свои силы.

Способы укрепления жизнестойкости: молитва и жертвоприношения. В экстремальных ситуациях обычно используются молитва (от греч. ευχή, лат. oratio – обращение – возведение души, ума и сердца к Богу) за советом и помощью к тому или иному богу и жертвоприношение. В молитве герой просит разъяснить смысл происходящих событий, наказать врагов, восстановить справедливость, укрепить физические силы, духовную крепость и мужество. Знания и опыт общения с богами дают им душевные силы преодолевать трудности, поддерживают их в сложных жизненных ситуациях. Молитва к богам, как правило, сопровождает важные моменты жизни многих героев, принятие ими того или иного решения. Наряду с молитвой, чтобы умилостивить богов, склонить их на свою сторону и избавить от напастей, ахейцы и троянцы регулярно приносят *жертвоприношения* богам. Жертвоприношение может быть принято, мо-

литва услышана, но не исполнена, так как у богов имеются свои планы на судьбу героев. Как ведут себя герои, как они справляются со своими негативными состояниями в экстремальных ситуациях? Можно ли объяснить их поведение действием механизмов психологической защиты и стратегиями совладания?

Психологическая защита. В психологии понятие психологической защиты обозначает совокупность подсознательных психологических механизмов, действий и способов, направленных на уменьшение или устранение причин, угрожающих целостности и устойчивости «я» человека. Текстологический анализ поэм Гомера показывает, что сила личности героев позволяет «держать удар», не подвергая искажениям реальные события, которые задевают их самолюбие. Лишь в *единичных случаях* гомеровские герои неосознанно прибегают к средствам и приемам, которые или ограждают сознание от травмирующей информации, или искажают восприятие реальных событий, или упрощают поведение человека.

Однако в поэмах «Илиада» и «Одиссея» есть описание моделей поведения, восприятия и рассуждений, феноменология которых по своим проявлениям напоминает подсознательные механизмы защиты, открытые в практике классического психоанализа и гуманистической психологии. Фактически Гомер изобразил прообразы многих механизмов защиты – регрессия, замещение, рационализация, проекция, подавление, реактивные образования, аннулирование, отрицание (Котенева, 2014).

Печаль и страдание: пути и способы их преодоления. Тема человеческого несчастья, печали и страданий занимает особое место в поэмах. В поэмах Гомера встречаются описания и способов преодоления горя. Чаще всего герои преодолевают его посредством активного переживания. Они страдают, мучаются, выражают свою душевную боль во внешнем поведении – плаче, стенаниях, воплях и жестах. На современном психологическом языке они осуществляют «выплекс и вентиляцию эмоций». Такие действия позволяют им пережить горе. Помогают в этом и специальные люди – зачинатели плача. В отдельных случаях гомеровские герои сознательно прибегают к известным уже нам защитным приемам. Например, Ахиллес утоляет печаль «исступлением гнева», а именно, начинает оскорблять тело Гектора (Гомер: Илиада, 1967, XXIV 523). С печалью справляются на основе ее сознательного подавления: «Скроем в сердца и заставим безмолвствовать горести наши», а также терпения – «Будь терпелив и печалью себя не круши беспрерывной» или отвлечения от ситуации горя и печали. Переключение на действия, вызывающие противоположные печали положительные чувства (покой, приятная пища и наслаждения любовью) позволяет устранить душевную боль (Гомер: Илиада, 1967, XXIV 523; XXIV 549; XXIV 128–130).

Наряду с конкретными ситуативными приемами совладания со своими переживаниями есть и другие способы, которые могут даже кар-

динально изменить жизнь человека, избавить его от печалей и страданий, а в некоторых случаях стать ее единственным смыслом. Почти повсеместно в поэмах Гомера встречаются такие советы скорбящим и плачущим: «утешаться питьем и едою», «Ели прекрасное мясо и сладким вином утешались», «Бросьте печаль и беспечно едой и питьем утешайтесь». Гомер описывает еще несколько путей ухода от страданий и печали, которые открыты для человека – самоактуализация, творчество и искусственный мир ярких ощущений, куда попадают с помощью наркотических препаратов, психоделической музыки и магических рецептов. Сегодня эти способы иллюзорной псевдозащиты широко распространены среди миллионов людей во всем мире (Котенева, 2013).

Итак, многие проблемы экстремальной психологии и их решение описаны в художественной форме в эпических поэмах Гомера «Илиада» и «Одиссея». В этих произведениях раскрыта природа экстремальной ситуации, выявлены основные негативные состояния, возникающие в ситуациях угрозы для жизни – тревога, страх, ужас, а также личностные ресурсы жизнестойкости. Гомер показывает разные способы психологической защиты, совладания со стрессом, преодоления печали, горя и тоски, которые могут представлять интерес и для современных людей, сталкивающихся с трудными и экстремальными ситуациями в своей жизни.

Литература

Гомер. Илиада и Одиссея. Перевод И. Гнедича. М.: Художественная литература, 1967.

Журавлев А.Л. Особенности междисциплинарных исследований в современной психологии // Теория и методология психологии. Постнеклассическая перспектива / отв. ред. А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. М.: ИП РАН, 2007. – С.15-32.

Кольцова В.А. Теоретико-методологические основы истории психологии. М.: Институт психологии РАН, 2004.

Котенева А.В. Психологическая защита личности. М.: ММГУ, 2013.

Котенева А.В. Феномен психологической защиты в поэмах Гомера «Илиада» и «Одиссея»// Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2014. – Т.20. – № 2. – С.31-34.

Котенева А.В. Печаль и горе: пути и способы их преодоления (на материале эпических поэм Гомера «Илиада» и «Одиссея») // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2013. – №4. – С. 152-156.

Котенева А.В. Понятие духовности в эпических поэмах Гомера «Илиада» и «Одиссея»// Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2015. – Т.21. – № 3. – С.43-47.

Лосев А.Ф. Гомер.– М.: Молодая гвардия, 2006.

Челышев П.В., Котенева А.В. Очерки по истории мировой культуры: боги и герои античной мифологии. Учебное пособие. – М.: МГГУ, 2013.

Челышев П.В. Человек античной мифологии: природа героя и личный выбор судьбы // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. 2014. – Т. 20. – № 4. – С.213–216.

Челышев П.В. Столкновение красоты и добра в античном мифе// Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014. – № 9-2 (47). – С.186-188.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛЮДЕЙ, ПРЕДПОЧИТАЮЩИХ ЯРКУЮ ОДЕЖДУ

Круглякова Е.А.
Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В работе представлены результаты теоретического и эмпирического исследований, а так же были рассмотрены проблемы психологических особенностей цветовых предпочтений в одежде. Теоретический анализ литературы проблемного материала показал, что одним из доминирующих критериев выбора одежды является цвет. Феномен предпочтения цвета в психологии – это актуальная тема для исследования личности и эмоционального состояния людей, предпочитающих яркую одежду.

Ключевые слова: психологические особенности людей, предпочитающих яркую одежду, существуют различия в предпочтении яркой одежды, связанные с отношением к моде, выбором цвета, эмоциональным состоянием и самооценкой.

PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF PEOPLE WHO PREFER BRIGHT CLOTHES

Kruglyakova E.A.
Moscow state University of design and technology, Russia

The results of theoretical and empirical research, as well as the problems were psychological characteristics of color preferences in clothing. Theoretical analysis of the literature of the problem of the material showed that one of the dominant criteria for the choice of clothing is the color. The phenomenon of color preference in psychology - is a hot topic for the study of personality and emotional state, people prefer bright clothes.

Keywords: psychological characteristics of people who prefer bright clothes , there are differences in preference for bright clothes connected with the attitude to fashion, color choices , emotional state and self-esteem.

Актуальность изучения психологических особенностей людей, предпочитающих яркую одежду, связана с тем, что в современном мире существует тенденция к предпочтению ярких оттенков в одежде с целью самовыражения.

Культура цвета в одежде имеет не меньшее значение, чем культура поведения. Одежда является определенной визитной карточкой человека, а цвет ее составляющей. Психология цвета в одежде рассматривает оформление внешности как многомерную информацию о личности. При формировании первого впечатления о личности цветовая гамма в одежде является важнейшей составляющей, поскольку, как правило, она воспринимается окружающими как знак привлекательности или непривлекательности.

В качестве теоретической базы были использованы исследования Н.Г. Артемцевой, И.В. Антоненко, Т.Н. Грековой, А.В. Гофмана И.Н. Карицкого, М. Люшера – Л.Н. Собчик, Н.В. Серова. Цветовые предпочтения в одежде обусловлены очень многими факторами жизни, воспитания, индивидуальными особенностями, чертами характера человека. Установлено, что в первую очередь на стиль в одежде оказывает влияние географический фактор. В комплексной многомерно-параметрической концепции пяти культурных слоев моды в одежде это первый слой – материальный, относится к объективным факторам внешней среды (Антоненко, Карицкий, 2014). Люди, живущие в теплом климате, с обильным солнечным светом, любят одеваться в яркие цвета. Не случайно, женщины стран Востока в своей одежде традиционно используют контрастные орнаменты, много насыщенных теплы оттенков. Национальные костюмы нагляднее демонстрируют цветовые предпочтения в одежде того или иного народа. Самые энергичные народы, которые проживают в теплых странах, выбирают яркие цвета, а спокойные и выдержанные (немцы или англичане) тяготеют к более приглушенным и темным оттенкам (Вейс, 2000).

Предпочтение цвета как отражение характера, темперамента, особенностей личности отмечают многие исследователи (Серов, 2003). Понять, почему мы выбираем определенные цвета, мы можем, обратившись к результатам психологических исследований.

Красный – это цвет страстей. Его выбирают сильные, смелые люди, активные и энергичные люди. Они обладают сильной волей, властны и живут полной, насыщенной жизнью. Такие люди, чаще всего, испытывают потребность в успехе и победе, стремятся к власти и не равнодушны к жизненным благам (Андрэ, Некрасова, 2013). Оранжевый цвет в одежде предпочитают здоровые люди, умеющие держать себя в руках. Часто они обладают хорошей интуицией, усердны и мечтательны. Доминирующий

желтый цвет символизирует спокойствие, умиротворенность и непринужденность в отношениях с людьми (Люшер, 1997). Синий цвет выбирают люди, испытывающие потребность в глубокой привязанности, стремящиеся к эмоциональному комфорту, покою и отдыху. Часто, очень чувствительные к социальным воздействиям люди, у которых преобладает повышенная тревожность (Андрэ, Некрасова, 2013). Предпочитаемый фиолетовый цвет может говорить о подсознательном желании нравится и стремлении к кокетству (Люшер, 1997). Фиолетовые оттенки выбираются людьми со склонностью к самовнушению. Есть данные о том, что интерес к фиолетовому цвету связан с физиологическим состоянием человека, например, часто выбирают беременные женщины. Коричневый цвет обозначает чувственную впечатлительность. Люди здоровые и энергичные чаще всего помещают коричневый цвет ближе к концу. Как любимый цвет, он означает сильную потребность в отдыхе и расслаблении, так как коричневый – символ бесконфликтной, приятной атмосферы. Предпочитаемый белый цвет. Белый цвет – это синтез всех цветов, поэтому он является идеальным цветом, «цветом мечты». В нем заложен многозначительный смысл, поскольку он одновременно передает и сияние света, и холод льда (Браэм, 2009). В психологическом отношении этот цвет малоинформативен, его предпочитают люди с совершенно противоположными чертами характера, он никогда не отталкивает. Его выбирают люди, стремящиеся к независимости и свободе. Черный цвет противостоит белому. Для российских женщин данный цвет представляет особую ценность – в повседневной жизни, кроме случаев делового и официального общения. Если человек предпочитает черный всегда и везде, то в нем много негативизма, может проявляться экстремизм в поведении. (Андрэ, Некрасова, 2013).

В исследовании И.В. Грекова цветовая семантика была изучена в рамках мифологической символики. Так, красный цвет исконно ассоциировался с цветом крови, борьбы, власти. Черный архетипически символизирует отрицание самого бытия, несет в себе смысловую бытийную конечность существования и уход в изначальный хаос и пустоту. Мифологическая символика зеленого цвета связана с древними культами плодородия, поклонением божествам природных сил, лесов и полей, восходящей молодой зелени весны, переходящей в зрелую зелень лета. Желтый цвет связан с солярной символикой: Солнце, зарождение нового дня, радость жизни, восход и начало солнечного цикла, божества договора и согласия. Мифологическая символика синего цвета связана с божествами мудрости и тайных знаний, а так же трактуется как символический цвет сферы сновидений, погружения в инобытие, связи с Космосом (Греков, 2016).

С целью проверки **гипотезы**, что *существуют различия в психологических особенностях людей, связанные с предпочтением яркого цвета в одежде* было проведено эмпирическое исследование.

Испытуемые: 40 человек, в возрасте от 18 до 21года, студенты дизайнеры МГУДТ.

Методики: 1)Методика «Шкала отношения к моде» (ШОМ) Н.Г. Артемцевой, Т.Н. Грековой; 2) Метод цветовых выборов М.Люшера – Л.Н. Собчик; 3)Метод семантического дифференциала Ч. Осгуда.

Обработка и обсуждение результатов. Вся выборка была разделена на две группы по результатам метода цветовых выборов М. Люшера – Л.Н. Собчик - в первой группе предпочтительными были основные цвета-желтый цвет (35%), на втором месте – красный (27%), дальше – зеленый (20%), фиолетовый (10%) и на последнем месте – синий цвет (8%). Во второй группе – дополнительные: синий –цвет (27%), далее фиолетовый цвет (25%), черный цвет (23%), зеленый цвет (10%), серый цвет (8%), коричневый цвет (5%), и на последнем месте – желтый цвет (2%).

Далее обе группы испытуемых были протестированы по методике «Шкала отношения к моде (ШОМ).Представленная методика измеряет субъективно-личностное отношение к моде у отдельного человека. Как подчеркивают авторы, это попытка уточнить и конкретизировать представление о психологическом содержании моды в структуре обыденного индивидуального сознания на внешнем и внутреннем уровнях. В результате предыдущего исследования авторами были получены общие и индивидуальные компоненты восприятия моды посредством анализа ассоциаций испытуемых: общее – образ жизни, круг общения, ценности, предпочтения в выборе профессии, одежды, курорта, места жительства – все это присутствует в нашей повседневной жизни, несмотря на изменения содержания этих понятий; особенное – понимание стиля как борьба за индивидуальность даже вопреки моде и создание модных направлений (Артемцева, Грекова, 2013)

Текст опросника содержит 14 шкал:

1. Модный человек хорошо социально адаптирован.
2. Комфорт и практичность важнее, чем мода.
3. Мода – это внутреннее проявление себя.
4. Мода задает определенные правила поведения и манеру одеваться.
5. Мода – это ни в коем случае не вид искусства.
6. Мода – способ привлечение внимания.
7. Мода - способ манипуляции обществом.
8. Мода - это творчество, создание нового, необычного.
9. Мода – это гармония форм и пропорций.
10. Мода - стремление к целостности между внешним и внутренним состоянием.
11. Мода – это реализация желания выделиться.
12. Мода - процесс познания мира.
13. Мода - проявление внутренней потребности в познании нового.

14. Мода – это общепризнанное направление, в котором должно двигаться общество (Артемцева, Грекова, 2015).

В первой исследуемой нами группе оказались высокие показатели значения «Шкалы отношения к моде», это указывает на такие свойства личности как удовлетворение потребности в безопасности, признании, демонстративность, высокая самооценка, стремление к самоактуализации и самовыражению. В своем поведении они руководствуются модными тенденциями и рекомендациями известных специалистов индустрии моды. Испытуемые второй группы с низкими показателями по ШОМ выбирают комфортную и практичную одежду, не обращая внимания на модные тенденции.

Для выявления достоверно значимых различий был применен t-критерий Стьюдента. Были получены статистически значимые различия в уровне субъективного оценивания себя по трем факторам семантического дифференциала Ч.Осгуда– оценка, сила, активность. По фактору «оценка» у первой группы показатели выше, чем у второй группы – это означает, что исследуемые первой группы принимают себя как личность, склоны осознавать себя как носителей позитивных, социально желательных характеристик, в определенном смысле удовлетворены собой. Испытуемые второй группы критически относятся к самим себе, неудовлетворенны собственным поведением. По фактору «активность» испытуемые первой группы более активны, общительны и деятельны. По фактору «сила» также оказались высокие показатели в первой группе – эти испытуемые более уверенны в себе, решительны, склонны рассчитывать на собственные силы в трудных ситуациях. У второй группы выявлены низкие значения фактора - это свидетельствуют о недостаточном самоконтроле, неспособности держаться принятой линии поведения, зависимости от внешних обстоятельств и оценок.

Результаты, полученные в проведенном нами исследовании, позволяют сделать вывод о том, что люди, предпочитающие яркую одежду, находятся в положительном и позитивном настроении, обладают высоким уровнем самооценки и склонны к самоактуализации и самовыражению. Люди, предпочитающие не яркие цвета в одежде, находятся в неспокойном и напряженном состоянии, так же они менее уверенны в себе и критически относятся к самим себе, неудовлетворенны собственным поведением, выбирают комфортную и практичную одежду, не обращая внимания на модные тенденции. Результаты теоретического и эмпирического исследований в данной работе имеют большую значимость для использования в учебно-образовательном процессе психологов и дизайнеров, тренингах личного стиля, в индустрии моды и в рекламной индустрии. Психологические особенности людей, предпочитающих яркую одежду – это тема в психологии, открывающая большие возможности и горизонты для изучения перед психологами, социологами и дизайнерами.

Литература

Андрэ Н., Некрасова С. Практическая психология цвета. М.: Профит стайл, 2013.

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная психология моды // Приволжский научный вестник. 2014. – № 11-2 (39). – С.105-110.

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария. – // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2015. – № 38. – С.61-70.

Артемцева, Н.Г., Грекова, Т.Н. Общее и особенное в восприятии моды: постановка проблемы – // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2013. – №4. – С. 97-104.

Браэм Г. Психология цвета. М.: АСТ, Астрель, 2009.

Вейс Г. История цивилизации. Одежда. М.: Эксмо-Пресс, 2000.

Греков И.В. Образ Я как интеграл архетипических субличностей. Дисс. PhD, М., 2016.

Люшер М. Цвет вашего характера - М.: Вече, Рипол Классик, 1997.

Серов Н.В. Цвет культуры: психология, культурология, физиология. Санкт-Петербург: Речь, 2003.

ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТА В ДИЗАЙНЕ ДЕТСКОГО ИГРОВОГО ПРОСТРАНСТВА

Куриленко О.Н., Волкодаева И.Б.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Данная статья посвящена психологии цвета в дизайне детского игрового пространства. Детское пространство является одним из самых важных элементов городской среды, так как влияет на психологию развития ребенка, особенно своей цветовой гаммой. В данной статье приведены рекомендации для разработки детских игровых площадок, при которых необходимо уделять особое внимание цветовой гамме, так как именно она психологически влияет на мировоззрение подрастающего поколения.

Ключевые слова: детская психология, детское игровое пространство, психология цвета, детские площадки, цветовая гамма, проектирование детской среды.

THE PSYCHOLOGY OF COLOR IN THE DESIGN OF CHILDREN'S PLAY SPACE

Kurilenko O.N., Volkodaeva I.B.

Moscow State University of Design and Technology, Russia

The article focuses on the psychology of color of the children's play space's design. Kids' space is one of the most important elements of the urban

environment, as it affects the psychology of child development, especially its colors. This article provides some recommendations for the development of kids' playgrounds, and describes how necessary pay attention on colors, as it effects on the vision of younger generation psychologically.

Keywords: child psychology, kids play space, color psychology, playgrounds, colors, design of children's environment.

Детское игровое пространство одно из самых важных элементов благоустройства городской среды. Игровое пространство – это детские площадки (игровые или для отдыха), которые находятся на открытом пространстве. Правильная организация детского игрового пространства положительно влияет на развитие ребенка, способствует развитию фантазии, общению, как с окружающим миром, так и с другими детьми. При проектировании детского игрового пространства дизайнеры и архитекторы применяют исследования многих психологов, преподавателей детских учреждения, медицинские и эргономические требования. Создавая игровое пространство нужно учитывать интересы и требование каждой возрастной группы детей.

Создание детских игровых зон с учетом научных исследований в области психологии началось только в XX веке. Исследования детской психологии и особенностей личностного развития привели к тому, что к играм - и, соответственно, к созданию специальных игровых "территорий" - стали подходить с точки зрения науки.

Основная проблема, возникающая перед проектировщиками, дизайнерами и архитекторами, разрабатывающими детские игровые площадки, связана с тем, что ребенок постоянно меняется, как с физиологической, так и с психологической точки зрения. Этот факт обуславливает постоянную смену потребностей, влияющих на смену игровых ситуаций и игрового оборудования (Григорьев, 2012, с.23).

Детское игровое пространство – это место где дети играют, бегают, прыгают, общаются с другими детьми, погружаются в воображаемый мир. В больших городах игровое пространство является неотъемлемым местом, где дети могут во взаимодействии с природой. Предметы на игровых пространствах должны привлекать внимание на себя, гармонировать не только между собой, но и с городской средой.

На психологическую атмосферу детей на детской площадке огромное воздействие проявляет цветовая гамма. Выбор цветовой гаммы для детского игрового пространства должен учитывать не только размер площадки, освещенность данной территории, но и на влияние цветовой гаммы на психику ребенка. При проектировании детских площадок обычно используют оттенки трех основный цветов (желтый, красный и синий), они привлекают детей намного лучше.

Но при этом нужно понимать, каково влияние цвета или его оттенка на психологию ребенка. Оно давно известно и описано психологами всего мира. Вот самые главные аспекты:

- Красный цвет для ребенка – сильный раздражитель. Он обычно вызывает даже у самых спокойных детей чрезмерную активность. По результатам многих исследований, было определено, насколько сильно воздействует определенный цвет на детей.
- Желтый считается цветом гармонии, он способен вызывать у ребенка радостные ощущения, а также стимулировать его к сосредоточенности и послушанию. Особенно благоприятно желтый цвет влияет на возбужденного, нервного и склонного к истерикам ребенка.
- Зеленый цвет оказывает сильное влияние на развитие и перемены в характере у детей. Он побуждает интерес к учебе и к познанию окружающего мира. Оттенки зеленого внушают ребенку смелость, формируют уверенность в себе.
- Синий цвет – цвет глубины и чистоты. Оттенки синего в силах даже у самого пассивного ребенка пробудить воображение и вызвать интерес к «мирам далеким». Если ваша задача – обратить или привлечь детское внимание к чему-либо конкретно, то обязательно старайтесь использовать хотя бы чуть-чуть синего цвета.
- Голубой цвет – это всегда свежесть, невесомость и легкость. Голубые оттенки оказывают расслабляющее влияние на детский организм в целом, они успокаивают. С медицинской точки зрения доказано, что голубой цвет способен понижать давление. Голубые оттенки помогают ребенку снять напряжение в конце дня, но не стоит забывать, что перенасыщать помещение голубым цветом нельзя. Это вызывает ощущение отчуждения и холода.
- Оранжевый цвет поможет ребенку стать более общительным. Этот цвет укрепляет сообщество людей, ребенку будет проще научиться общаться с окружающими людьми. Детская психология такова, что оранжевый цвет помогает им лучше переносить время пребывания в одиночестве.
- Фиолетовый цвет может быть отличным символом духовного совершенства и чистоты, изобилия и просветления. Он вызывает у ребенка ощущение внутренней гармонии и покоя. Фиолетовые оттенки очень хорошо сочетаются с легкими желто-розовыми тонами (Ситтель, 2012).

И.В. Гете в своей книге «К учению о цвете (Хроматика)» писал «…в своих самых общих элементарных проявлениях, независимо от строения и формы материала, на поверхности которого мы его воспринимаем, цвет оказывает известное воздействие на чувство зрения, к которому он преимущественно приурочен, а через него и на душевное настроение…» (Гете, 1957, с.268). Гете считал, что желтый цвет пробуждает светлые чувства, синий вызывает ощущения холода, сиреневый чего-то безотрадного, а красный создает целую гамму впечатлений (Грант, 1980).

Современные дети, живущие в городах, мало бывают на природе и мало двигаются. Специалисты утверждают, что у ребенка должно быть право на контакт с природой. В городской среде оно часто нарушается или просто не учитывается. Ландшафтный дизайн выступает в этом случае как одно из средств достижения определенных качеств детской развивающей среды и направлен на создание атмосферы, благоприятной развитию детей, культивированию многообразных форм игровой деятельности, созданию пространства, способствующего развитию свободной игры. Формы и виды игры во многом зависят от того места, где они происходят. Игра понимается как совокупность времени и пространства, где дети могут быть самостоятельными и воплотить свои замыслы. В этом смысле, игровое пространство это место рождения личности.

Например, дизайн игровых площадок за рубежом направлен поощрение творческих игр в среде, которая устанавливает связь с природными системами, которые изменяются в зависимости от сезона. Художественное моделирование рельефа игровых площадок позволяет создавать игровые ландшафты, интегрированные в окружающую среду. Активное использование цвета гармонизирует предметно-пространственную среду игровых пространств. Не стандартные игровые элементы делает игру детей более изобретательной, стимулируют воображение, исследовательскую и физическую активность (Мигулько, 2012).

Большое количество корпораций, промышленных объединений и компаний занимается исследованиями особенностей детского восприятия цветов и их сочетаний. Научно исследовательская работа проведена по заказу для реального производства серии детской мебели компании «Aerographi of PLANET FANTASY». Для исследования цветовых предпочтений потребителей были разработаны цветовые тесты с заранее выбранными двенадцатью цветами, из них шесть ярких насыщенных и шесть пастельных светлых цветов. Из теста дети выбирали два цвета из предпочитаемой ими гаммы цветов. Аналогично были проведены тестовые опросы детей семи лет и одиннадцати, а также взрослых людей – родителей. Результаты тестового опроса показывают, что в период с пяти до одиннадцати лет вместе с развитием мировосприятия детей меняется их цветовые предпочтения. Дети пяти лет отдают свое предпочтение ярким цветам, предложенным в тесте: красный, коричневый, синий, оранжевый, желтый, фиолетовый. Свыше 68 % детей выбрали яркие цвета и 31% светлые. 53,5% детей семи лет предпочитают яркие насыщенные цвета, 46,5% проголосовали за светлые пастельные цвета. Тут мы прослеживается тенденция к склонности детей к ярким оттенкам. Но по цветовым сочетаниям ясно видно, что большинство проголосовали за контрастные цвета. В одиннадцатилетнем возрасте: 44% детей предпочли яркие тона и 56 % детей выбрали светлые, т.о. прослеживает снижение выбора ярких оттенков и повышение предпочтения к светлым оттенкам. Период с семи до одинна-

дцати лет в мировосприятии детей переломный период, с быстрой познавательной яркой жизни меняется на более осознанную светлую и спокойную. Детская личность выражена и в их предпочтениях, пожеланиях, интересах и хобби. В период с пяти до десяти лет дети пытаются узнать об окружающем мире как можно больше и поэтому яркие бескомпромиссные цвета в их сознании воспринимаются лучше и беззаботней (Григорьев, 2012, с.56-58).

В результате данного исследования можно сделать вывод, что на развитие каждого ребенка положительно влияет как правильная организация детского пространства, так и цветовая гамма данного игрового пространства.

При проектировании, какого-либо детского пространства не только необходимо учитывать цветовые гаммы, а ставить их в приоритет, так как некоторые цвета могут раздражать детей и нести негативное влияние, а некоторые наоборот влияют благоприятно. Так же нельзя забывать о выборе и мнении самих детей. В качестве примера детского восприятия и предпочтения цветовой гаммы, в статье предоставлен тестовый опрос детей, мебельной компанией «Aerographi of PLANET FANTASY».

Результаты опроса показали, что у детей (разной возрастной группой) меняется их предпочтения в выборе цветовой гаммы. Исходя, из всего этого следует, что при проектировании детских игровых пространств необходимо уделять огромное внимание выбору цветовой гаммы, как одному из основных аспектов, влияющих на психологическое развитие детей в условиях пребывания в игровых пространствах.

Литература

Гете И.В. К учению о цвете (Хроматика) // И.В. Гете. Избр. соч. по естествознанию. М., Наука, 1957.

Гранд И. Природа цвета. М.: Стройиздат, 1980.

Григорьев А.Д. Проектирование. Детские игровые площадки. Магнитогорск: МаГУ, 2012.

Мигулько Е.Н. Зарубежная практика формирования дизайна детских игровых площадок в современной городской среде // Мат-лы XVIII Международной научно-практической конференции «В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии». Т.1. Новосибирск: СиБАК, 2012.

Ситтель М. Детская психология – влияние цвета на психологию ребенка. URL: http://www.allwomens.ru/12670-detskaya-psihologiya-vliyanie-cveta-na-psihologiyu-rebenka.html (дата обращения: 06.03.2016 г.).

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК ФОРМА МЫШЛЕНИЯ И ПОЗНАНИЯ

Лопаткова И.В.
Московский педагогический государственный университет, Россия

В работе представлены теоретические основания и описание авторской технологии художественного моделирования, применяемой для создания образовательной среды, инициирующей субъектную позицию, проектировочную и исследовательскую деятельность студентов художественно-графического факультета педагогического вуза, изучающих психолого-педагогические феномены. Обосновывается возможность применения данной технологии для амплификации образовательного пространства, учитывающего специфику будущей профессиональной деятельности, интересов и способностей студентов, интеграции в него художественного способа познания, приводятся конкретные примеры.

Ключевые слова: образовательная среда, художественный образ, моделирование, мышление, внутренний диалог, субъектность, художественно-творческая активность.

ARTISTIC MODELING AS A FORM OF THINKING AND COGNITION

Lopatkova I.V.
Moscow State Pedagogical University, Russia

The paper presents the theoretical basis and the description of the author's art simulation technology used to create the educational environment, initiating the subject position, design and research activity of the students of art-graphic faculty of pedagogical high school, studying the psychological and pedagogical phenomena. The possibility of applying this technology to amplify the educational space, taking into account the specifics of student's future professional activity, their interests and abilities and integration of artistic method of cognition into it is substantiated. The specific examples are given.

Keywords: educational environment, an artistic image, design, thought, inner dialogue, subjectivity, artistic and creative activity.

Внутренний диалог является основой мышления. В.С. Библер отмечает: «В процессе творческого мышления каждый субъект деятельности интериоризирует ("овнутряет") свои внешние напряжения, напряжения социально разделенного труда, в форме антиномического диалога мыслителя с самим собой» (Библер, 1975, с. 267). Особенно в данном мнении философа следует отметить антиномию, т. е. осознание субъектом наличия сложно связанных, вытекающих одна из другой противоположностей в предме-

те осмысления, которые и вступают в диалог в процессе мышления. Г.М. Кучинский определяет функции внутреннего диалога в мыслительном процессе: изменение замысла, программы решения задач; организация многопрограммного поведения; коррекция исходного понимания; рефлексия над собственной деятельностью; актуализация и синтез включенных в диалог точек зрения (Кучинский, 1988, с. 164). Исходя из данных посылок, следует вывод, что внутренний диалог является не только одной из основ мышления, но и имманентно включается в творческий процесс уже на стадии первичного творчества, т. е. в процессе восприятия и начального понимания проблемы, стимула. Отсюда следует предположение, что для инициирования внутреннего диалога необходимо неоднозначное, противоречивое, антиномическое информационное пространство. В условиях обычного обучения оно практически не создается, так как информация дается в уже обработанном учеными, преподавателем виде. В лучшем случае предусматривается инициация рассуждения, исходя из, опять же заданных ранее, отправных конструкций. Таким образом разговор о субъектности познающего, о его активности, аутентичности, инициативе и творческой позиции в осмыслении предмета познания, в интеллектуальном событии весьма относителен.

Художественное событие, как совместное интеллектуально-чувственное проживание во времени и в пространстве, предусматривающее художественно-творческую активность субъектов разворачивает внутренний диалог не в привычном для обычного контакта направлении от понятия к отношению, а наоборот, от отношения (эмоций, основанных на притяжении-отталкивании, на эффекте узнавания необходимого, на открытии) к пониманию, которое возникает не столько из логики познания, сколько из сильного переживания соучастия в создании мнения, отношения, позиции к предмету познания. По мнению С.П. Иванова термин «художественный» содержит в себе следующее значение: демонстрация и актуализация духовного (корень «худ» - раскрытое, развернутое «дух») (Иванов, 2002). Традиционное понимание художественности больше рассматривается эстетикой, чем психологией и основано на категориях красоты, целесообразности, гармонии, таланта или способностей людей, заявивших о себе в области искусства и литературы. Художественность связывается со способностью личности к преображению или созданию новой духовной реальности, которая, объединяет личностное, социальное и трансцендентное. Формой мышления в художественном событии становится художественный образ, приемом — художественно-творческая активность, в которой создается новый продукт, включающий результаты эмоционально-чувственной, интеллектуальной активности автора, занимающего позицию не стороннего наблюдателя, «оценивателя», судьи, а позицию художника-исследователя. Одной из форм художественного события является художественное моделирование.

Художественное моделирование - одна из форм интеллектуально-чувственного преображения авторской информации об объекте познания с целью создания ситуации интеграции имеющихся и, конечно, продуцирования новых знаний, эмоций, отношений, предположений, предчувствий автора относительно объекта исследования. Остановимся на некоторых особенностях художественного моделирования, способствующих усилению субъектной позиции участника познания.

В процессе мышления происходит моделирование ситуации, предмета осмысления. Мы рассуждаем о нем, анализируя, аргументируя, опровергая и предполагая. Но результат остается умозрительным, не фиксированным. В ситуации с художественным моделированием результат не только фиксируется, но и, в процессе работы с моделью, может многократно переосмысливаться, трансформироваться.

Моделирование объекта вне художественного образа предусматривает создание уменьшенной копии для проведения экспериментальной работы по решению дополнительных задач, уточнению функционала объекта, улучшения (оптимизации) его эргономических показателей. При этом предусматривается некая достаточно ясная конвергентная цель. Художественное моделирование дивергентное и латеральное, т. к. основано на воплощении исследуемого объекта в художественное произведение, т. е. преображении самого исследуемого объекта, его трансформации для исследования его содержания и структуры, осуществления поиска возможных латентных компонентов, того, что ощущается, эмоционально воспринимается, но не читается на уровне понятий.

Процесс художественного моделирования затрагивает три художественных (духовно-эмоциональных, интеллектуально-чувственных) мира, отношения которых разворачиваются в художественном событии: субъект-автор, субъект-зритель (его можно рассматривать как соавтора), объект познания (преобразования), воплощаемый в художественном образе, который становится такой же интеллектуально-чувственной реальностью, так как способен преобразовывать отношения субъектов и объекта познания. Процесс художественного моделирования достаточно сложно обозначить в очередности этапов, так как, оно содержит интуитивный, интеллектуальный и чувственный поиск. Художественное моделирование, как и в целом художественный способ познания, позволяет осуществлять процесс взаимодействия с объектом познания в достаточно свободном и открытом гипотетическом пространстве, в котором художественная модель объекта становится авторским произведением, воплощением в новой конструкции его знаний, отношений, чувств, предположений.

Для пояснения выше изложенных позиций предлагаем некоторые технологии художественного моделирования, применяемые в психолого-педагогическом образовании студентов художественно-графического факультета МПГУ.

«Веер». Предположим, предметом изучения является социальный интеллект. С левой стороны листа предлагается нарисовать образ интеллекта, т. е. то, что связано с этим понятием ассоциативно, интеллектуально. Следует отметить, что ассоциативная концепция творческого мышления распространена в теориях: Д. Гартли, Дж. Пристли, И.А. Тэна, Г. Эббингауза, В. Вундта (Шорохов, 2012). Вполне приемлем и метафористический вариант поиска образов. С правой стороны листа рисуем образы социума, социальной задачи, социальной проблемы. Далее по центру листа - соединяем все образы в третий. Делать это можно по-разному. Выбирая значимые детали и соединяя их, создавая новый образ по ассоциациям, возникающим в процессе восприятия уже созданных образов, применяя операции агглютинации, типизации, объединяя по принципу общности внешнего окружения. Завершается создание образа рефлексией, основанной на разборе особенностей созданного образа, что позволяет выделить значимые компоненты познаваемого объекта.

«Импровизация». Предлагается посмотреть экспозицию картин художников с одноименным с познаваемым объектом названием (например, при изучении конфликта можно подобрать картины с названиями «Противостояние», «Противоречие»). Далее выбираем детали, которые ассоциативно, чувственно или логически больше воспринимаются как имеющие отношение к изучаемому объекту. Выделяем их, выносим на отдельный лист (можно применять графические редакторы, компьютерные программы) и объединяем в новый образ. Рассказываем, что получилось, отвечая на вопросы «Что я вижу,», «Какое оно?», «О чем оно?» . Таким образом, в рефлексии продолжается процесс моделирования объекта.

«Скульптурное моделирование». Предварительно называем предполагаемые свойства изучаемого объекта, например, художественных способностей. Ищем в помещении, на улице вещи, предметы, которые ассоциируются со свойствами изучаемого явления. Собираем все на выгороженном пространстве и составляем композицию, инсталляцию. Выделяем в ней основное и второстепенное, описываем ее. Меняем композицию, ищем другие сочетания, обсуждаем что и как поменялось в объекте. В обсуждении раскрывается структура художественных способностей.

«Музыкальное моделирование». Основано на синестезических особенностях восприятия. Задаются вопросы, к примеру: «Как звучит социальный интеллект? Как звучит психика?» Высказываются предложения о жанрах и стилях музыки, об инструментах. Далее можно подбирать музыку из имеющейся фонотеки, сочинять и исполнять ее с помощью простейших инструментов. Можно делать музыкальные загадки по каждому компоненту изучаемого предмета. Разговариваем, обсуждаем почему так, а не иначе.

«Мозаика». Заранее готовятся элементы модели, исходя из анализа научной литературы. Предлагается собрать целостную композицию, опи-

сать ее свойства, ее функционал с тем, чтобы понять что это, как и почему работает и кому надо. Каждый может составить свою композицию. Таким образом можно развернуть дискуссию о функциях, свойствах изучаемого объекта.

«Художественный образ». Предлагается нарисовать или слепить объект познания (можно подбирать в галереях современной живописи в интернете). Например, нарисовать картину под названием «Психика». Далее анализируем изображение с целью поиска значимых характеристик, особенностей образа.

Необходимо отметить, что для эффективного применения художественного моделирования в познании психологических, социально-психологических феноменов важно: открытость, проблемная ориентация, которая инициирует эмоциональность, стремление найти, обнаружить; синестезичность стимульных материалов и их неоднозначность; отсутствие ориентации на правильность результата; авторская позиция.

Литература

Библер, В.С. Мышление как творчество / В. С. Библер. М.: Политиздат, 1975.

Иванов С.П. Психология художественного действия субъекта /С.П. Иванов. Москва - Воронеж: МОДЭК, 2002.

Кучинский Г.М. Психология внутреннего диалога. Минск: Университетское, 1988.

Шорохов Е.В. Основные направления исследований психологии мышления в капиталистических странах.- Электронный ресурс: http//bookap.info/genpsy/mihkap/gl2.shtm

ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ МУЗЫКАЛЬНОСТИ МУЗЫКАЛЬНО ОДАРЕННЫХ УЧАЩИХСЯ

Лосева С.Н.

Педагогический институт Иркутского государственного университета, Россия

Рассматриваются теоретические и эмпирические аспекты проблемы развития музыкальности в процессе вокально-хоровой деятельности. Представлены результаты эмпирического исследования, в котором выявлены различия развития системообразующего структурного компонента музыкальной одаренности – музыкальности учащихся, занимающихся и не занимающихся пением. Показано, что данные различия связаны с особенностями занятий вокально-хоровой деятельностью: с соотношением описаний сходства и различия, а также параметров их сравнения.

Ключевые слова: музыкальная одаренность, музыкальность, аналитический слух, интонационный слух, вокально-хоровая деятельность.

FEATURES OF RESEARCH MUSICALITY MUSICAL GIFTED PUPILS

Loseva S.N.
Pedagogical Institute of Irkutsk State University, Irkutsk, Russia

The theoretical and empirical aspects of the development of musicality in the process of vocal and choral activities. The results of empirical study, which revealed differences in the development of system-structural component of musical gifted – musicality pupils engaged and not engaged in singing. It is shown that these differences are related to the peculiarities of vocal and choral training activities: value description with similarities and differences, as well as the parameters of comparison.

Keywords: musical gifted, musicality, analytical listening, intonation hearing, vocal and choral activities.

Обращаясь к истории изучения одаренности, можно отметить, что в нашей стране данный феномен долгое время понимался как определенный уровень сформированности способностей личности (Леонтьев, 1970; Рубинштейн, 2008; Теплов, 1985 и др.), тогда как одаренность, как самостоятельная проблема, не изучалась. Существенный вклад в изучение проблемы способностей и одаренности был сделан отечественным психологом Б.М. Тепловым (Теплов, 1985).

Проводя анализ отдельных музыкальных способностей, Б.М. Теплов выделяет прежде всего два признака музыкальности: переживание музыки как выражение некоторого содержания (способность эмоционально отзываться на музыку) и тонкое, дифференцированное восприятие и слышание музыки (Теплов, 2003).

Сегодня, изучая природу детской одаренности, многие отечественные психологи и педагоги, ориентируясь на положения теории общих и специальных способностей научной школы Б.М. Теплова, выделяют в изучении структуры музыкальной одаренности наиболее значимые компоненты музыкальных способностей, анализируют этапы их развития, определяют общие компоненты данного феномена.

В рассмотрении структуры музыкальности как компонента музыкальной одаренности в вокально-хоровой деятельности мы придерживаемся точки зрения Д.К. Кирнарской (Кирнарская, 2006). Определяя музыкальность как «синтез слуховой (аналитический слух) и эмоциональной (интонационный слух) музыкальных способностей», Д.К. Кирнарская отмечает, что «интонационный слух является «эмоциональной стороной» музыкальности, в то время как аналитический слух является ее «слуховой стороной» (Кирнарская, 2006). В настоящей публикации представлены ре-

зультаты эмпирического исследования развития музыкальности музыкально одаренных школьниц в процессе вокально-хоровой деятельности.

Изучение возрастных особенностей и выявление различий между школьницами первой и второй групп проводилось с помощью комплекса методик, направленных на изучение музыкальности как структурного компонента музыкальной одаренности. Диагностика интонационного и аналитического слуха (составляющих музыкальности) осуществлялась на основе исследований Б.М. Теплова, К.В. Тарасовой и Д.К. Кирнарской (Теплов, 2003; Тарасова, 1988; Кирнарская, 2006). Для анализа данных нами применялись методы математической статистики: в определении различий в уровне исследуемого признака применялся критерий U-Манна-Уитни.

Исследование музыкальности как компонента музыкальной одаренности проходило в процессе вокально-хоровой деятельности школьниц на уроках музыки, репетициях и концертных выступлениях вокально-хоровых коллективов.

Уровень развития способности интонировать мелодию голосом (аналитический слух) определялся по шестибалльной оценке (Тарасова, 1988):

1 - Интонирование в общепринятом значении этого слова практически отсутствует: ребенок просто проговаривает слова песни в определенном ритме, более или менее совпадающем с ритмом предложенного песенного образца.

2 - Интонирование одного-двух звуков мелодии, с опорой на которые и пропевается вся песня.

3 - Интонируется общее направление мелодии.

4 - На фоне воспроизведения направления мелодии проявляется достаточно «чистое» интонирование отдельных ее отрезков.

5 - «Чисто» интонируется вся мелодия в условиях пения с фортепианным сопровождением.

6 - Необходимость в аккомпанементе отпадает: ребенок относительно верно интонирует мелодический рисунок без сопровождения.

Интонационный слух музыкально одаренных школьниц оценивался нами также по шестибалльной оценке как наличие эмоциональной отзывчивости учащихся на музыку, степени и характера их ориентировочной активности в процессе вокально-хоровой деятельности. Музыкально одаренным респондентам предлагалось исполнить шесть песен из вокально-хорового репертуара коллективов, в котором участвовал ребенок. Школьниц, не занимающихся пением, просили продемонстрировать попевки из народных песен. Каждый исполненный ребенком музыкальный фрагмент оценивался экспертами одним баллом в том случае, если была проявлена в пении эмоциональность и выразительность. Высокий показатель интонационного слуха определялся шестью баллами (один балл за исполнение одного произведения), при отсутствии интонационного слуха ставилось ноль баллов.

Исследование музыкальной одаренности проводилось в условиях естественной для школьниц учебной музыкальной деятельности. Во время диагностики эксперты проявляли себя заинтересованными слушателями, при необходимости подбадривая испытуемых. Необходимо подчеркнуть, что для экспертов значимо не только психологическое, но и музыкальное образование, так как в данном случае он выступает в качестве эксперта, в процессе диагностики дается количественная и качественная (содержательная) оценка музыкально-исполнительским действиям учащихся.

Рассмотрим результаты сравнительного анализа музыкальности учащихся, занимающихся пением (музыкально одаренные) и не занимающихся пением. При статистическом анализе результатов аналитического слуха музыкально одаренных школьниц обнаружены достоверные различия с показателями школьниц, не занимающихся пением (8-10 лет - Uэмп = 393, при $p = 0,011$; 11-12 лет - Uэмп = 132,5, при $p < 0,001$; 13-15 лет - Uэмп = 5, при $p < 0,00$).

Для более углубленного анализа результатов исследования обследованные школьницы были разделены на три группы, соответствующие низкому, среднему и высокому уровням развития аналитического слуха. Низким считался уровень, соответствующий двум первым этапам развития слуха; средним - третьему и четвертому; высоким - пятому и шестому.

В группе музыкально одаренных школьниц 8-10 лет к низкому уровню отнесены 25%, к среднему - 54% , к высокому - 21%, то есть среди одаренных респондентов преобладают школьницы со средним уровнем аналитического слуха. В группе школьниц, не занимающихся пением, наблюдается иная ситуация - преобладает не только средний - 52%, но и низкий уровень - 46%, а высокий уровень аналитического слуха у данной группы составляет всего лишь 2%.

У музыкально одаренных школьниц 11-12 лет не обнаружены группы с низким показателем аналитического слуха. К среднему уровню отнесены в данной выборке 27% респондентов, а к высокому - 73%. Большое количество одаренных школьниц с показателями высокого уровня аналитического слуха, на наш взгляд, определяется интенсивностью и продолжительностью занятий пением. У испытуемых, не занимающихся пением, количественное соотношение детей с низким уровнем преобладает: к низкому уровню отнесены 44%, к среднему - 46%, к высокому - 10%.

В группе музыкально одаренных школьниц 13-15 лет в процессе исследования обнаружено, что в ней отсутствуют школьницы, обладающие низким уровнем развития аналитического слуха, к среднему уровню отнесены 10%, а к высокому - 90%; у школьниц, не занимающихся пением, к низкому уровню отнесены 67%, к среднему - 26%, к высокому - 7%. Значения уровня аналитического слуха у школьниц 13-15 лет имеют разное процентное соотношение. В группе музыкально одаренных

школьниц 13-15 лет количество респондентов с высоким уровнем аналитического слуха преобладает, чем в группе школьниц, не занимающихся пением.

Рассмотрим показатели средних значений интонационного слуха школьниц 8-10, 11-12 и 13-15 лет. Уровень развития интонационного слуха у музыкально одаренных школьниц развит в большей степени, чем у школьниц, не занимающихся пением. На наш взгляд, это связано с увлеченностью и повышенным интересом к музыкальным занятиям музыкально одаренных школьниц. В процессе статистического анализа обнаружены достоверные различия уровня интонационного слуха музыкально одаренных школьниц с показателями школьниц, не занимающихся пением (8-10 лет - Uэмп = 169,5, при $p < 0,001$; 11-12 лет - Uэмп = 151,5, при $p < 0,001$; 13-15 лет - Uэмп = 6, при $p < 0,001$), что свидетельствует о развитости интонационного слуха музыкально одаренных учащихся. Как и в исследовании аналитического слуха, различия в уровне интонационного слуха определялись нами по трем группам, соответствующим низкому (1-2 балла), среднему (3-4 балла) и высокому (5-6 баллов) уровням развития.

В группе музыкально одаренных школьниц 8-10 лет к высокому уровню отнесены 38%, к среднему - 62%; в группе школьниц, не занимающихся пением, к низкому уровню отнесены 44%, к среднему - 56%, группа школьниц с высокими показателями отсутствует. В процессе исследования было выявлено, что с увеличением возраста наблюдается тенденция к повышению показателей в группе музыкально одаренных школьниц 11-12 лет. Среди респондентов данного возраста нет учащихся с низкими результатами, к высокому уровню отнесены 69%, а к среднему уровню - 31%. В группе школьниц, не занимающихся пением, наблюдается противоположная картина – присутствует большое количество испытуемых с низкими и средними показателями: к низкому уровню отнесены 22%, к среднему - 74%, к высокому - 4%.

В процессе исследования была обнаружена возрастная положительная динамика – с увеличением возраста увеличивается количество музыкально одаренных учащихся 13-15 лет с высокими показателями и отсутствием респондентов с низким уровнем интонационного слуха. Среди одаренных школьниц данного возраста к среднему уровню отнесены 30%, к высокому - 70%. В группе школьниц, не занимающихся пением, к отмечается тенденция к возрастной отрицательной динамике показателей. Происходит увеличение количества школьниц, не занимающихся пением, с низкими показателями интонационного слуха: к низкому уровню отнесены 33%, к среднему - 60%, к высокому - 7%.

Можно отметить, что вокально-хоровая деятельность способствует развитию аналитического и интонационного слуха у музыкально одаренных испытуемых, что определяет положительную возрастную динамику и высокие показатели музыкальности у респондентов. Отсутствие

вокальных занятий приводит к противоположной тенденции: отрицательной динамике и низким показателям школьниц, не занимающимся пением.

Отмечая характерные особенности сенсорной сферы младших школьников, которая способствует интенсивному формированию звуковысотного слуха и, используя практический опыт вокально-хоровой деятельности автора данного исследования, в процессе изучения музыкальной одаренности в вокально-хоровой деятельности был выявлен сензитивный период. Данный подход был определен положением о том, что в возрастной период с 8 до 15 лет проявляются наиболее яркие незаурядные способности к вокально-хоровой деятельности; различные воздействия оказывают большое влияние на развитие психической функции, на психическое развитие в целом. Именно этот возрастной период был определен наиболее оптимальным для проведения психологического исследования музыкальной одаренности в процессе вокально-хоровой деятельности.

Изучение музыкальности школьниц в эмпирическом исследовании показало, что существуют различия в уровне показателей музыкальности учащихся. Уровень показателей у музыкально одаренных учащихся выше и в процессе вокально-хоровой деятельности наблюдается возрастная динамика развития аналитического и интонационного слуха у одаренных испытуемых. С увеличением возраста музыкальность развивается. Статистический анализ результатов свидетельствует о том, что уровень музыкальности одаренных школьниц выше и достоверно значимо различается с показателями школьниц, не занимающихся пением.

Возрастная положительная динамика музыкально одаренных школьниц объясняется тем, что в пении школьницы приобретают навыки музыкально-художественного познания, вследствие чего происходит интегрированность эмоциональной и интеллектуальной деятельности. Таким образом, вокально-хоровая деятельность способствует развитию аналитического и интонационного слуха у музыкально одаренных испытуемых, что определяет положительную возрастную динамику и высокие показатели музыкальности у респондентов. Отсутствие вокальных занятий приводит к противоположной тенденции: отрицательной динамике и низким показателям школьниц, не занимающимся пением.

Литература

Кирнарская Д.К. Теоретические основы и методы оценки музыкальной одаренности. Дис. … д-ра психол. наук. М., 2006.

Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. М.: Изд-во МГУ, 1972.

Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2008.

Тарасова К.В. Онтогенез музыкальных способностей. М., 1988.

Теплов Б.М. Избранные труды: В 2-х т. Т.1. М.: Педагогика. 1985.

Теплов Б.М. Психология музыкальных способностей. М.: Наука, 2003.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОСТИ КАК КОМПОНЕНТА МУЗЫКАЛЬНОЙ ОДАРЕННОСТИ В ШКОЛЬНОМ ВОЗРАСТЕ

Лосева С.Н.
Педагогический институт Иркутского государственного университета, Россия

Рассматриваются эмпирические аспекты проблемы развития креативности музыкально одаренных школьниц в процессе вокально-хоровой деятельности. Представлены результаты эмпирического исследования, в котором выявлены различия развития креативности учащихся, занимающихся и не занимающихся пением. Показано, что данные различия связаны с особенностями занятий вокально-хоровой деятельностью: с соотношением описаний сходства и различия, а также параметров их сравнения. Полученные результаты свидетельствуют о равномерности развития креативности.

Ключевые слова: музыкальная одаренность, креативность, вокально-хоровая деятельность, сравнительный анализ, возрастные особенности.

COMPORATIVE ANALYSIS OF CREATIVITY MUSICALLY GITED SCHOOLGIRL

Loseva S.N.
Pedagogical Institute of Irkutsk State University, Russia

We consider the empirical aspects of the development of creative musically gifted schoolgirls in vocal and choral activities. The results of empirical studies, which revealed differences in the development of creativity of students involved and not involved in singing. It is shown that these differences are related to the peculiarities of vocal and choral training activities: a ratio of descriptions of similarities and differences, as well as the parameters of comparison. The results indicate the uniformity of creativity.

Keywords: musical gifted, vocal and choral activities, comparative analysis, age features.

Поскольку важнейшей (или даже центральной) составляющей нашего исследования является способность к творчеству (или качества, характеризующие творческую направленность), кратко остановимся на рассмотрении понятия «креативность».

Термин «креативность» (от английского «create» - творить, создавать) получил распространение в 60-е годы 20 века и в настоящее время широко используется в психологических исследованиях как зарубежных, так и отечественных авторов. Существует множество различных определений понятия креативности и подходов к ее изучению. Общим же для многих

исследователей является понимание креативности как некоторой совокупности мыслительных и (или) личностных особенностей, способствующих творческим проявлениям и творческим достижениям.

Мотивационную сферу творческой личности диагностирует методика Д.Б. Богоявленской (Богоявленская, 1988; 2000, с.186-197; 2004, с.202-204) «креативное поле», разработанная в рамках общепсихологической концепции творчества. Творческие проявления музыкальной потребности, динамика мотивационного процесса в музыкальной деятельности, регуляционные функции потребности в музыке изучались также в работах Г.С. Тарасова (Тарасов, 1991, с.103-107).

В исследовании общетворческих компонентов музыкальной одаренности, проведенном М. Кононенко (Кононенко, 2004), были получены данные о высоком уровне некоторых показателей творческого мышления (в частности, оригинальности) у музыкально одаренных детей на материале изобразительной батареи теста творческого мышления П.Торренса, а также о выраженности познавательной потребности у данного контингента детей. Вместе с тем, в работах А.А. Мелик-Пашаева (Мелик-Пашаев, 1994) все же отмечается, что ни один из предложенных П. Торренсом параметров креативности не является существенным для оценки художественного произведения.

В исследовании музыкальной одаренности школьниц в процессе вокально-хоровой деятельности мы опирались на культурно-психологическую модель одаренности, разработанную доктором психологических наук Л.И. Ларионовой (Л.И.Ларионова, 2002).

Определяя специфику вокально-хоровой деятельности, в структуру музыкальной одаренности мы включили интеллект, креативность, духовность и музыкальность (как синтез аналитического и интонационного слуха). Нам близка точка зрения Л.И. Ларионовой (Ларионова, 2002), определяющей креативность как глубинное свойство одаренной личности, позволяющее, с одной стороны, на основе индивидуального опыта развивать свою одаренность, а с другой стороны, экстериоризировать личностный опыт, приобретенный в процессе интериоризации культурных ценностей, делать его достоянием социума и способствовать, таким образом, развитию культуры.

В настоящей публикации представлены результаты эмпирического исследования развития креативности музыкально одаренных школьниц в процессе вокально-хоровой деятельности. Способность к творчеству (креативность) в вокально-хоровой деятельности, на наш взгляд, следует рассматривать как особое качество личности, характеризующееся способностью к саморазвитию.

Музыкальное творчество проявляется как самопознание, самовыражение, самоутверждение в их единстве. При этом творчество - это не внешне активное выражение «деятельности», а глубинное стремление личности к духовному самоопределению через искусство. Отсюда проистекает

потребность в самовыражении, когда ребенок выражает свое отношение к нравственно-эстетическим идеалам, заключенным в искусстве; в самопознании, когда «исследует» свой духовный мир через музыку; в самоутверждении, когда через музыкальное искусство он заявляет о себе, о богатстве своей чувственности, о своей творческой энергии. Уровень музыкально-творческого развития проверяется, прежде всего, путем наблюдения за детьми в процессе вокально-хоровой деятельности. Наиболее благоприятными для этого представляются внеурочные формы общения в условиях свободного выбора деятельности.

Исходя из представленных выше аргументов, креативность нами исследовалась на основе результатов показателей уровня дивергентного мышления и личностных творческих характеристик музыкально одаренных школьниц. Креативность изучалась с помощью модифицированных креативных тестов Ф. Вильямса (Туник, 2003). Уровень показателей дивергентного мышления и личностных творческих характеристик музыкально одаренных учащихся соответствует среднестатистической норме. В процессе исследования обнаружена возрастная положительная динамика у школьниц 11-12 лет по фактору название ($U_{эмп} = 192$, при $p = 0,018$).

Рассмотрим результаты изучения сравнительного анализа особенностей креативности школьниц. Анализ результатов тестирования дивергентного мышления показал, что у музыкально одаренных школьниц в рисунках часто встречались музыкальные инструменты и символы (фортепиано, барабан, скрипичный и басовый ключи, восьмые, четвертные длительности и паузы и т.д.). Учащиеся младших классов чаще используют цвет как один из смысловых компонентов изображения. Учащиеся подросткового возраста предпочитают рисовать карандашом одного цвета. В целом, анализируя средние значения общего показателя дивергентного мышления, можно заметить, что с возрастом коэффициент дивергентного мышления у музыкально одаренных школьниц повышается. Если у учащихся 8-10 лет среднее значение коэффициента дивергентного мышления равно 60,4, у учениц 11-12 лет - 63,7, то у школьниц 13-15 лет - 67,7. У школьниц, не занимающихся пением, мы наблюдаем иную картину: коэффициент дивергентного мышления снижается у школьниц 11-12 лет и повышается у школьниц 13-15 лет. У учащихся 8-10 лет среднее значение коэффициента дивергентного мышления равно 56,9, у учениц 11-12 лет - 54,1, а у школьниц 13-15 лет - 57,9.

Компонентный анализ развития дивергентного мышления дает возможность выявить причины изменения показателей с увеличением возраста. Сравнивая пять показателей по факторам беглость, гибкость, оригинальность, разработанность и название у музыкально одаренных учащихся разных возрастных групп, можно заметить следующее: беглость и гибкость повышается у школьниц 11-12 лет и снижается у школьниц 13-15 лет, оригинальность понижается у школьниц 11-12 лет и

повышается у школьниц 13-15 лет, а разработанность, название постепенно повышаются с увеличением возраста. На основании этого можно сказать, что в целом у музыкально одаренных школьниц отмечается положительная возрастная динамика за счет повышения показателей по факторам разработанность и название.

У школьниц, не занимающихся пением, средние значения беглости и оригинальности снижаются с увеличением возраста респондентов, гибкость, разработанность, название снижаются у школьниц 11-12 лет и повышаются у школьниц 13-15 лет. Данные результаты позволяют нам предположить наличие обратных тенденций: у музыкально одаренных школьниц за счет повышения показателей разработанность и название; у школьниц, не занимающихся пением, за счет снижения беглости и оригинальности.

Наряду с выявленными тенденциями хотелось бы отметить тот факт, что как в целом у всей выборки, так и у учащихся с разным типом групп с увеличением возраста возрастает дифференциация по коэффициенту дивергентного мышления; выделяются группы учениц как с очень высоким, так и с очень низким показателем дивергентного мышления. Можно заметить, что с возрастом увеличивается количество музыкально одаренных учащихся, у которых происходит значительное изменение коэффициента дивергентного мышления. При этом с увеличением возраста количество учащихся, у которых повышается этот коэффициент, начинает преобладать над количеством школьниц, у которых коэффициент понижается. Это еще раз подтверждает тенденцию к повышению креативности у музыкально одаренных школьниц.

Рассмотрим подробнее результаты исследования разных возрастных групп. Изучение креативности одаренных учащихся 8-10 лет показало, что уровень дивергентного мышления отличается однородностью. Результаты дивергентного мышления учащихся 8-10 лет позволяют судить о том, что школьницы данного возраста имеют нормальный уровень развития дивергентного мышления, соответствующий данному возрасту. Сравнение общих суммарных показателей дивергентного мышления выявило, что у музыкально одаренных школьниц 8-10 лет общее значение результатов выше, чем у сверстниц данного возраста и соответствует среднестатистической норме. Статистически значимых различий между группами школьниц 8-10 лет не обнаружено. Данный факт свидетельствует о сходстве в уровне развития дивергентного мышления у школьниц данного возраста, который отражает несколько повышенную способность к беглости и гибкости мышления, выраженный в продуктивности и способности выдвигать различные идеи, смене своей позиции и нового видения.

В процессе исследования самооценки творческих характеристик личности школьниц 11-12 и 13-15 лет обнаружен большой процент учащихся с низким уровнем показателей и выявлено отсутствие школьниц с

высокими значениями. Иначе говоря, результаты исследования личностных творческих характеристик соответствуют низкой оценке респондентов своих творческих возможностей.

Особенностью развития дивергентного мышления музыкально одаренных школьниц 11-12 лет является то, что уровень показателей по всем факторам превышает средние значения сверстниц данного возраста, не занимающихся пением, и в основном соответствует норме. На основе сравнительного анализа было выявлено, что уровень общего суммарного показателя у музыкально одаренных школьниц 11-12 лет значимо превышает показатель дивергентного мышления школьниц, не занимающихся пением (общий суммарный показатель - Uэмп = 271,5, при $p < 0,001$). Музыкально одаренные школьницы превосходят своих сверстниц творческой продуктивностью (беглость - Uэмп = 511, при $p = 0,032$), способностью выдвигать разнообразные идеи, используя разнообразные стратегии решения проблем (гибкость - Uэмп = 414, при $p = 0,008$).

Показатель оригинальности идей многими психологами признается ключевой характеристикой творческого мышления и означает способность к выдвижению идей, отличающихся от очевидных, банальных или твердо установленных. Они способны делать большие умственные «скачки» или «срезать углы» при поиске решения, но это не связано с импульсивностью, поскольку поиск оригинальных решений предполагает торможение очевидных и тривиальных ответов (оригинальность - Uэмп = 474, при $p = 0,053$).

Рисунки музыкально одаренных школьниц отличаются ассиметричностью и сложностью (разработанность, Uэмп = 302,5, при $p < 0,001$). Одна из важнейших причин высоких значений шкалы разработанности музыкально одаренных учащихся связана прежде всего с высокой успеваемостью, на наш взгляд, которая определяет и успешность обучения в процессе вокально-хоровой деятельности. Этим детям также свойственно творческое использование языка (название, Uэмп = 419, при $p = 0,011$) - вербального средства для отображения сути образного задания, стремление к любознательности, чувствительности к новому и неизвестному, способности к вероятностному прогнозированию. Любознательность музыкально одаренных респондентов выражается в способности испытуемого выйти за пределы изображенной ситуации.

В группе музыкально одаренных школьниц 13-15 лет все показатели превышают средние значения дивергентного мышления школьниц, не занимающихся пением. Между музыкально одаренными школьницами 13-15 лет и респондентами, не занимающимися пением, выявлены значимые различия по количеству идей, разнообразию категорий и изображений рисунка в разных местах внутри заданного пространства (разработанность - Uэмп = 108,5, при $p < 0,001$ и общий суммарный показатель - Uэмп = 178, при $p = 0,016$)). Данный факт свидетельствует о положительной динамике возрастного развития дивергентного мышления музыкально одаренных школь-

ниц 13-15 лет в сравнении со школьницами 11-12 лет, так как суммарный балл может служить довольно стабильным индексом творческого потенциала.

Подводя общие итоги исследования, можно сформулировать следующие выводы: уровень показателей у музыкально одаренных учащихся превышают показатели учащихся, не занимающихся вокально-хоровой деятельностью; статистический анализ результатов свидетельствует о достоверно значимо различиях; вокально-хоровая деятельность способствует развитию креативности у музыкально одаренных учащихся, что определяет положительную возрастную динамику и высокие показатели креативности у респондентов.

Литература

Богоявленская Д.Б. Вчера и сегодня психологии творчества // Творчество в искусстве - искусство творчества / Д.Б.Богоявленская. М.: Наука; Смысл, 2000. – С.186 - 197.

Богоявленская Д.Б. Психологические основы интеллектуальной активности: автореф. дис. … докт. психол. наук / Д.Б.Богоявленская. М., 1988.

Богоявленская Д.Б. Современные тенденции в психодиагностике/ Д.Б.Богоявленская // Психология образования: проблемы и перспективы: Материалы I Международной научно-практической конференции. М.: Смысл, 2004. – С.202 - 204.

Кононенко М.А. Соотношение общих и специальных компонентов одаренности в музыкально-исполнительской деятельности: дис. … канд. психол. наук. М., 2004.

Ларионова Л.И. Интеллектуальная одаренность и культурно-психологические факторы ее развития: дисс. … д-ра психол. наук. Иркутск, 2002.

Мелик-Пашаев А.А. Психологические основы способностей к художественному творчеству: автореф. дис. … докт. психол. наук. М., 1994.

Тарасов Г.С. Особенности профессионального мышления современного молодого музыканта//Психологический журнал. 1991.– Т.12. –№3. –С.103-107.

Туник Е.Е. Модифицированные креативные тесты Вильямса. СПб.: Речь, 2003.

СУЩНОСТЬ ПРОЕКТНОГО МЫШЛЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ ДИЗАЙНА

Марихин С.В.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Россия

Рассматривается сущность, характеристика проектного мышления дизайн-специалиста. Установлено, что проектное отношение дизайн-специалиста выражается в эмоционально окрашенном желании целенаправленного преобразования объекта. Проектное отношение аксиологич-

но. Оно всегда носит ценностно-оценочную окраску, будучи основано на суждениях дизайн-специалиста.

Ключевые слова: проектное мышление, научность, креативность, критичность.

ESSENCE OF PROJECT THINKING OF DESIGN SPECIALIST

Marikhin S.V.
Saint Petersburg State University of Economics, Russia

The essence and the characteristic of project thinking of design specialist are examined. The author found that the project attitude of design specialist expresses in emotive desire of purposeful transformation of the object. Project attitude is axiological. It always has a value and estimate overtone based on the judgments of the design specialist.

Keywords: project thinking, scientificity, creativity, criticism.

Развитие новой системы образования в России, ориентированного на вхождение в мировое образовательное пространство, сопровождается существенными изменениями в педагогической теории и практике учебно-воспитательного процесса.

В российском образовании провозглашен принцип вариативности, который дает возможность педагогическим коллективам учебных заведений выбирать и конструировать педагогический процесс по любой модели.

В научной литературе последних лет педагогический процесс рассматривается не только как объект изучения, но и как объект конструирования, что проявляется в поисках эффективных путей его построения, соответствующих научным достижениям.

Вопросы дизайнерского образования студентов рассматриваются в трудах А.С. Близнюка, В.Н. Гамаюнова, А.Г. Дроздецкого, Е.Н. Ковешниковой, Г.Б. Минервина и др.

Особого внимания заслуживают исследования и выводы, содержащиеся в трудах ученых, работающих в профессиональных сферах сервиса и дизайна: Н.В. Воронов, В.П. Глазычев, Т.В. Гудкова, П.В. Капустин, В.Ф. Сидоренко, В.В. Смирнов, Н.К. Соловьев.

Опыт проектирования развития общественных систем в рамках методологии систем мыследеятельности (О.И. Анисимов, В.М. Розин, Г.П. Щедровицкий, П.Г. Щедровицкий), реализация проектирования как управленческой процедуры (И.В. Бестужев-Лада, Н.И. Лапин, И.И. Ляхов, С.Ф. Фролов) дали толчок к перенесению методологии проектирования в область образования (В.С. Безрукова, В.И. Слободчиков, Г.Л. Ильин, С.В. Марихин, Ю.Г. Татур и др.).

Кардинальная перестройка целей, содержания, методов и технологий образования означает, что по масштабам своего влияния на личность процесс профессиональной подготовки специалистов сервисного профиля должен стать более действенным и конструктивным именно потому, что он затрагивает всех участников - и педагогов, и студентов. Решение задачи этого нового класса сложности динамизируется и требованием времени, которое как никогда чревато ускорением перемен.

Отсюда необходимость в утверждении нового подхода в процессе обучения и воспитания к развитию личности специалиста в области дизайна.

На наш взгляд, способность к дизайнерской деятельности в современную эпоху - это новая грань человеческой образованности. Попробуем уточнить, какими качествами и почему необходимо обладать, чтобы успешно заниматься дизайнерской деятельностью.

В монографиях и учебных пособиях по педагогическому проектированию и дизайну в образовании в основном подробно описывается организационно-содержательная сторона дизайнерской деятельности, этапы ее реализации, то есть внешние, видимые условия осуществления.

Нам хотелось бы больше внимания уделить внутренним, «невидимым» условиям, без которых проектная деятельность специалиста в области дизайна не приобретает свойств, позволяющих преобразовывать не только объект и ситуацию, но и самих специалистов, участвующих в этом преобразовании. Дело в том, что сознание специалистов в области дизайна, вовлеченных в проектную деятельность, под ее влиянием приобретают новые, дополнительные свойства.

Например, позиция специалиста-проектировщика отличается счастливой возможностью получения принципиально новой для себя информации, освоения совместно с другими людьми новых видов активности, переживания позиции. Принятию подобной позиции сопутствует развитие определенных личностных характеристик (Безрукова В.С., 2007).

Рассмотрим их подробнее. Прежде всего, это особое состояние открытости сознания новому, неизведанному.

Проектное сознание специалиста в области дизайна, с одной стороны, ориентировано на извлечение знания из опыта, из рефлексии над этим опытом и действиями субъекта в его рамках.

С другой - способно порождать на основе знания, полученного опытным путем, некие образы, выполняющие опережающую функцию относительно будущих состояний объектов (Рубанюк, 1995).

Установлено, что проектное воображение специалиста в области дизайна во многом сродни творческому воображению, которым обладают художники, поэты, композиторы, представители других творческих профессий. Однако в дополнение к свойствам творческого воображения оно отличается «методологической дисциплинированностью».

Природа проектного воображения сочетает фантазию с умением вообразить объект дизайна, проектирования на фоне сразу нескольких контекстов, составить его целостный контекстный образ. В частности, творческие открытия, проявляющиеся в ходе дизайна, отличаются от озарения (инсайта) специалиста сервисного профиля, спонтанно прорывающегося из хаоса мыслей и образов к оптимальному решению задачи, своей планомерностью (Рубанюк, 1995).

Мышление дизайнера должно обладать творческой фантазией, которая развивается на основе любознательности и наблюдательности. Любознательность - важная психологическая черта любого творческого человека. Наблюдательность проявляется в умении анализировать материал зрительного восприятия, выделять в нем важное и интересное. Выстраивание цепочки визуальных образов - процесс личностный, поэтому способствует развитию не только проектных навыков, но и выработке творческой индивидуальности.

Развитие проектного мышления возможно только в результате самостоятельной работы учащихся и студентов над проектными заданиями, в условиях, когда самому учащемуся или студенту приходится отвечать на поставленные вопросы. В образовательном процессе для формирования проектного мышления используется метод учебных проектов, благодаря которому формируется профессиональное проектное мышление, закрепляется алгоритм творческого поиска (Лихачёв, 2010).

На наш взгляд, совмещение в сознании различных образов становится возможным при мысленном или реальном использовании так называемого приема «экрана», куда проецируются сразу несколько имеющихся изображений, иногда противоречащих друг другу. Этим проектное воображение отличается от «просто» воображения, способного нарисовать какую-то одну картину, отражающую лишь авторскую точку зрения.

Очевидно, что врожденное проектное воображение имеется у незначительного количества людей. Причем с возрастом его формирование все больше затрудняется в силу накопления по мере взросления стереотипов восприятия и реакций. Это выдвигает перед педагогами задачу развития и практического использования данного вида воображения у специалиста в области дизайна.

Для этого существует множество методов, приемов, технологий, в частности технологии развития латерального мышления, подробно описанные Э. де Боне (Боне, 1997). В свою очередь участие в дизайнерской деятельности выполняет развивающую функцию по отношению к сознанию, как бы расширяя его границы.

Установлено, что с проблемой включения проектного воображения специалиста в области дизайна сопряжена педагогическая проблема развития и формирования культуры восприятия действительности в рамках проектирования, дизайна. Использование соответствующих диагностических

процедур, владение исследовательскими умениями позволяют получать адекватное реальности первоначальное представление о сфере дизайна.

Отмечая важность научного исследования и учета особенностей проектного мышления специалиста в области дизайна, подчеркнём, что оно проявляется в умении промысливать будущее, используя для этого определенные процедуры. В частности, это касается структурирования и переструктурирования информации об объекте, о ситуации его развития, его внешних и внутренних связях, будущем состоянии.

Анализ публикаций по проблеме проектного мышления специалиста в области дизайна показывает, что есть несколько основополагающих типов проявления такого мышления. Среди характеристик специалиста в области дизайна, которые отвечают за порождение новых мыслей, идей, решений, особо выделяют научность, креативность, критичность, методологичность, проблемность мышления.

В широком смысле слова научное мышление – это система норм, выработанных в ходе многовекового развития науки и инвариантных для всех отраслей; в известном смысле оно противостоит житейскому, обыденному мышлению. Часто бывает достаточно одного факта для широкого обобщения или далеко идущего вывода, иногда происходит игнорирование фактов, недооценка степени их значимости или, наоборот, ее преувеличение. Иными словами, научное мышление противостоит обыденному, поверхностному восприятию явлений окружающего мира (Попков, 2008).

Проектное мышление приводит к получению решений, их выбору, созданию необычных и оригинальных идей, обобщений, теорий, а также форм. Оно воплощает виртуальные идеи посредством языка в геометрические и пластические образы, решает функциональные, планировочные и конструктивные задачи. Проектное мышление включает в себя образные и художественные характеристики (Рубаник, 1995).

Представляется интересной попытка выделить особенности критического осмысления специалистом в области дизайна собственно произведенных результатов и тех, к получению которых он непосредственного отношения не имеет.

Так, критическое мышление специалиста в области дизайна рационально и продуктивно. Его носитель способен к отстранению, отчуждению от ситуации, от авторитетных мнений специалистов сервисного профиля.

Критическое мышление специалиста в области дизайна тяготеет к оценивающей позиции, в которой необходимо выразить свое отношение к чему-либо и сформировать собственное суждение. Оно основано на сравнении и выборе наиболее целесообразных и продуктивных вариантов из уже имеющихся компонентов. Причем критичность в данном случае распространяется не только на оценку полученных данных, но и на собственную позицию, на состояние дизайнерской готовности, на проектные действия специалиста сервисного профиля.

Так, например, раскрывая рефлексивную фазу педагогического исследования, В.А. Попков отмечает, что в педагогическом знании сегодня отсутствует такой инструмент, как количественное оценочное соотношение, и потому в процессе осознания критически осмысливающим субъектом той или иной проблемы порой бывает очень трудно осуществить «взвешивание» и понять, что преобладает: отрицательное или положительное. Отсутствие рационально-логических возможностей факторного анализа в педагогике обусловливает «проникновение» в этот процесс интуиции, а также определяет решающую роль эксперимента в подтверждение или опровержение результата критического осмысления (Попков, 2008).

Установлено, что креативное мышление специалиста в области дизайна отличает поисковое начало, способность генерировать идеи, создавать концепции, воспринимая явления и процессы окружающей действительности в необычных сочетаниях, с необычной стороны, в новом контексте.

В соответствии с общей моделью организации подготовки специалистов в области дизайна к проектированию были разработаны программы вариативных учебных дисциплин с выделением в них содержания, обеспечивающего специалистов в области дизайна знаниями и умениями системного проектирования. Программы также имели модульную конструкцию с выделением в них разделов: «Теоретические основы проективной деятельности» и «Практические основы проективной деятельности».

Проводя исследование, нами принималось во внимание то, что специалист в области дизайна становится участником проектной деятельности в разных ситуациях, ролях и позициях. Он может участвовать в различных проектах, быть в числе разработчиков или исполнителей проекта; включаться в сетевые проекты или выступать в качестве эксперта проектов, выполненных другими специалистами.

Именно поэтому мы постарались как можно более понятно представить поле проектной активности специалиста в области дизайна, делая акценты на том существенном, что отличает проектное мышление от других видов мышления.

Таким образом, в групповой проектной работе совокупное мнение выступает своеобразным зеркалом, помогающим выходу специалиста в области дизайна за свои пределы за счет создания предпосылок к формированию новой установки, позиции, оценки по отношению к себе в проекте. По мере проговаривания членами группы мнения относительно личностных свойств и проявлений друг друга открываются новые функциональные возможности в регуляции динамики поведения и развития личности специалиста в области дизайна.

Наряду с перечисленными свойствами проектный тип мышления специалиста в области дизайна отличается дисциплинированностью, способностью к структурированию, умением увидеть связи внутри объекта и

его с внешней средой, следовать за логикой построения нормированных мыслительных процедур.

Литература

Безрукова В.С. Педагогика: учеб. – 3-е изд., перераб. и доп. / В.С. Безрукова. СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2007.

Боне де Э. Латеральное мышление. СПб., 1997.

Достижение качества через преобразование. Подход к улучшению управленческой деятельности: Информ. бюл. ассоциации Деминга / Под ред. Ю.Т. Рубаника. М.: МГИЭТ (ТУ), 1995.

Педагогика: курс лекций / Б.Т. Лихачев; под ред. В.А. Сластёнина. М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010.

Попков В.А. Дидактика высшей школы: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В.А. Попков, А.В. Коржуев. – 3-е изд., испр. и доп. М.: Издательский центр «Академия», 2008.

ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙНА СОВРЕМЕННЫХ ЛЕГКОВЫХ ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ В КОНТЕКСТЕ ОСНОВНЫХ ФОРМООБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ

Меделец Н.А.
Айкона Дизайн и Инжиниринг, Шанхай, Китай

Данная статья посвящена рассмотрению особенностей дизайна экстерьера и актуальных тенденций легковых электромобилей в контексте основных формообразующих факторов. В основе предложенного материала лежит диссертационное исследование Н.А. Медельца «Факторы формообразования легкового автомобиля (технологический аспект)» 2013. В качестве объекта исследования для статьи были взяты действующие электромобили и концепткары, произведенные за последние 10-15 лет.

Ключевые слова: авто дизайн, формообразование, электромобили, факторы формообразования, легковой автомобиль.

DESIGN FEATURES OF MODERN ELECTRIC VEHICLES CARS IN TERM OF THE MAIN FORM FACTORS

Medelets N.A.
ICONA Design & Engineering Co., Ltd, Shanghai, China

This article is devoted to regarding of design features and actual tendencies of light electric vehicles in term of the main form factors. This material is based on thesis research of N.A. Medelets «Form factors of the car (technologi-

cal aspect)» 2013. For the research object in this article was taken current electric vehicles and concept cars, which were made during last 10-15 years.

Keywords: auto design, form generation, electric vehicles, form factors, car.

До недавнего времени электромобили были предметом многочисленных споров и существовали лишь в единичных экспериментальных образцах. Сегодня электромобили стали реальностью и мы все чаще наблюдаем, как появляются на рынке компании, специализирующиеся на выпуске подобных транспортных средств.

Вопрос дизайна таких машин остается открытым. Во-первых, это зависит от используемых технологий, которые постоянно совершенствуются, видоизменяются в электромобилях, что косвенно или напрямую оказывают влияние на дизайн (Меделец, 2013). Во-вторых, вместе с технологиями корректируются эксплуатационные нормы и требования, что тоже влияет на дизайн. В-третьих, у потребителя нет четкого представления, как именно должен выглядеть электрокар, что открывает большие возможности для дизайна.

Нижеприведенная информация рассматривает дизайн экстерьера электромобилей, при этом дизайн интерьера не принимается во внимание, так как является темой отдельного исследования.

На данный момент, в большинстве случаев, основным сдерживающим фактором, оказывающим влияние на дизайн электромобилей, является социальный фактор, в том числе его психологические компоненты. Под этим подразумевается соответствие электромобиля эксплуатационным требованиям и потребительским предпочтениям и ожиданиям. На наш взгляд, эта тенденция будет сохраняться еще относительно долгое время, пока существует функциональная система «человек-вещь-среда» или в нашем случае «человек-автомобиль-среда» использования. Необходимо некоторое время, чтобы новые технологии и инновации прошли апробацию и повсеместно заместили существующие.

Так, серийный выпуск легковых автомобилей с электрической силовой установкой, внешне отличающихся от автомобилей с привычным двигателем внутреннего сгорания, искусственно придерживается из-за нефтяного лобби. Стоит также отметить, что общество уже готово «пересесть» на электрокары, в том случае, если они станут такими же доступными в ценовой категории и экономичными, как их бензиновые аналоги, и по техническим характеристикам не будут уступать им. Прежде всего это касается разгона, скорости, дальности; скорости заряда и ресурса батареи, ее ёмкости и массы; всепогодности и условиях использования (Мамонтов, 2015, с.63.).

Только в редких случаях имеют место быть примеры электромобилей, чей внешний вид значительно отличается от существующих моделей легковых автомобилей. Это касается прежде всего, спорткаров и шоукаров, так называемых концепткаров, демонстрируемых на автомобильных

выставках и шоу в качестве образцов перспективного видения дизайна того или иного автомобильного бренда (Matt Burt, 2015, с.16). Кроме них, встречаются и электрокары других классов (малый, средний, минивэны, кроссоверы). В таких случаях производитель позиционирует себя, как выпускающий только электрокары (Tesla, Faraday Future), либо представляет отдельное направление, сфокусированное на производстве электрических версий (Nissan-модель Leaf; BMW – модели i-серии i3, i8; Porshe – модель Mission E, предполагаемая к выпуску в 2020 году) (Radek Laude, 2013, с.32-33.). Потребительский сегмент таких авто пока все еще остается класса люкс и премиум (рис. 1). В данном случае выделяются факторы: образно-эмоциональный, эстетический, стилистический, социальный и экологический. Назвать дизайн таких машин «революционным» нельзя. Так как это: по-прежнему все те же автомобили с привычным нам компоновочным решением, конструкцией и эргономикой (четыре колеса и функциональный, полезный объем между ними); с такой же посадкой водителя и пассажира как в бензиновых аналогах; с теми же с узнаваемыми типами кузова; габаритными размерами. Но все же есть некоторые черты, позволяющие нам говорить, что перед нам электромобиль. По большей части они скрыты от глаз, так как предполагают использование других, «облегченных», конструкционных материалов и технологий, таких как: карбоновый капот, стекловолоконные пружины амортизаторов, алюминиевая рама с примесью углеродного волокна, армированного полимерами (Audi R8 e-tron).

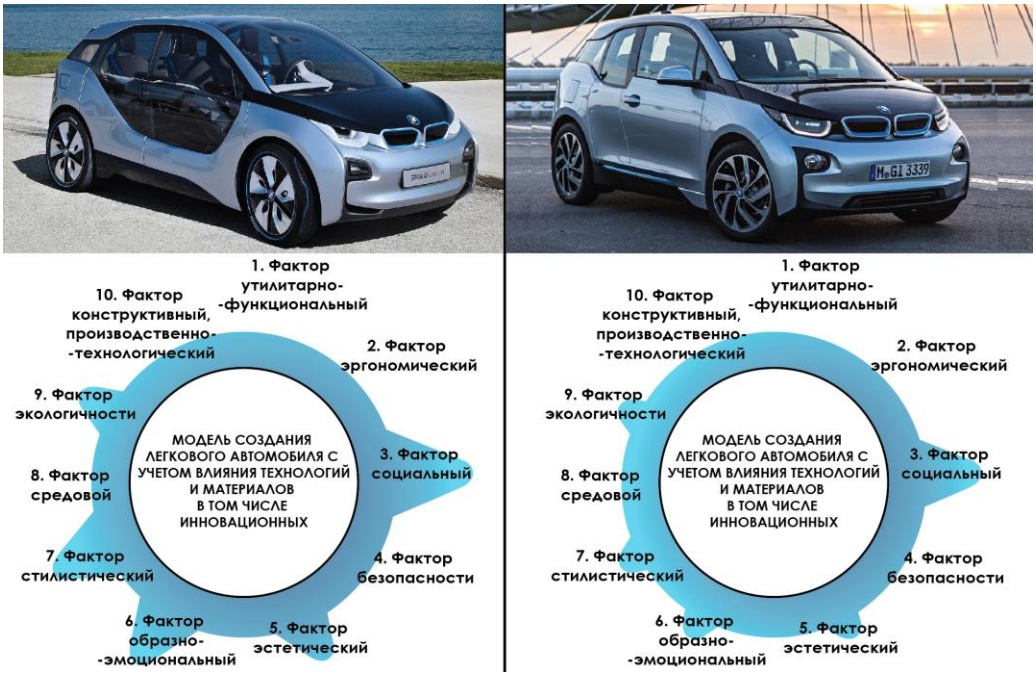

Рисунок 1. Сравнительный анализ (Меделец, 2013) основных факторов формообразования двух электрических версии (концепта слева и серийной модели справа BMW i3). В концепте умышленно преувеличиваются такие факторы как: образно-эмоциональный, эстетический, стилистический

Однако есть и заметные отличия, к примеру: «глухая» закрытая решетка радиатора либо ее отсутствие или имитация (Tesla Model X), относительно короткие передние и задние свесы (BMW i3) (avtobizon.ru).

Однако в ряде стран, таких как Китай, Япония, выпускаются электромобили средней ценовой категории, что делает их более доступными по сравнению с премиальными аналогами. Единственным признаком, позволяющим покупателю отличить внешне серийный электромобиль от авто с двигателем внутреннего сгорания, является наличие в отделке такого автомобиля деталей и элементов окрашенных голубой цвет. К примеру: полная или частичная окраска логотипа, наличие на корпусе авто опознавательных знаков или стикеров, указывающих на принадлежность к электроверсии; молдинги, вставки в колесные диски, обрамление решетки радиатора и бампера, частично или полностью выкрашенные зеркала заднего вида. В качестве наглядного примера, иллюстрирующего вышесказанное, можно привести Changan Eado, Geely EV, Toyota Levin, BAIC Senova (рис. 2).

Так, при рассмотрении модели электрической версии Changan Eado (electromobiler.com) и его бензинового аналога трудно найти ощутимые отличия. Внешне это две модели с одинаковым дизайном, отличие состоит лишь в измененной решетке радиатора, окрашенной в голубой цвет и голубом логотипе. При этом, как в бензиновой, так и в электрической версии выделяются: социальный, стилистический факторы.

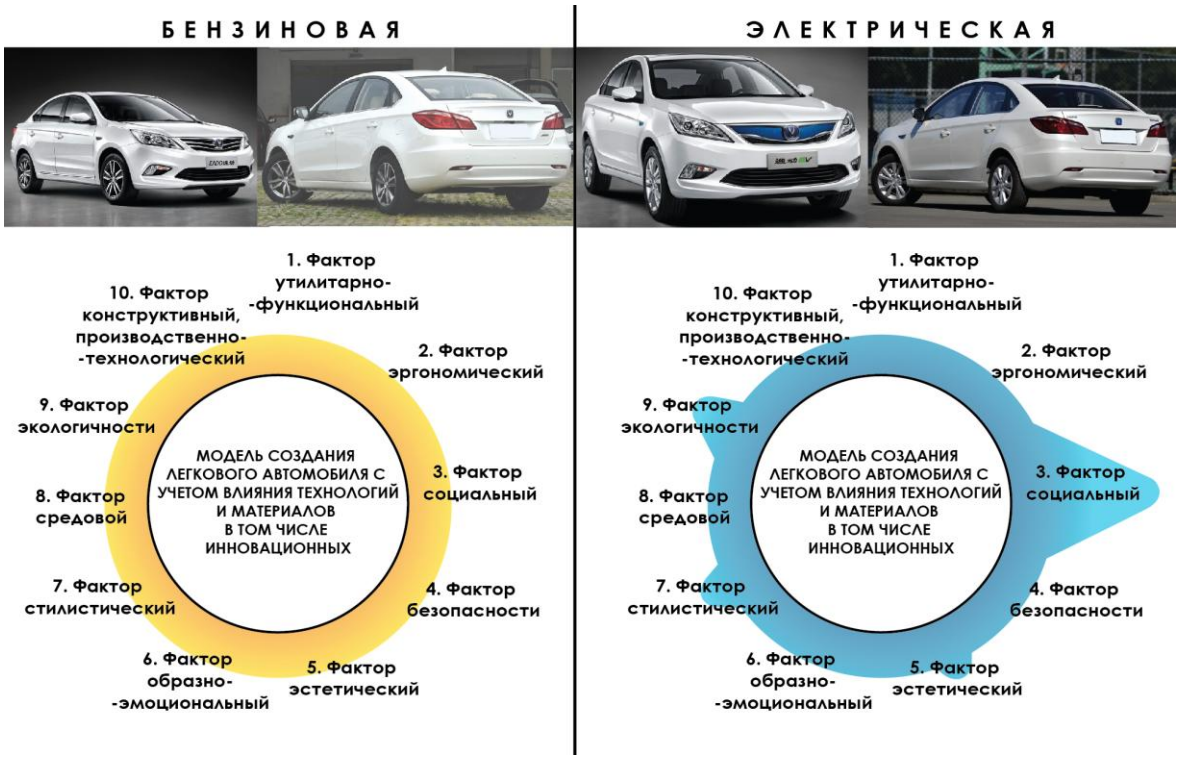

Рисунок 2 .Сравнительный анализ (Меделец, 2013 г.) основных факторов формообразования бензиновой версии (слева) и электрической версии (справа) модели Changan Eado

Социальный фактор оправдан, прежде всего, успешной маркетинговой политикой компании и высоким объемом продаж модели. Его психологические компоненты ориентированы, прежде всего, на социальные представления, ожидания и предпочтения потребителей (Андреева, 2003). Поэтому при сохранении дизайна, представители китайского автопрома решили минимизировать затраты, заменив лишь силовую установку и сопутствующие агрегаты. Стилистический фактор подчеркивается сохранением: дизайна кузова и его элементов, компоновки, характерного для бренда пластического решения, выраженного в сочетании основных формообразующих линий и объемов. Эстетический фактор выражен через «нюансировку» деталей: измененная форма решетки радиатора, окраска деталей в голубой цвет. Экологический фактор говорит сам за себя, поскольку перед нами пример экотранспорта – электромобиль.

Говоря о тенденциях в дизайне электромобилей, можно выделить ряд характерных особенностей внешнего вида таких авто, например: формообразование строится на основе простых, лаконичных объёмов; окраска деталей в голубой цвет и его оттенки; «утонченность» форм, визуальное уменьшение объема решетки радиатора, светотехники, колесных дисков; замена привычной решетки радиатора на фальшь-решетку; светотехника интегрирована в дизайн кузова и усиливает формообразующие линии передней и задней части автомобиля.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что при визуальной оценке основной массы производимых на сегодняшний день электромобилей немаловажную роль играют эстетический, стилистический, образно-эмоциональный, экологический и психологический факторы. Можно сказать, что автомобиль является техногенным символом и носителем признаков своей эпохи.

«Всякий символ, по словам А.Ф. Лосева, во-первых, есть живое отражение действительности, во-вторых, он подвергается той или иной мыслительной обработке, и, в-третьих, он становится острейшим орудием переделывания самой действительности». Это означает, что с этих позиций автомобиль, являющийся в течение двух веков незаменимым элементом человеческой реальности и культуры, для психологов представляет интерес в качестве своеобразной проекции антропологических кодов, эргономически обусловленной формой социализации личности в современном обществе. Дизайн автомобиля развивается вместе с личностью, активно влияет на преобразование ее самой.

Социальный фактор, в том числе его психологическое содержание, выступает в роли основного индикатора потребительских предпочтений, диктуя свои правила и оказывая влияние на дизайн электромобилей. Учитывая эти факторы в дизайн-процессе можно качественно улучшить разрабатываемый продукт, наметить пути развития модельного ряда, спрогно-

зировать и смоделировать сценарий использования согласно полученным маркетинговым исследованиям.

Стоит отметить, что вышеперечисленные факторы формообразования были выявлены автором в результате диссертационного исследования, проведенного в 2011-2013 гг. Было доказано, что на дизайн легкового автомобиля влияют следующие факторы:

1) Социальный фактор;
2) Утилитарно-функциональный фактор;
3) Эргономический фактор;
4) Фактор безопасности;
5) Эстетический фактор;
6) Образно-эмоциональный фактор;
7) Стилистический фактор;
8) Средовой фактор;
9) Экологический фактор;
10) Фактор конструктивный, производственно-технологический.

На их основе был разработан инструмент анализа дизайна легковых автомобилей и создана модель создания легкового автомобиля с учетом влияния технологий и материалов, в том числе инновационных.
Психологический фактор формообразования автомобиля (и в качестве компонента социального фактора, и обладающий собственным содержанием), несомненно является объектом дальнейшего теоретического анализа, пространством разработки специальной научной методологии (Андреева, 2003; Меделец, 2013; Антоненко, Карицкий, 2015; Петренко, 2014 и др.).

Литература

6 самых передовых серийных электромобилей современности //www.avtobizon.ru. URL: http://avtobizon.ru/review/post_46575.html/ (дата обращения: 21.02.2016).

Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2003.

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная психология одежды и моды // Вестник Университета российской академии образования. 2015. – №3. – С.44-50.

Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М.: 1995.

Меделец Н.А. Факторы формообразования легкового автомобиля (технологический аспект). М.: ВНИИТЭ, 2013.

Петренко В.Ф. Психосемантика искусства. М.: Маккс Пресс, 2014.

Привалова В.М., Петренко В.Ф. Психосемантика орнамента в семиотике культуры. Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2014. Т.16. Вып.2-2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/psihosemantika-ornamenta-v-semiotike-kultury.

Matt Burt // Autocar. 2015. Вып. 9/16. – С.16.

Radek Laude // AutoDesign&Styling. 2013. – Вып.43. – С.32-33.

Продан миллионный китайский электрокар Changan Eado EV // www.electromobiler.com . URL: http://electromobiler.com/prodan-millionnyiy-kitayskiy-elektrokar-changan-eado-ev/ (дата обращения: 21.02.2016).

Мамонтов В. Рулить в будущее // Популярная механика. 2015. – №2. – (148). – С.62-63.

ТЕХНИКА «КИНЕСТЕТИЧЕСКАЯ ЭМПАТИЯ» КАК СРЕДСТВО ПРЕОДОЛЕНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ БАРЬЕРОВ ОБЩЕНИЯ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ

Михалина М.А.

Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого, Россия

В работе проанализирована техника танцевальной терапии «кинестетическая эмпатия» как возможное средство преодоления барьеров общения у подростков с точки зрения ее научности, доступности, функциональности и эффективности. Обоснованно изложены выводы о том, что данная техника эффективна в работе как с приобретенными проблемами организации общения, так и с врожденными дефектами (например, с детским аутизмом).

Ключевые слова: психологический барьер общения, подросток, танцевально-двигательная терапия, кинестетическая эмпатия, детский аутизм, проблема информатизации общества.

TECHNOLOGY «KINESTHETIC EMPATHY» AS A MEANS TO OVERCOME THE COMMUNICATION BARRIERS AMONG TEENAGERS

Mikhalina M.A.

Tula State Pedagogical University, Russia

The paper analyzed the technique of dance therapy "kinesthetic empathy" as a possible means of overcoming communication barriers among teenagers in terms of its scientific, availability, functionality and efficiency. Reasonably conclusions set out that this technique is effective in both the acquisition of E-communication impairments organization and with birth defects (such as autism).

Keywords: psychological barrier of communication, teenager, dance-movement therapy, kinesthetic empathy, children with autism, the problem of informative-tion of society.

Современная социокультурная обстановка для любого человека, а особенно для подростка, представляет собой атмосферу, содержащую большое количество потенциальных стрессовых ситуаций. Для многих детей уже с самого детства представляет трудность строить общение и доверительные отношения с окружающими (особенно, если к тому же ребенок имеет какие-то психологические или психосоматические отклонения, препятствующие организации общения), и данная проблема в подростковом возрасте приобретает более крупные масштабы и имеет серьезные последствия.

Психологический барьер межличностного общения – это психологическое препятствие, возникающее на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению (Крысько, 2006)

Самыми часто встречающимися у подростков являются следующие виды барьеров (по классификации Л.Л. Поповой):

семантический барьер – возникает ввиду различия понимания смыслового содержания коммуникаторов. Причиной этому является чаще всего наличие сленговых конструкций и арго, распространение новаторских субкультур, которые продуцируют свои «термины», а также насыщают общеупотребительную лексику нестандартными значениями;

собственно-психологические барьеры – возникающие ввиду индивидуальных психологических особенностей субъектов, данный вид барьеров часто присутствует бессознательно в процессе общения и не идентифицируется субъектами общения, однако препятствует адекватному его осуществлению;

организационно-психологические барьеры – чаще всего возникают ввиду неприятия собеседниками форм общения, которые они друг другу демонстрируют;

сенсорно-речевые барьеры – особенно проблемны и частотны в подростковом периоде: это барьеры, образующиеся ввиду различия у собеседников уровня развитости навыков передачи информации и ее восприятия;

барьер отношений (его также можно назвать барьером эмоциональной предвзятости) – возникают из-за негативного чувства или эмоции, которую один собеседник вызывает у другого. Доказано, что человек намного более восприимчив и доверчив к информации, поступающей от симпатичного ему субъекта (Попова, 2009, с. 34-38).

В связи с актуальностью данной проблемы на современном этапе развития психологической науки возникает острая необходимость поиска новых приемов и методов преодоления барьеров в организации взаимодействия и общения.

Креативность и своеобразие, которые требуются для предложения новой технологии для практики, сразу отсылают наши представления к сфере искусства.

Среди практикоориентированных новаторских методов, находящихся на стадии активного развития и внедрения в социальные практики, мы делаем акцент на таком методе, как танцевально-двигательная терапия (далее ТДТ) – один из видов психотерапии, использующий движение в основе развития физической, социальной и духовной жизни человека (Методическое пособие..., 2009, с. 7).

Одна из основоположников танцевальной терапии Мэрион Чейс выделила в ТДТ такие техники, как кинестетическая эмпатия, преувеличение, трансформация движения в коммуникацию, развитие темы в действие, внимание к взаимодействию, использование ритма, освобождение от напряжения, работа с реквизитом и др. (Психология телесности.., 2009).

В нашей работе мы более подробно остановимся на первой из перечисленных техник и возможностях ее использования в коррекционных психологических целях в подростковой аудитории с нарушениями коммуникационного характера.

Кинестетическая эмпатия представляет собой преднамеренное отражение терапевтом движения или двигательного паттерна клиента для создания эффекта «пребывания с клиентом», возможности интерпретации и переноса движения при помощи танцевального терапевта, при этом его тело будет использоваться как средство, механизм произведения данной интерпретации (Габриэлла Ротт).

Кинестетическая эмпатия – одна из двигательных техник, которая при этом может активно использоваться как часть традиционной вербальной терапии. При отзеркаливании движения, двигательном контакте, терапевт может проводить вербальный анализ ситуации вместе с пациентом: узнать, что он (она) чувствует, думает, когда видит, что кто-то движется аналогично ему (ей), выяснить, появляются ли в сознании какие-то специфические образы, эмоции или идеи.

Кинестетическая эмпатия полезна как способ установления контакта с крайне регрессивными неговорящими клиентами. Для людей, которые имеют затруднения в установлении коммуникации с окружающими, разделение двигательного паттерна – «отзеркаливание» - может стать отправной точкой к началу построения взаимодействия. Кинестетическая эмпатия является наилучшим методологическим ходом в той точки зрения, что в процессе ее осуществления пациент в отзеркаливания видит прежде всего Себя. У него может вызвать дискомфорт сам факт отзеркаливания, способность взглянуть на себя со стороны. Однако именно этот механизм может стать толчком к началу более эффективного восприятия окружающих людей, сначала через призму себя, через «себя, отзеркаленного в других», а затем уже постепенно, с применением других психологических методик (не только танцевально-двигательной терапии), будет происходить перенос черт на специфику совершенно особой, самобытной личности.

Объектом исследования в нашей работе выступает кинестетическая эмпатия как техника, используемая в процессе коррекции коммуникативных нарушений у детей подросткового возраста. Эти нарушения могут иметь как врожденный, клинический характер (иметь реальный психологический диагноз – например, детский аутизм), так и приобретенный.

Основной проблемой, которую необходимо обозначить в контексте рассуждения о приобретенных нарушениях, мы считаем проблему глобализации роли информационных и Интернет-технологий, их активную мобилизацию и внедренность в бытовую практику современных детей - современные подростки действительно утрачивают элементарные навыки живого общения (Pazuhina, Filippova, 2014). В этом ключе мы считаем танцевальную терапию и конкретно кинестетическую эмпатию не только методом лечения, но и хорошей профилактической техникой, которая может быть полезна для каждого современного подростка.

Современным детям, на наш взгляд, довольно часто не хватает навыков в конструктивном построении разговора, изложении собственных мыслей. Кинестетическая эмпатия призвана помочь организовать взаимодействие людей без использования речевых навыков (кроме элементарной организации самой диалоговой ситуации со стороны танцетерапевта): диалог в кинестетической эмпатии строится прежде всего на внешнем, телесном уровне. Мы считаем рациональным применять такую практику, как обучение построению общения на основе первичного взаимодействия с помощью механизма «отзеркаливания». Ребенок начинает выражать себя через свое движение и видит зеркало, своеобразный «отклик» на свое сообщение, реализуемое на том же языке – языке тела – его собеседником; таким образом, постепенно формируется психологическая атмосфера принятия человека. Если дать этому процессу начало непосредственно в терапии движения, помочь ребенку осознать, что его слышат, понимают и принимают его эмоции, его движения и мысли, то его уверенность в себе и в своих идеях укрепится. Вначале вербальный диалог включается в процессе реализации ТДТ. Затем посредством психологического переноса начинается постепенная экстраполяция навыков общения, появляется внутренняя уверенность в том, что человек хочет выразить – и благодаря приобретенным умениям в ТДТ он подсознательно чувствует, что его самоощущение, его внутренняя самость может быть понята другими – а это одна из основных трудностей современных подростков вследствие тех же уже обозначенных причин. Поэтому именно кинестетическую эмпатию мы рекомендуем как средство помощи детям, испытывающим затруднения в организации общения с окружающими для того, чтобы они, во-первых, научились принимать себя и приобрели уверенность в том, что их психическая самость может быть принята другими, а во-вторых, именно в кинестетической эмпатии закладываются основные механизмы организации общения

субъектов, которые потом будут бессознательно перенесены и проявлены в живом общении ребенка.

Говоря о психических нарушениях, имеющих врожденный, клинический характер, в первую очередь мы обращаем внимание на проблему детского аутизма - расстройство, возникающее вследствие нарушения развития головного мозга и характеризующееся выраженным и всесторонним дефицитом социального взаимодействия и общения, а также ограниченными интересами и повторяющимися действиями (Питерс, 1999).

Аутичность подразумевает наличие у подростков специфических, только им присущих моделей поведения и построения актов общения, которые окружающим людям со свойственной коммуникативной нормой обычно непонятны. Такие дети часто пытаются начать диалог с физического контакта, в нестандартном расположении по отношению к партнеру по общению (подойти со спины, говорить в затылок собеседнику), таким образом, всяческими необычными способами стараясь привлечь внимание к себе. Более глубокая аутичность приводит к тому, что ребенок в принципе отказывается от сотрудничества с окружающими, отгораживается от общения и целиком замыкается в своем внутреннем мире.

Кинестетическая эмпатия может помочь детям с подобными нарушениями на следующем основании: в сознании аутиста его внутренний мир никому не доступен и не может быть увиден или услышан, следовательно, не может быть проанализирован, оценен, понят. ТДТ придерживается принципа неразрывной связи психики и тела, импульсов тела и любого его движения, который имеет истоки еще в работах Карла Густава Юнга: «Тело без души нам ни о чем не говорит, так же как – позволим себе встать на точку зрения души – душа ничего не может значить без тела...» Поэтому когда в процессе танцевальной терапии такой ребенок начинает хотя бы минимально выражать себя при помощи движения, таким образом, по-своему вербализуя внутренний мир, механизм отражения способен дать ему понять, что другой человек может и видит специфику его внутреннего мира и готов вступить с этим ребенком в коммуникативную связь. Обращая внимание на то, что аутизм – нарушение более серьезное, имеющее глубоко психические корни, терапевт должен иметь ввиду, что первоначально отражение своих внутренних импульсов извне может даже отчасти напугать ребенка, вызвать в нем чувства, которые он раньше не испытывал, но именно благодаря тому, что здесь впервые вскроется его личность в направлении установления связи с окружающими, будет возможность перейти к вербальной стороне терапии: нужно попросить ребенка сформулировать по возможности свои эмоции, переживания, мысли, которые возникли у него во время терапии, и относительно его ответов строить дальнейший план терапевтической деятельности.

Таким образом, кинестетическая эмпатия как танцевально-двигательная техника может быть многоаспектно применима в процессе

работы с детьми подросткового возраста в ключе проблем установления социального контакта. Благодаря креативности, разносторонности подхода и более свободной психологической обстановки во время проведения техник танцевальная терапия может стать оптимальным решением для самых затруднительных случаев в лечении детей-аутистов, а также может помочь по-новому рассмотреть проблему установления коммуникативной связи современных Интернет-зависимых детей.

Литература

Крысько, В.Г. Социальная психология. М.: Омега-Л, 2006.

Методическое пособие «Вводный курс по танцевально-двигательной психотерапии». М.: АТДТ. 2009.

Питерс Тео. Аутизм. От теоретического понимания к педагогическому воздействию. СПб.: Изд. Институт специальной педагогики и психологии, 1999.

Попова Л.Л. Современные технологии общения: Учебное пособие / Л.Л. Попова. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2009.

Психология телесности: теоретические и практические исследования (25 декабря 2009 года): Сборник статей II международной научно-практической конференции / под ред. Буренковой Е.В. Пенза: ПГПУ им. В.Г.Белинского, 2009.

Pazukhina S.V., Filippova S.A. Problem of comprehensive study of psychological risks to children on the Internet // EUROPEAN JOURNAL OF NATURAL HISTORY. 2014. – №2. – P.42-44.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РЫНКЕ МОДНОЙ ОДЕЖДЫ

Новикова А.С., Ахметвалиева А.З., Ахметвалиева Г.З.
Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В работе представлены результаты маркетинговых исследований на рынке модной одежды. Полученные данные позволили выявить потребительские предпочтения среди студенток МГУДТ при выборе одежды повседневного назначения. Разработанные авторами рекомендации будут полезны для организаций, занимающихся проектированием и созданием одежды. В статье приведен пример внедрения маркетинговых исследований отечественным производителем при создании эскизов перспективной коллекции.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, рынок одежды, изучение потребителя, индустрия моды, проектирование одежды.

APPAREL&FASHION MARKET RESEARCH

Novikova A.S., Ahmetvalieva A.Z., Ahmetvalieva G.Z.
Moscow State University of Design and Technology, Russia

The article presents the results of a fashion marketing research . The obtained data has allowed to identify consumer preferences among students of MSUDT while choosing fashion apparel. The recommendations developed by the authors will be useful for organizations engaged in the fashion apparel production.

Keywords: market research, apparel market, consume study, fashion industry, fashion design.

В условиях сложившейся экономической ситуации Россия должна уметь замещать зарубежные поставки изделий легкой промышленности товарами отечественного производства (Климова, Мелкумян, 2015). Для повышения конкурентоспособности модной продукции необходимо учитывать желания и предпочтения будущих потребителей (Оленева, Иващенко, Папенкова, Кузьменко, 2008).

В связи с необходимостью развития программ импортозамещения в такой отрасли, как индустрия моды, для отечественных производителей важно выстроить механизм их реализации за счет сбалансированной маркетинговой системы (Минпромторг РФ, 2008).

Проведение маркетинговых исследований крайне необходимо для планирования деятельности производителя: информация, полученная в результате данных исследований, определяет возможности и проблемы, с которыми может столкнуться торговая компания. Проведение маркетинговых исследований рассчитано на получение достоверных данных о рынке, на котором предстоит реализовывать продукцию.

В данной работе мы приведем пример использования результатов маркетинговых исследований при проектировании коллекции женской молодежной одежды отечественным производителем NEW&W.

Для получения актуальной информации об отечественном рынке модной одежды необходимо определить основные характеристики поведения потенциальных покупателей и их предпочтения (Гудилина, 2012).

В качестве метода для проведения маркетингового исследования нами был выбран опрос – количественный метод сбора данных. Данный метод позволяет наиболее детально изучить ситуацию, сложившуюся на рынке с точки зрения потребителей. Для проведения маркетингового исследования использовалась первичная информация, собранная в ходе полевых исследований с помощью анкет.

В ходе исследования была задействована специально разработанная анкета со стандартизированным набором вопросов для выявления мнений

респондентов. Анкета состоит из 10 вопросов. В данной анкете содержится несколько блоков вопросов, относящиеся к разным взаимодополняемым темам:

1. Жизненная позиция и личные характеристики респондентов;
2. Отношение опрашиваемых к моде;
3. Стилевые предпочтения респондентов.

Участвовали в опросе 151 респондент. Большинство из опрашиваемых – девушки возрастной группы 15 – 25 лет. Опрос был проведен с октября по ноябрь 2015 года в городе Москве. Опрос проводился в МГУДТ среди студентов.

Получив результаты проведенного анкетирования, сделаем краткие выводы по каждому вопросу анкеты:

1. На вопрос «В какой сфере Вы работаете или хотели бы работать в будущем?» 40% респондентов ответило – в экономической и 37% – в социальной. На третьем месте – духовная (15%), на последнем месте – политическая (9%). Лидирующая среди ответов молодых девушек экономическая сфера общественной жизни представляет собой производство. Данная сфера возникает из потребностей людей создавать необходимые им для жизни предметы, товары и услуги. Поэтому для молодых людей это наиболее привлекательная сфера для работы.

2. На вопрос «Для Вас мода – это» – 44% респондентов выбрали вариант ответа: способ самовыражения и познания других людей, 24% выбрали ответ – волшебный мир красоты и ярких эмоций, 21% – смена форм и образцов одежды. Недаром говорят: «По одежке встречают…» Модная одежда для молодых девушек служит отличным способом показать себя во всей красе, подчеркнуть достоинства своей фигуры и тем самым оказать благоприятное впечатление на окружающих.

3. Большинство респондентов предпочитают классический стиль одежды (40%), 29% – романтический, 25% – спортивный, меньшее количество респондентов выбрали авангардный стиль одежды (8%). Выбранный большинством классический стиль одежды – это самый консервативный и самый строгий в своих проявлениях стиль. Здесь мало места новшествам. Современная мода лишь немного дополняет его новыми элементами из года в год. Сутью же всегда остается баланс функциональности и элегантности, простота кроя, строгость линий. Классический стиль одежды призван подчеркивать естественность, натуральную красоту человека. И современные девушки любят этот стиль больше других.

4. Большинство респондентов предпочитают использовать в своем образе тему минимализма (46%), 20% – выбирают винтажную тему, 13% – экзотическую, меньшее количество респондентов выбрали экологическую (6%). Главнейший принцип минимализма – отказ от количества в пользу качества. Он делает ставку в первую очередь на продуманность силуэта и кроя, уделяет особое внимание используемому материалу и технике рабо-

ты, избегая при этом перегруженности образа деталями. Девиз стиля минимализм в одежде: «Ничего лишнего!». Молодые девушки, обучающиеся в вузе, отдают свое предпочтение простоте и комфорту и постепенно забывают о женственной одежде с оборками и рюшами.

5. Большинство респондентов главными критериями при выборе одежды считают – внешний вид (40%), 18% – качество, 17% – удобство, а менее важными – соответствие модным тенденциям (7%). Поскольку одежда является для молодых девушек прежде всего способом самовыражения, немудрено, что и главным критерием, при ее выборе является именно внешний вид. Зато одеть на себя остромодную вещь готова далеко не каждая девушка.

6. Участвующие в опросе девушки в возрасте от 15 до 25 лет в большинстве своем обладают идеальным типом фигуры – песочные часы.

7. В основном респонденты выбирают одежду для повседневной жизни (76%), 10 % респондентов выбирают одежду для работы, 8% для торжественных мероприятий, 6% респондентов выбирают одежду для вечеринок, 2% для занятия спортом. Наибольшей популярностью среди молодых девушек пользуется одежда повседневного назначения. Основу современной повседневной одежды составляют изделия массового производства. Это, в основном, швейные и трикотажные изделия, несложные по своей конструкции, фактуре материала, спокойных цветов, лишенные броской отделки. Такая одежда прекрасно подходит для посещения семинаров и лекций в университете.

8. В основном респонденты приобретают легкую одежду (65%), меньшее количество респондентов приобретают верхнюю одежду (5%). Именно в легкой одежде молодые девушке проводят большую часть своего времени, поэтому и менять ее приходиться чаще

9. 25% респондентов считают, что через 5 лет в моде будут преобладать монохромные оттенки, 24% считают пастельные цвета наиболее распространенными, 23% выбрали цвета, близкие к природе, и только 9% выбрали – защитные цвета. Современные девушки настолько практичны и консервативны, что даже через пять лет не могут представить господствующие в повседневной жизни палитры ярких цветов.

10.Большинство респондентов на вопрос: «Какой по–Вашему силуэт одежды будет преобладать через 5 лет?» ответило, что песочные часы (56%), только 16% выбрало ответ – прямоугольник, меньшее число респондентов считают, что овал (7%). Через 5 лет девушки хотят оставаться такими же стройными и красивыми, поэтому выбирают приталенный силуэт, который сможет подчеркнуть их фигуру.

На основании проведенного маркетингового исследования можно дать рекомендации по проектированию коллекции женской молодежной одежды отечественным производителем. В начале статьи мы указали, что для создания востребованной продукции необходимо, в первую очередь,

удовлетворить потребности целевой аудитории. Ниже перечислим рекомендации по созданию востребованной коллекции одежды для девушек 15-25 лет:

1. Наибольшей популярностью среди молодых девушек пользуется легкая одежда повседневного назначения;

2. Проектируемая одежда для девушек 15-25 лет должна обладать, прежде всего, привлекательным внешним видом, должна быть удобной и качественно выполненной;

3. Предпочтителен классический стиль, но могут быть использованы также романтический или спортивный. Авангардный стиль подойдет для очень узкой целевой группы;

4. Силуэт проектируемых изделий должен подчеркивать, а не скрывать достоинства фигуры молодой девушки;

5. Цвета проектируемых изделий не должны быть яркими, кричащими. Лучше подобрать спокойные, приглушенные оттенки;

6. В построении конструкций изделий предпочтительнее использовать лаконичные формы, без большого количества дополнительных деталей. При проектировании стоит придерживаться темы минимализма;

7. Декоративные элементы не должны брать на себя много внимания. Они должны быть гармонично вписаны в форму изделия;

8. Тема проектируемой коллекции молодежной одежды должна быть близка по духу девушке 15-25 лет. Одежда для девушки должна стать одним из средств для самовыражения и коммуникации в обществе.

Используя полученные выводы и результаты при анализе проведенных маркетинговых исследований, российский производитель модной одежды NEW&W подготовил серию эскизов женской молодежной одежды, по возможности учитывая все предпочтения опрошенной аудитории (рис.).

Рисунок. Эскизы коллекции молодежной женской одежды «Кутюр дня» от NEW&W

Коллекция повседневной одежды под названием «Кутюр дня» предназначена для молодых студенток. В трикотажных платьях из хлопка комфортно и удобно будет сидеть на лекциях и семинарах в университете. Лаконичность форм, невычурный дизайн и сдержанная цветовая гамма отлично впишутся в студенческую атмосферу.

В заключение, стоит отметить, для того, чтобы создавать коммерчески успешные коллекции, необходимо уловить общее настроение целевой аудитории, определить для проектируемой коллекции стиль, назначение, силуэт, цвета, декор, которые будут востребованы. Для этого нужно отлично ориентироваться в потребительских трендах своих потенциальных клиентов (Новикова, 2015). Маркетинговые исследования служат как раз для выполнения этой первостепенной задачи.

Литература

Климова Н.В., Мелкумян А.Э. Импортозамещение в швейной отрасли России // Фундаментальные исследования. 2015. – №2. – С. 5445-5448.

Оленева О.С., Иващенко Н.С., Папенкова К.Э., Кузьменко Т.В. Маркетинговый подход к выбору эффективного рынка сбыта готовой продукции с целью укрепления конкурентной позиции фирмы // Маркетинг в России и за рубежом. 2008. – №2. – С. 16-23.

Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2020 г. М.: Министерство промышленности и торговли Российской Федерации, 2008.

Гудилина Е.А. Насколько эффективен социально ориентированный маркетинг // Маркетинг в России и за рубежом. 2012. – №6. – С. 30-34.

Новикова А.С. О важности трендов… Как относиться к тенденциям // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна / глав. ред. А.Г. Макаров. СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2015. – №2. – С. 148-151.

РОЛЬ ТВОРЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Новикова Е.В.

Республиканская служба по контролю и надзору в сфере образования и науки, Донецк

В статье творческое мышление рассматривается как механизм решения проблемных ситуаций управленцем. Нами была разработана и внедрена в практику программа: «Творческое мышление личности: диагностика и развитие», которая предусматривает развитие интеллектуальных стратегий (В.А. Моляко), «латерального мышления» (Э. де Боно), интуитивного компонента творчества. Программа способствовала повышению уровня развития творческого мышления студентов и в перспективе может быть вне-

дрена в управленческую среду с целью развития творческого мышления личности управленца, что повысит эффективность принятия управленческих решений.

Ключевые слова: творчество, творческое мышление, интеллектуальные стратегии, латеральное мышление.

THE ROLE OF CREATIVE THINKING IN MANAGEMENT DECISIONS

Novikova E.V.
Republican Service for Control and Supervision in Education and Science, Donetsk

Creative thinking is seen as a mechanism for solving problem situations by manager. We have developed and put into practice the program: "Creative thinking: diagnostics and development". This program includes tasks for developing of intellectual strategies (V.A. Moliako), "lateral thinking" (E. de Bono) and intuitive component of creativity. Our program contributed to raising the level of students' creative thinking. The program can be implemented in the management environment for the development of manager's creative thinking in the future. It will increase the efficiency of manager's decision-making.

Keywords: creativity, creative thinking, intellectual strategy, lateral thinking.

Современное общество предъявляет новые и все более сложные требования к профессиональной деятельности человека. Современный руководитель, живя в эпоху вызовов, вынуждено сталкивается с необходимостью решения множества задач новыми способами. Чтобы быть адекватным запросам быстроменяющегося мира, эффективным лидером и наставником, руководителю необходимо владеть умениями и навыками решения проблемных ситуаций, принимать решения в условиях неопределенности, расставлять приоритеты, что осуществимо благодаря творческому мышлению личности, ядром которого является латеральное мышление.

Предметом управления является информация. Оперирование информацией, планирование, достижение целей организации осуществляется благодаря, в частности, творческому мышлению её персонала. Одним из признаков готовности организации к изменениям является творческий подход к делу (Брич, 2013; Кабаченко, 2003).

Подчеркнем, что творческое мышление находит свою реализацию в трехмерной системе координат управления: 1) творческое мышление личности управленца; 2) творческое мышление личности подчиненного; 3) процесс принятия управленческих решений – творческий процесс.

Развитие учения о творчестве, творческом мышлении прошло долгий путь своего развития и связано с особенностями концепций различных ученых, которые обращались к изучению этой тематики.

В свое теоретическом обзоре мы хотим остановиться на концепциях двух современных ученых: В.А. Моляко и Э. де Боно.

В.А. Моляко под творчеством понимает процесс создания субъективно нового. Важным вкладом В.А. Моляко является описание ученым интеллектуальных стратегий, которые использует личность при решении проблемных ситуаций. Под стратегией В.А. Моляко понимает субъективную программу решения новой задачи, отражающую главную тенденцию в интеллектуальной поисковой деятельности личности. Психолог выделяет пять основных стратегических форм интеллектуальной деятельности: стратегию аналогизирования (поиск аналогий), стратегию комбинирования (комбинирование элементов), стратегию реконструирования (реконструкция, внесения новых элементов, созданием новых функций), универсальную стратегию (почти гармоничное использование вышеупомянутых стратегий), стратегию случайных подстановок (хаотичный, нецеленаправленный поиск, действия «вслепую», без плана, четких гипотез) (Моляко, 1983).

Эдвард де Боно рассматривает творческое мышление в широком понимании, как процесс работы с информацией (как операционное умение), который возникает в проблемной ситуации, непосредственно связанный с восприятием человеком окружающей действительности, с его вниманием, опирается на работу памяти, воображения, знания (сознательные и неосознанные), связанный с личностными характеристиками, с «Эго» человека, эмоциональной сферой, мотивацией к творчеству. Э. де Боно вводит понятие «латеральное мышление», под которым понимает специфический процесс обработки информации, направленный на изменение существующей стереотипной модели восприятия окружающей действительности, создание новых альтернативных подходов к решению определенной проблемы. Ключевыми сторонами латерального мышления является пересмотр информации, которая существует, и сознательный поиск альтернатив. Целью – генерация новых идей и отход от старых фиксированных стереотипов; внесение изменений в анализ решения задачи и подходы к решению проблемы. Латеральное мышление предусматривает сознательное изменение восприятия проблемы при ее решении (Де Боно, 1976, 1993, 2005).

Исходя из того, что развитие творческого мышления является сознательной, целенаправленной, активной, последовательной деятельностью, мы разработали программу: «Творческое мышление: диагностика и развитие». Программа основана на концепциях творчества Я.А. Пономарева, В.А. Моляко и Э. де Боно и предусматривает развитие интеллектуальных стратегий (В.А. Моляко), «латерального мышления» (Э. де Боно) личности, а также интуитивного компонента творческой деятельности.

Развитие интеллектуальных стратегий осуществлялось посредством работы над упражнениями (Моляко, 1983). Приведем примеры разработанных нами упражнений.

Задание на развитие стратегии «комбинирование»: «Составление предложения». Инструкция: «Вам будет предложено три слова. Необходимо составить как можно больше предложений, которые обязательно бы включали эти три слова (можно менять падеж и использовать в дополнение другие слова). Не пренебрегая вариантами, которые сразу же напрашиваются, желательно поискать нестандартные и в то же время очень меткие решения. На выполнение задания отводится 5 минут. Слова: «озеро», «карандаш», «медведь». Могут быть использованы и любые другие слова. Можно составить юмористический рассказик с соблюдением условия: в каждом предложении этого рассказа должны быть эти три слова.

Задание на развитие стратегии «аналогизирование»: «Поиск общего». Инструкция*:* «Вам будет предложено два слова. Необходимо выписать как можно больше общих признаков, характерных для этих предметов. Попытайтесь найти как можно больше таких признаков. Возможно, вы увидите что-то необычное в этих предметах. На выполнение задания отводится 5 минут. Слова: «тарелки» – «лодка». Могут быть использованы любые другие слова.

Задание на развитие стратегии «реконструирование»: «Способы применения предмета». Инструкция: «Вам будет назван предмет. Необходимо назвать как можно больше способов его применения, указать как можно большее число различных функций предмета. Перечислите как можно больше необычных способов использования предмета. Что из него можно сделать? Как можно использовать? Не пренебрегая вариантами, которые сразу же напрашиваются, желательно поискать нестандартные и в то же время очень меткие решения. На выполнение задания отводится 5 минут. Предмет: «очки». Могут быть использованы любые другие предметы.

Задание на развитие «универсальной» стратегии: «Необитаемый остров». Инструкция: «Представьте себе, что Вы попали на необитаемый остров. У Вас ничего нет. Кушать очень хочется. Что Вы будете использовать для ловли рыбы. На выполнение задания вам отводится 5 минут».

Задание на развитие стратегии «случайные подстановки»: «Рассказ». Инструкция: «Вам необходимо составить рассказик, который может быть необычным, оригинальным, фантастическим. Начало рассказа такое: «Как-то один раз, когда Земля…». Можно давать и другие начала рассказов.

Развитие латерального мышления осуществлялось с помощью следующих методов (мыслительных приемов): «ПМИ» (Плюс – Минус – Интересно); «РВФ» (Рассмотрение Всех Факторов); «ВДЛ» (Взгляд Других Людей); «ПиР» (Последствия и Результат); «АВВ» (Альтернативы, Возможности, Выбор); «ЦУЗ» (Цели, Устремления, Задачи); «ППВ» (Приоритеты Первостепенной Важности); «Метод случайной стимуляции» (Де Боно, 2005);

«Шесть шляп мышления» (Де Боно, 2006); «Шесть медалей оценки» (Де Боно, 2006); «Шесть пар обуви образа действия» (Де Боно, 2003).

С целью развития интуитивного компонента творческого мышления был разработан ряд упражнений: «Интуитивное рисование», «Я и другой человек» и т.д.

Программа развития творческого мышления была внедрена в практику.

Экспериментальное исследование проводилось на базе Института последипломного образования инженерно-педагогических работников УМО (г. Донецк). В нем приняли участие 30 студентов четвертого курса, которые были разделены нами на контрольную и экспериментальную группы по принципу случайных чисел (по 15 человек в каждой группе). Занятия в экспериментальной группе проходили один раз в неделю в течение четырех академических часов.

Нами были выделены основные критерии творческого мышления: оригинальность, гибкость, беглость, разработанность.

Экспериментальное исследование включало в себя три этапа. На первом и третьем этапах был проведен констатирующий срез с целью определения уровня развития творческого мышления студентов контрольной и экспериментальной групп. На втором этапе проводился формирующий эксперимент с целью развития творческого мышления студентов экспериментальной группы. В исследовании использовались следующие методы: эксперимент (констатирующий и формирующий); метод тестов (вербальный и графический тесты Е.П. Торренса в адаптации И.С. Авериной, Е.И. Щербановой); система проблемных задач на использование интеллектуальных стратегий (В.А. Моляко). С целью определения разницы между уровнями развития параметров творческого мышления до формирующего эксперимента и после нами был использован Т-Критерий Вилкоксона.

Средние показатели результатов, полученные по тесту П. Торренса, в экспериментальной группе представлены в табл. 1 и 2.

Таблица 1. Анализ результатов вербального теста П. Торренса

Показатели	Первый срез (Средние показатели)	Второй срез (Средние показатели)	Значимость различий Уровень значимости
Беглость	42 балла	45 баллов	Тэмп (21) находится в зоне неопределенности $p < 0,025$ – 1-й уровень значимости
Гибкость	44 балла	50 баллов	Тэмп (8) находится в зоне значимости $p < 0,005$ – 2-й уровень значимости
Оригинальность	43 балла	47 баллов	Тэмп (19,5) находится в зоне неопределенности $p < 0,025$ – 1-й уровень значимости

Таблица 2. Анализ результатов графического теста П. Торренса

Показатели	Первый срез (Средние показатели)	Второй срез (Средние показатели)	Значимость различий Уровень значимости
Беглость	8 баллов	10 баллов	Тэмп (9) находится в зоне значимости $p < 0,005$ – 2-й уровень значимости
Гибкость	7 баллов	9 баллов	Тэмп (15) находится в зоне значимости $p = 0,005$ – 2-й уровень значимости
Оригинальность	42 балла	48 баллов	Тэмп (6) находится в зоне значимости $p < 0,005$ – 2-й уровень значимости
Разработанность	59 баллов	63 балла	Тэмп (3) находится в зоне значимости $p < 0,005$ – 2-й уровень значимости

Средние показатели общего уровня творческого мышления студентов, полученные в результате анализа качества выполнения задач на развитие интеллектуальных стратегий (В.А. Моляко): в экспериментальной группе $T_{эмп}$ (11) находится в зоне значимости ($p < 0,005$ – 2-й уровень значимости); в контрольной – $T_{эмп}$ (45) находится в зоне не значимости.

Анализ полученных результатов позволяет констатировать, что разработанная нами программа «Творческое мышление: диагностика и развитие» позволила студентам экспериментальной группы выработать мыслительные умения и навыки генерирования большего количества идей в единицу времени; переходить от анализа одного аспекта проблемы к другому; увеличить вариативность идей и новизну взглядов на решение ситуации; выдвигать идеи, отличающиеся от очевидных, банальных или твердо установленных, стереотипных, продуцировать оригинальные, разнообразные идеи, детализировать уже имеющиеся. Студенты выработали умения и навыки легко и быстро находить аналогии, создавать новые комбинации элементов, реконструировать, вносить определенные изменения в идеи, находить новые варианты решения задач. Варианты решения проблемных ситуаций студентов отличаются практичностью. В контрольной группе значимых различий в показателях творческого мышления не выявлено.

Перспективу дальнейших исследований мы видим во внедрении программы «Творческое мышление: диагностика и развитие» в управленческий процесс с целью повышения эффективности принятия управленческих решений.

Литература

Боно Э. Латеральное мышление. Мн.: ООО «Попурри», 2005.

Боно Э. Учите своего ребенка мыслить. Мн. : ООО «Попурри», 2005.
Боно Э. Шесть шляп мышления. Мн.: «Попурри», 2006.
Боно Э. Шесть медалей оценки. Мн. : «Попурри», 2006.
Боно Э. Шесть пар обуви образа действия. Мн. : ООО «Попурри», 2003.
Брич В.Я. Психологія управління: Навчальний посібник. К.: Кондор-Видавництво, 2013.
Кабаченко Т.С. Психология в управлении человеческими ресурсами: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2003.
Моляко В.А. Психология решения школьниками творческих задач. К.: Рад. школа, 1983.
Пономарев Я.А. Психология творчества. М.: «Наука», 1976.
Пономарев Я. А. Психика и интуиция. М.: Арис, 2010.
Bono E. Serious creativity. Using of power of Lateral Thinking to create New Ideas. London: Harperbusiness, 1993.
Bono E. Teaching Thinking. London: Penguin Books. 1976.

«КОВЕР-САМОЛЕТ», ИЛИ ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ГИПОТЕЗЫ О ВХОЖДЕНИИ В ИЗМЕНЕННЫЕ СОСТОЯНИЯ СОЗНАНИЯ С ПОМОЩЬЮ ВИЗУАЛЬНОГО ОРНАМЕНТА

Петренко В.Ф.
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Россия
Исследования проводятся при финансовой поддержке РГНФ, грант № 15-06-10451

Ритм и, в частности, различные виды ритмики рассматриваются как способы погружения в коллективное бессознательное, представленные в самых разных проявлениях религии, в том числе в орнаментальном искусстве ислама. Значение имеет не только ритмический рисунок орнамента, но и его семантика. Рассматривается взаимосвязь космоса и человека через ритмическое взаимодействие.

Ключевые слова: орнаменталистика, измененные состояния сознания, ритм, семантика, ментальные пространства, коллективное бессознательное.

"MAGIC CARPET", OR PRELIMINARY HYPOTHESES ABOUT GETTING INTO ALTERED STATES OF CONSCIOUSNESS THROUGH VISUAL ORNAMENT

Petrenko V.F.
Lomonosov Moscow State University, Russia

Rhythm and, in particular, various kinds of rhythmics are considered as methods of flooding into the collective unconscious presented in various forms

of religion, including ornamental art of Islam. The meaningful facts are both the rhythmic pattern of ornament and its semantics. The relation of man and the cosmos through the rhythmic interaction is considered.

Keywords: ornamentalistics, altered states of consciousness, rhythm, semantics, mental space, collective unconscious.

Данный текст отражает некие предварительные гипотезы и рассуждения, навеянные нашей совместной поездкой с И.Н. Карицким и И.В. Антоненко, – организаторами этой конференции, в частности, посвященной психологии искусства, дизайна, моды и творчества, – на конференцию в Бухару и соприкосновением с восточной орнаменталистикой, характерной для мира ислама. И.Н. Карицкий и И.В. Антоненко имеют соответствующие интересы и публикации (Антоненко, Карицкий, 2015; Карицкий, 2012а; 2012б; 2013).

Религия ислама запрещает изображения человека. В силу этого запрета именно орнаментальное искусство, включаясь в интерьер облицовки мечети, декора крепостных стен, резьбы мебели и резьбы по металлу, кухонной утвари, рисунка ручной вышивки и орнамента посуды, ковроткачества и домашнего убранства, достигло своих высот.

Не преминул я купить и бухарский ковер, чей орнаментальный рисунок отсылает нас к глубокой древности архетипических символов коллективного бессознательного. Отсюда и метафора ковра – самолета, позволяющего полеты, но не в физическом, а в ментальном пространстве.

На написание этого текста повлияло также общение с культурологом В.М. Приваловой (2007; 2010; 2012), чья верность выбранной ею тематики орнаментального искусства проявляется в ритме издаваемых ею книг по этой теме.

По определению электронной энциклопедии Википедии, «Орнамент – узор, основанный на повторе и чередовании составляющих его элементов; предназначается для украшения различных предметов (утварь, орудия и оружие, текстильные изделия, мебель, книги и так далее), архитектурных сооружений (как извне, так и в интерьере), произведений пластических искусств (главным образом прикладных), у первобытных народов также самого человеческого тела (раскраска, татуировка). Орнамент связанный с поверхностью, которую он украшает и зрительно организует, как правило, выявляет или акцентирует архитектонику предмета, на который он нанесен.

Орнамент либо оперирует отвлеченными формами, либо стилизует реальные мотивы» (рис. 1, 2, 3).

Для понимания механизма воздействия орнамента на человека важен не только ритм рисунка, но и, конечно, его содержание, включающее семантику символов, использованных в рисунке.

Рисунок 1. Русский орнамент (взято из Википедии)

Рисунок 2. Арабский орнамент (взято из Википедии)

Рисунок 3. Пример восточного орнамента (взято из Википедии)

Люди времен архаики в большинстве своем были неграмотны, но неумение читать письменные тексты для них компенсировалось знанием визуальных символов, которые их окружали, как во властных и сакрально-культовых учреждениях, так и в домашнем, приватном быту. Орнаментально-символическая живопись сродни молитвенному барабану у буддистов, задающему при его вращении ритмику считывания мантр.

Человек погружен в пространство ритмов, но классическая философия и отделившаяся от нее ветвь – психология уделяли слишком мало внимания исследованию влияния полевой формы материи, фиксируясь на познании ее предметных форм. Да и представление об электромагнитных, радиационных и гравитационных полях возникло только на рубеже девятнадцатого и двадцатого века, то есть совсем недавно, максимум на глубину четырех человеческих поколений. В начале двадцатого века А.Л. Чижевский убедительно показал влияния «солнечного ветра» и ближайшего космоса на биологическую активность живых существ и человека. Так, фантастическая продуктивность «болдинской осени», когда в 1830 году, скрываясь в своем поместье от свирепствовавшей эпидемии холеры, А.С. Пушкин творил свои бессмертные произведения, связана с периодом активного солнца вызывающего повышенную активность биосферы, большую активность самого человека, его творческий подъем, но также и агрессивность и неустойчивость его в социальной сфере. В годы активного солнца, как показал Чижевский (1993), свирепствуют эпидемии, свершаются революции и войны, но и активируется человеческое творчество.

Дело в том, что психологи уже хорошо изучили ритмическую активность человеческого мозга, его альфа-, бета-, тета-, дельта-ритмы, связанные с процессами сна и релаксации, внимания и активного функционирования (Греченко, Харитонов, Жегалло, Александров, 2015; Кустубаева, Толегенова, Мэттьюс, 2013; Роик, Иваницкий, 2011). Различного рода психотехники (медитация, гипноз, йога, холотропное дыхание (Петренко, Кучеренко, 2008)), а также музыка и психоделики, а в живописи – цветовая палитра (Петренко, Кучеренко, 1988, Петренко, 2014), способны активировать те или иные биоритмы, вызывающие те или иные психические состояния. Но мало кто обращал внимание, что эти же частотные ритмы присущи земной ионосфере, возникшей в результате ионизации атмосферы под действием солнечных лучей и космической радиации и выполняющей охранительную функцию, защищая биосферу от губительного воздействия. Люди, животные и растения поистине космические существа, включенные во взаимодействие с ближним и дальним космосом.

Согласно теории панспермии (Г.Э. Рихтер, Г. Гельмгольц, С. Аррениус, У. Томсон (лорд Кельвин), В.И. Вернадский), сама жизнь имеет космическое происхождение и занесена на Землю в форме простейших микроорганизмов кометами, метеорами и метеоритами. Но связь человека с космосом, с его ритмами имеет и обратную силу. Человек не

только пассивно зависим от ритмов солнечной активности, от влияния ближнего и даже дальнего космоса, чье излучение от нашей и иных галактик доходит до Земли, но он способен и резонировать космосу и его ритмам, творя искусство (в первую очередь, музыку), как средство управления своими состояниями.

Именно музыка наиболее космическое искусство, и если человечество установит контакт с инопланетным или космическим разумом, то полагаю, что это осуществиться не на уровне сознательного рацио, а на языке коллективного бессознательного, и что язык общения будет более всего приближен к музыке, как виду ритмического искусства. Но ритмическое искусство возможно не только через сукцессию звуковых форм, но и через ритмику визуального искусства, в его орнаментальной форме. Практически все религии, используют ритм для вхождения в измененные состояния сознания, приближающие человека к Богу (или, другими словами, к космическому сознанию). Ритмические пляски джайнистов («Хари Кришна, Кришна Хари…») с повторяющемся призывом к Богу, считывание мантр с молитвенного барабана у буддистов, телесное раскачивание иудея при молитве, динамический танец «зикр» в суффийском исламе, непрерывное повторение Исусовой молитвы «Господи Исусе Христе, Сыне Божии, помилуй мя грешнаго» в православном исихазме, – все это примеры того, как через ритмическое действо можно войти в измененное состояние сознание, интерпретируемое религиозными адептами как движение к Богу или Космическому сознанию.

В наших работах (Петренко, Супрун, 2011; 2012; 2014; 2015), посвященных сходству методологии квантовой физики и коллективного бессознательного, продолжающих линию исследований, заложенную творческим союзом В. Паули и К.Г. Юнга (Линдорф, 2013), обосновывается положение, что трансовые состояния осуществляют переход от категориальных форм сознания, определяющих моделирование и понимание реальности в ее предметных формах (в декартовом пространстве), к переходу к полевым формам коллективного бессознательного, описываемого на языке гильбертовых пространств, к которым не применимы категории времени и пространства предметного мира. Квантовые феномены типа ЭПР (Эйнштейна, Подольского, Розена) задают эффекты взаимосвязи (перепутанности) образующих «элементов». В следствии чего образ мира в квантовой физике и коллективном бессознательном выступает как системная целостность, лишенная локального бытия и временной отнесенности. Коллективное бессознательное, где «все со всем взаимосвязано», выступает неисчерпаемым океаном креативности и творчества. Погружение в этот океан бессознательного, не только освежает физиологию организма, но и расширяет возможности психики, порождая творческое вдохновение и целостное (как говорят буддисты «лишенное двойственности») мировосприятие. Выработанная веками человеческая мудрость (к сожалению, частично забытая),

проявляющаяся, в частности, в использовании символических и ритмических форм в бытовом окружении, осуществляла ненавязчивое, но направленное воздействие на человеческую психику. Человек создает свое предметное окружение, но и предметное окружение, влияя на психические состояния, создает человека. Культурно-историческая психология Л.С. Выготского (Выготский 1986; Асмолов, 2007) дает эвристическую направленность для раскрытия механизмов взаимосвязи личности и космоса.

И не только динамическая медитация способна ввести практикующего в состояние транса и открыть ворота коллективного бессознательного, но также (хотя и в более слабой форме) и орнаменталистика: напомню об архетипических узорах ковроткачества, способных создавать некую ауру эмоционального состояния, выступая «ковром-самолетом» в путешествиях в ментальных пространствах.

Литература

Антоненко И.В., Карицкий И.Н. Социальная перцепция культурных слоев одежды // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ–2015). Сборник материалов международной научно-технической конференции. М.: МГУДТ, 2015. – С.202-206.

Асмолов А.Г. Психология личности. Культурно-историческое понимание человека. М.: Смысл, 2007.

Выготский Л.С. Психология искусства. М.: Искусство, 1986.

Греченко Т.Н., Харитонов А.Н., Жегалло А.В., Александров Ю.И. Психофизиологический анализ осцилляторных процессов в поведении биосоциальных систем // Психологический журнал. 2015. – №5. – С.75-86.

Карицкий И.Н. Понятие психологической практики // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2012а. – №1. –С.138-143.

Карицкий И.Н. Созерцания как форма познания // Евразийская ментальность / под общ. ред. В.Ф. Петренко, И.Н. Карицкого. М.: Информполиграф, 2012б. – С.179-200.

Карицкий И.Н. Созерцание в Адвайта-веданте // Созерцание как современная научно-теоретическая и прикладная проблема: материалы всероссийской конференции / под ред. Г.В. Акопова, Е.В. Бакшутовой. Самара, 21 мая 2013 года. Самара: ПГСГА, 2013. – С.87-100.

Кустубаева А.М., Толегенова А., Мэттьюс Дж. ЭЭГ-активность головного мозга при различных стратегиях саморегуляции эмоций: подавление и переоценка // Психологический журнал. 2013. – №4. – С.58–68.

Линдорф Д. Юнг и Паули. М., 2013.

Петренко В.Ф. Многомерное сознание: психосемантическая парадигма. М.: Эксмо, 2013.

Петренко В.Ф. Психосемантика искусства. М.: МГУ, 2014.

Петренко В.Ф., Кучеренко В.В. Взаимосвязь эмоции и цвета // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 1988. – №3.

Петренко В.Ф., Кучеренко В.В. Медитация как форма неопосредствованного познания // Вопросы философии. 2008. – №8. – С.83-101.

Петренко В.Ф., Супрун А.П. Сознание и реальность в Западной и Восточной традиции: Взаимоотношение человека и космоса // Труды Института системного анализа РАН. 2011. – №3. – С.25-46.

Петренко В.Ф., Супрун А.П. Целеустремленные системы, эволюция и субъектный аспект системологии // Труды Института системного анализа РАН. 2012. – №1. – С.3-25.

Петренко В.Ф., Супрун А.П. Классическая квантовая физика на языке сознания и бессознательного – постнеклассическая рациональность // Вопросы философии. 2014. – №9. – С.76-90.

Петренко В.Ф., Супрун А.П. Методология психосемантики в контексте постнеклассической рациональности и философии когнитивной физики // Вестник РАН. 2015. – №10. – С.896-905.

Привалова В.М. Орнамент. Восприятие, оценка и понимание. Знаковый текст и контекст. Самара, 2007.

Привалова В.М. Семантика орнамента в семиотике культуры. Самара: Самарский научный центр РАН, 2010.

Привалова В.М. Когнитивные предпосылки орнамента как знаково-символического ритуала культуры. Самара: Самарский научный центр РАН, 2012.

Роик А.О., Иваницкий Г.А. Нейрофизиологическая модель когнитивного пространства // Журнал высшей нервной деятельности. 2011. – 61.– №6. – С.688–696.

Чижевский А.Л. Космический пульс жизни. М.: Мысль, 1993.

Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ ПСИХОЛОГОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МУЗЫКАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ И ТЕРАПИЯ»

Петухова-Левицкая М.И., Шелиспанская Э.В.

Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого, Россия

В настоящей статье раскрываются технологические и организационные основы подготовки будущих психологов по дисциплине «Музыкальная психология и терапия», реализация которой обеспечит практическую интеграцию инновационных здоровьесберегающих технологий в области музыкальной терапии в образовательный процесс вуза.

Ключевые слова: профессиональная подготовка студентов, здоровьесберегающие технологии, практика арт-терапии, музыкальная психология, музыкальная терапия.

METHODOLOGICAL BASES FOR THE PREPARATION OF FUTURE PSYCHOLOGISTS ON THE DISCIPLINE OF MUSIC PSYCHOLOGY AND THERAPY "

Petukhova-Levitskaya M.I., Shelispanskaea E.V.
Tula State Pedagogical University named after. Leo Tolstoy, Russia

This article reveals the technological and organizational basis for the preparation of future psychologists on the discipline of music psychology and therapy, which will provide a practical integration of innovative health technologies in the field of music therapy in educational process.

Keywords: training students, health-preserving technologies, the practice of art therapy, music psychology, music therapy.

В многочисленных направлениях развития отечественного образования ценность здоровья детей и молодежи является одним из приоритетных аспектов его гуманизации, основой духовно-нравственного, социального и психофизического благополучия.

Это актуализирует задачи психолого-педагогического сопровождения процесса профессиональной подготовки студентов психологических специальностей к использованию в будущей профессиональной деятельности разнообразных технологий здоровьесохранения, здоровьеформирования, здоровьесозидания. В свою очередь, мы рассматриваем данную проблему, как требующую, прежде всего педагогического руководства, а учебный процесс как оптимальную форму для освоения основ здоровьесберегающей деятельности.

Вместе с тем, анализ результатов научных исследований показывает, что подготовка будущих специалистов к организации и осуществлению деятельности по сохранению здоровья участников образовательного процесса оставляет желать лучшего (Ермаков, Шелиспанская, 2012). Недостаточно разработанными остаются и вопросы о методологии и технологиях преподавания специализированных курсов, решающих означенные проблемы.

Создание учебных программ в области формирования здорового образа жизни и подготовки будущих специалистов к осуществлению деятельности по сохранению здоровья участников образовательного процесса может быть отнесено к научно-практической деятельности, реализуемой на стыке валеологии, психологии, педагогики (Ермаков, Шелиспанская, 2012). Здесь, с одной стороны, необходимо информационное насыщение обучающих разделов данными фундаментальных наук, с другой – соответствие формы обучения восприятию, потребностям и мотивам поведения слушателей, активизации их внимания и интереса. Для достижения эффективности данного процесса, изложенные тенденции и принципы обеспечиваются использованием в образовательном процессе современных

технологических, диагностических, педагогических профессиональных инноваций, а их освоение и применение на практике в интериоризированном виде влечет за собой новый уровень профессионального совершенствования студентов.

Обращение к мощному потенциалу музыкального искусства способствует не только сохранению физического, психического и духовного здоровья, но и гармонизации отношений человека с социумом. Объединяя в себе достижения психологии, психотерапии, музыкальное искусство и медицину, музыкальная психотерапия представляет собой целенаправленное использование музыки как терапевтического средства (Бабин, Резницкая,2013).

Важно также сказать о роли музыкотерапии в психопрофилактике асоциального поведения, игровой, алкогольной и наркозависимости, в социальной реабилитации молодежи. По сути это «социально-психологическое врачевание», направленное на изменение стереотипов мышления, поведения и повышение адаптационных способностей личности средствами музыкального искусства. Именно поэтому направление музыкотерапии является уникальной полифункциональной технологией оздоровления (Петухова, 2013).

Уникальность оздоравливающего потенциала музыки еще и в том, что он применим ко всем независимо от возраста, здоровья или музыкальных способностей, не требует значительных материальных затрат и практически доступна каждому.

Здоровьесберегающая деятельность психолога в образовательном учреждении в соответствии с должностной инструкцией, включает в себя: обеспечение охраны жизни и здоровья детей; формирование здорового образа жизни; содействие созданию обстановки психологического комфорта обучающихся; развитие у них коммуникативных навыков; профилактику зависимостей; формирование социальной культуры обучающихся, педагогов, специалистов и родителей. Будущий психолог должен уметь организовать деятельность по развитию личностных возможностей ребенка, его активности, по формированию его отношений в социуме, создать благоприятные социально-психологические условия для его развития. При решении данного комплекса задач, как нельзя более подойдут полифункциональные технологии искусства.

На протяжении всей истории человечества и медицина, и педагогика пытались активно использовать ничем не сублимируемый исключительный потенциал искусства, отражающий потребность человека в естественных, комплексных способах духовного и физического оздоровления, развития и гармонизации с социумом (Петухова, 2013). На сегодняшний день в нашей стране выполнен целый ряд исследований, посвященных изучению лечебно-коррекционных, профилактических и иных возможностей арт-терапии в здравоохранении, образовании и социальной сфере (Амето-

ва, 2003; Гришина, 2004; Ионов, 2004; Лебедева, 2000; Практическая арт-терапия, 2008 и др.).

По мнению исследователей, художественная деятельность во многих случаях является средством свободного самовыражения и самопознания. Занятия искусством предполагают атмосферу доверия, толерантности, внимания к внутреннему миру человека, как правило, вызывают у людей положительные эмоции, помогают формированию более активной жизненной позиции.

Сегодня знания по использованию искусства для сохранения, укрепления, восстановления здоровья получили оформление в теории и практике арт-терапии, в переводе с английского - «лечение, основанное на занятиях художественным творчеством», однако на практике это не всегда лечение в строго медицинском смысле слова. Существует много примеров применения арт-терапии в качестве средства психической гармонизации и развития человека. «Арт-терапевтическими» сегодня называют частные формы терапии творчеством, как правило соотносящиеся с конкретным видам искусства арт-терапия (психотерапия посредством визуального, пластического искусства), драматерапия (психотерапия посредством театрального искусства и ролевой игры), музыкальная терапия (психотерапия посредством музыки) (Петухова, 2011).

Теоретический анализ научных исследований свидетельствует о том, что музыка на протяжении всей истории человечества обеспечивала все жизненно необходимые аспекты человеческой деятельности: стимулировала трудовую деятельность, снимала психоэмоциональное напряжение, способствовала глубокому очищению от тяжелых эмоций, обеспечивала коммуникативные потребности.

Все вышеизложенное дает основания для использования существующего опыта в области музыкотерапии в осмыслении и решении современных проблем здоровья в условиях российского образования. Это позволяет рассматривать использование музыкальных технологий как инновационное направление сохранения и укрепления здоровья участников образовательного процесса.

На основе означенных приоритетов для студентов факультета психологии направления «Психология образования» была разработана и реализована в образовательном процессе ТГПУ им. Л.Н. Толстого программа дисциплины по выбору «Музыкальная психология и терапия».

Дисциплина «Музыкальная психология и терапия» направлена на формирование у студентов общих теоретических основ профессионального мировоззрения педагога-психолога; изучение общих закономерностей музыкальной психологии как науки и конкретизация их применительно к ежедневной оздоровительной практике. При определении научного, методического содержания учебного предмета учитывались особенности мате-

риала, специфика молодежной субкультуры, требования организации учебного процесса на факультете психологии.

Методология музыкотерапии отражает интеграцию педагогики, психологии, искусства и целого комплекса гуманитарных наук (философии, антропологии, культурологии, этики, эстетики и ряда других) - тем самым значительно повышает образованность и общую культуру выпускника (Петухова, 2011).

В результате изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы умения: использовать музыкальные здоровьесберегающие технологии в целях создания здоровьебезопасного образовательного пространства, обеспечения профессионального и личностного роста, сохранения психологического здоровья и профессионального долголетия.

Практическая работа, проводимая со студентами, является комплексной. Она включает как различные виды тренингов, деловых и ролевых игр, так и традиционные формы работы – беседы, семинары. Преподавание дисциплины предполагает следующие образовательные технолог и:

1) Лекционные занятия с использованием мультимедийных технологий;

2) Семинарские занятия с элементами дискуссии;

3) Лабораторные занятия, включающие освоение и практическое использование музыкально-звуковых здоровьесберегающих технологий;

4) Обеспечение студентов сопутствующими дидактическими раздаточными материалами;

5) Использование проблемно-ориентированного междисциплинарного подхода.

На итоговых занятиях студенты должны представить самостоятельно подготовленные проекты (как теоретические, так и практические) по тематике здорового образа жизни, о возможностях музыки в сохранении и укреплении здоровья.

Практические занятия и семинары спецкурса нацелены на решение следующих задач:

- формирование системы знаний о здоровье и его составляющих, способах оздоровления и повышения резервов здоровья с помощью музыкально-звуковых технологий;
- воспитание у студентов ценностного отношения к здоровью и чувства ответственности за свое здоровье;
- приобщение студентов к здоровому образу жизни через систему музыкально-звуковых технологий;
- обучение практическим приемам оздоровления организма средствами музыкально-звуковых технологий;
- формирование умения выстраивать индивидуальную траекторию здорового образа жизни и саморазвития средствами звука и музыки.

Проведение занятий ориентировано, также, на самостоятельную работу студентов, носящую поисковый характер, развивающую умение ана-

лизировать, сравнивать, делать выводы, отстаивать свою точку зрения. В связи с этим, особое внимание уделено самостоятельной учебно-исследовательской работе студентов, в том числе наблюдению, чтению и обсуждению научной литературы, реферированию.

Содержание образовательного процесса по предлагаемой программе составляют организационные формы учебной, практической, исследовательской, инновационной деятельности. Профессиональное совершенствование студентов происходит посредствам усвоения оздоравливающих музыкально-звуковых технологий в ходе самостоятельной практики оздоровления. Результатом обучения, подготовки специалистов становиться его профессиональная состоятельность и компетентность, студенты не только получают необходимые знания, осваивают инновационную теорию и технологию работы, но также учатся рефлексии, самопознанию.

Актуальность и перспективность включения средств и методов музыкотерапии в профессиональный образовательный процесс специалистов психолого-педагогических профессий логично аргументировать и с позиций экономической целесообразности: этот один из способов расширения профессиональных компетенций специалиста и повышения его конкурентоспособности в современной социально-экономической ситуации.

Итак, феномен музыкотерапии правомерно представить как локальную инновацию в высшем образовании, здоровьесозидающую технологию, которая может использоваться как на уровне образовательной программы, курса по выбору, так и через систему методов спонтанного творчества, психотерапевтических технологий, интегрированных с другими технологиями психологической работы.

Литература

Бабин С.М., Резницкая Т.Б. Музыкальная психотерапия и музыкальная психология: программа последипломной подготовки, уникальный российский опыт // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. – 2013. – N 6 (23). – URL: http://mprj.ru

Ермаков В.А., *Шелиспанская Э.В.* Воспитание здорового образа жизни Монография /В.А. Ермаков, Э.В. Шелиспанская. Тула: Изд-во ТулГУ, 2012.

Практическая арт-терапия: Лечение, реабилитация, тренинг / Под ред. А.И. Копытина. М.: «Когито-Центр», 2008.

Петухова М.И. Музыкальная терапия как метод социально-психологической адаптации младшего школьника / М.И. Петухова // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. Выпуск 3. часть 2. – Тула: издательство ТулГУ, 2013. – С.254– 263.

Петухова М.И. Проблема здоровья и созидания субъектов образовательного процесса и возможности ее решения средствами прикладной музыки (статья) Современные проблемы науки и образования» (Эл.журнал РАЕ: http://www.science-education.ru/rules/) 2011. – № 6.

ЭСКИЗНЫЙ ПРОЕКТ ДИЗАЙНЕРА В СВЕТЕ ПОЛОЖЕНИЙ КОГНИТИВНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Петушкова Т.А.
Институт бизнеса и дизайна, Москва, Россия

В статье рассмотрены вопросы профессионально художественного представления эскизного проекта дизайнера с позиций основных положений когнитивной психологии. Показана важность овладения графическими приемами создания авторских композиций, которые несут в себе яркий художественный образ и сохраняют существенную проектную информацию. Даны конкретные рекомендации в обучении бакалавров.

Ключевые слова: когнитивная психология, дизайн, эскизный проект, равновесная композиция, визуальное восприятие.

CONCEPTUAL DESIGN THE DESIGNER IN THE LIGHT OF THE PROVISIONS OF COGNITIVE PSYCHOLOGY

Petushkova T.A.
Institut of business and design, Moscow, Russia

In the article the issues of professional artistic representations of a conceptual design of the designer from the standpoint of the main provisions of cognitive psychology. Shows the importance of mastery of graphic techniques of creating compositions that have a bright artistic image and preserve essential project information.Provided specific recommendations in training of bachelors.

Keywords: cognitive psychology, design, draft, equilibrium composition, visual perception.

Профессиональные компетенции в образовании бакалавров предусматривают умения ставить и решать художественно-творческие задачи создания художественного образа вещей в эскизных проектах, а, стало быть, свободно владеть графическими приемами создания авторских композиций (Петушкова, 2015). Цель статьи: заострить внимание на важнейших положениях когнитивной (ассоциативной) психологии при создании и оценке эскизных проектов и фотографических презентаций.

Методологическим основанием темы являются идеи гештальтпсихологии, развитые в трудах таких авторов как Т. Гоббс, Б. Спиноза, Дж. Локк, Д. Юм, З. Фрейд, К. Юнг, Р. Арнхейм и др., из чего следует, что восприятие смысловых акцентов художественно-образного и стилевого языка эскизного проекта в его семантическом пространстве основывается на ассоциативности (амбивалентности) нашего мышления, имеет непосредственную связь с личностным смыслом моды и становится приоритет-

ной характеристикой в современных дизайнерских исследованиях образно-символической проблематики костюма, образно-информационных структур моды, семантических особенностей визуального пространства моды, механизмов визуализации модной формы женской одежды (Артемцева, Грекова, 2015).

При подготовке бакалавров важно усвоить, что эскизный проект есть художественное произведение, оценка которого является сложным зрительным актом, процессом восприятия определённого действия в перцептивном пространстве листа. Удачная композиция есть достигнутое перцептивное равновесие всех элементов, находящихся в устойчивом положении (Пименов, 2000).

Наше визуальное восприятие является продуктивной функцией, которая заключается в создании конкретных визуальных моделей (ВМ) посредством изучения конкретного эскиза, его оценки, отбора существенных черт и сопоставление их с архетипическими образами памяти. При этом воссозданный художественный образ постигается интуитивно, а затем рефлексируется в сознании. В целом, процесс восприятия изображения развивается в направлении от схватывания его каркасных осей к оценке элементов, располагаемых на этих осях. Структурную ориентацию в зрительной модели определяет преобладающая ось. Именно четкая организация всех изобразительных элементов эскиза в общей структуре определяет его целостность и простоту восприятия.

В равновесной композиции наиболее существенными являются такие категории, как вес зрительного образа и направление основных элементов зрительного образа. Весовые категории восприятия зрительного образа условно подразделяются на легкие и тяжелые. К тяжелым формам отнесены геометрически правильные формы-знаки, располагаемые на вертикальной оси, в правой части изображения и большего размера, тогда как их противоположность вызывает ощущение более легких форм. Вертикально расположенные формы-знаки воспринимаются более тяжелыми, чем наклонные.

Направление движения элементов определяется их месторасположением на видимых осях симметрии и их направленности к центру притяжения. При этом структурную ориентацию в зрительной модели определяет преобладающая ось (Петушкова, 2008; Петушкова, 2010). Наиболее динамическую композицию создаёт спиральная ось. Так же в угловой структуре, когда одна диагональ выделяется за счет другой, создается главная асимметрия, которая уравновешивается методом перспективы. Имеет значение направленность изображения вверх или вниз, вправо или влево

В равновесной композиции важной является группировка исходных форм-знаков в зрительное целое. Оно происходит по закону подобия, а именно: чем больше формы-знаки похожи друг на друга, тем скорее они будут восприниматься, как расположенные вместе. Группирующим эффек-

том обладают подобные формы по размерам. Чем крупнее формы-знаки, тем больше они стремятся к объединению. Также группирующим эффектом подобия является форма знаков, например, окружности, квадраты, треугольники и т.д. стремятся объединиться в единую группу.

Важными являются группирующие эффекты подобия по тону, цвету, пластике, по ориентации в пространстве, по направлению и скорости движения, по масштабу, по ритму линий, по согласованию одновременных фаз движения, их постепенном убывании или нарастании:

- метрический ряд линий образует группы, убывающие по величине в их периодической последовательности;
- черные круги стремятся отделиться от белых и образовать самостоятельную группу;
- цветовые характеристики формы образуют группы по колориту, иллюзорности восприятия;
- выступающие цвета, зрительно увеличивают форму, а темные и холодные ее уменьшают;
- нюансная гармония обостряет восприятие внутренних деталей формы;
-контрастная гармония обостряет восприятие силуэта формы;
- диссонансные отношения формы и фона усиливают активность образных характеристик;
- бесцветность или малая насыщенность цветом концентрирует внимание на пластико-семантической стороне формы (Петушкова, Шибаева, 2015).

Однако кроме этих видимых параметров объект восприятия имеет скрытый структурный план. Он представляет собой систему отсчета, помогающую определить важность любого изобразительного элемента для равновесия всего изображения. В целом выразительность произведения искусства порождается не столько равновесием, гармонией и единством, сколько характером организации направленных сил.

Например, в модных рекламных изображениях часто используют простые геометрические формы квадрата, круга, овала, прямоугольника в качестве фона, которые создают необходимый эффект при восприятии более сложных форм костюма или для создания весового акцента, перспективного эффекта глубины изображения, контраста пластических характеристик формы и т. д.

Не менее важной является цветовая колористическая палитра. По мнению английского дизайнера Дэвида Дэбнера колорит в дизайнерских решениях играет важную роль: он вносит разнообразие, создает ощущение пространства, вызывает у зрителя психологические и эмоциональные переживания. Однако эти свойства могут либо поддержать и усилить формальный (морфологический) аспект дизайна, либо, наоборот, сместить

смысловые доминанты и тем самым нарушить семантическую целостность его форм.

Кроме того, важным исходным посылом является географическая составляющая проектируемой одежды, учитывающая биопсихологические реакции человека и его ощущение комфорта, а также колористическое наследие, цветовые традиции народа, смену социально-культурных факторов и т.д.

Динамика колористики есть мера подвижности цветовой структуры и ее хроматического содержания. Различают пространственную динамику и временную. Пространственная динамика зависит от изменений общей морфологии модной коллекции, ее структуры и функций, общей цветовой культуры людей и проектировщиков, а также особенностей восприятия. Опираясь на основные положения колористической теории, сложившейся в средовом дизайне и архитектуре, разработана её структурная модель.

Условимся считать, что Художественно-эстетическая природа колористки направлена на восприятие ярких художественных образов. Она рассматривается как целостная система, образующая подвижное цветопространственное поле (ПЦПП). Это поле формируется моделями одежды и фоном, на котором они представлены. Первые образуют уровень активной полихромии, второй – уровень пассивной полихромии. Активную полихромию принято характеризовать структурой, хроматическим содержанием и динамикой.

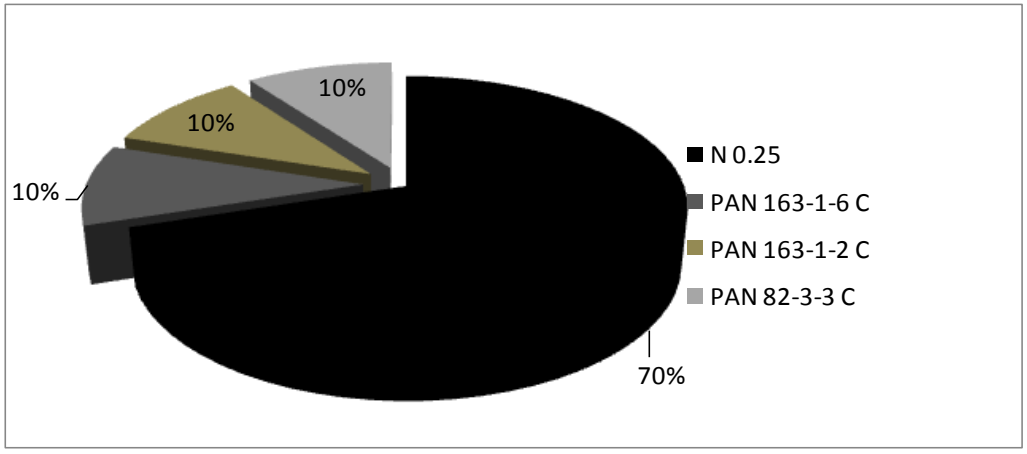

Рисунок. Структура ЦП мужской коллекции осень-зима 2014 -2015 г. готовой к носке одежды (menfall-winterready-to-wear)

В качестве примера на рисунке показана таблица структуры ЦП (цветовой палитры) мужской коллекции осень-зима 2014 -2015 г. готовой к носке одежды (menfall-winterready-to-wear).

Временная динамика ПЦПП такова: наибольшее количество моделей чёрного цвета в мужских коллекциях периода осень-зима (men’sfall-

winter) составляет – 100% в 2014 г.;в 2011-2012г. в коллекциях готовой одежды осень-зима (fall-winterready-to-wear) – количество чёрного цвета составило 87,8%; в весенне-летних коллекциях в 2015г. соответственно, 80,4%, а в мужских (menswear) коллекциях– 73,9%. Одна мужская коллекция периода осень-зима (men'sfall-winter) 2014 полностью содержит модели черного цвета.

Черный - главный цвет для дома Givenchy, несмотря на изменчивость тенденций и трендов. Весной и летом 2015 бренд включает в себя все лучшее из показанного и придуманного предшественниками. В моделях органично сочетаются не только "темные" пласты субкультурной моды, но крестьянский и индейский стили, отголоски позднего барокко и викторианской эпохи, и всё разнообразие, которое дает современная уличная мода.

Все изложенные теоретические положения являются отправными для экспериментального изучения произведений живописи и графики, а так же практического использования знаний в проектной деятельности. На этом симбиозе нарабатывается опыт создания гармоничных композиций в учебных авторских проектах.

Литература

Артемцева Н. Г., Грекова Т. Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2015. – №47. – С.61 – 70.

Петушкова Г. И. Трансформативное формообразование в дизайне костюма: теоретические и экспериментальные основы. М.: ЛЕНАНД, 2015.

Петушкова Т.А. Экспериментальная разработка пластических систем визуальной коммуникации моды //Дизайн и технологии. 2010. – №18 (60). – С.5-13.

Петушкова Т. А. Ансамбль в женской одежде. – М.: МГУДТ, 2008. Петушкова Т. А., Пузанов В.И. Нанотехнологии: торсионное поле фотоизображения модного костюма//Дизайн и технологии. 2008. – №10 (52). – С.16-21.

Петушкова Т. А., Пузанов В.И., Хлуденёва В.П. Семантика цвета в дизайне костюма//Дизайн и технологии. 2008. – №9 (51). – С.15-21.

Петушкова Т. А., Шибаева С.А. Колористические особенности формирования коллекций одежды на примере модного дома Дольче и Габбана. М.: Вестник МГТА 2015. – № 2-3 (30-31). – С.30-40.

Пименов П. А. Семиология – дизайн: теория и практика. – М., 2000.

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ СОЦИОНИЧЕСКИХ ПРИЗНАКОВ АУГУСТИНАВИЧЮТЕ-РЕЙНИНА

Прокофьев В.Г., Прокофьева Т.Н.
Научно-исследовательский институт соционики, Москва, Россия

В НИИ Соционики проведена серия экспериментов по изучению феномена влияния типологических особенностей на функционирование психики человека. Представлена часть результатов исследования признака Аугустинавичюте-Рейнина «Интуиция-сенсорика». Эксперименты показали возможность прогнозирования ситуационного поведения испытуемых в группе заданного типологического состава.

Ключевые слова: соционика, феномен психики, признак Аугустинавичюте-Рейнина, эксперимент, дихотомия, интуиция, сенсорика.

EXPERIMENTAL STUDY SOCIONICS AUGUSTINAVICHUTE-REININ'S FEATURES

Prokofiev V.G., Prokofieva T.N.
Scientific Research Socionics Institute, Moscow, Russia

The Scientific Research Socionics Institute produced a series of experiments to study the phenomenon of the influence of typological features of the functioning of the human psyche. This article presents part of results of research Augustinavichute-Reinin feature "Intuition-sensing". Experiments have shown the ability to predict the behavior of the test situation in the group given the typological structure.

Keywords: socionics, the phenomenon of the psyche, Augustinavichute-Reinin feature, experiment, dichotomy, intuition, sensing.

Изучая типологические особенности человека, соционика разрабатывает новые инструменты для расширения исследований психики. Как в психологии, так и в соционике существует проблема дифференциации проявлений, связанная с их размытостью. Эту проблему, безусловно, необходимо решать, как теоретическими, так и экспериментальными методами.

В НИИ Соционики проанализированы и обработаны данные о признаках Аугустинавичюте-Рейнина (ПАР) (Аугустинавичюте, 2008, Прокофьева, 1999, Рабочая группа, 2003, Прокофьева, 2008 и др.), которые легли в основу экспериментального исследования.

Эксперимент показал, что объединение участников в группы, однородные по изучаемому признаку, оказывает влияние на поведение в процессе выполнения заданий. Эффект группового резонанса, замеченный еще А. Аугустинавичюте, позволяет наблюдать исследуемые явления особенно

ярко за счет того, что резонанс существенно снижает вклад индивидуального опыта отдельных испытуемых на результаты деятельности группы.

На основании результатов мы можем утверждать, что получено экспериментальное обоснование существования ПАР в психике человека и подтверждена возможность практического наблюдения их проявлений.

Коротко о постановке эксперимента

Эксперимент состоял из 12 сессий (на каждой по одному признаку).

Предмет исследования. Психический феномен зависимости поведения людей от их типологических особенностей.

Объект исследования. Три группы испытуемых: две группы участников с типами, соответствующими полюсам исследуемого признака, и одна контрольная смешанная. На каждой сессии было от 20 до 30 человек.

Отбор испытуемых в группы осуществлялся из числа прошедших определение соционического типа в НИИ Соционики с использованием «Puzzle-технологии», объединяющей модельный и признаковый подходы к диагностике (Прокофьева, Прокофьев, 2013).

Методология проведения эксперимента. Эксперимент проведен как *лабораторный, психологический, в искусственно созданных условиях* посредством целенаправленного управления экспериментаторами ситуацией, внешней для групп испытуемых, способствующей максимальному проявлению изучаемого феномена типологических особенностей психики.

Были применены методы: *контролируемого* (Кравченко, 2014), *включенного (участвующего), открытого* (Ломоносова, Добреньков, Кравченко, 2004) наблюдения.

В качестве *независимой переменной эксперимента* (Мартин, 2004), целенаправленно подвергаемой изменению, было использовано разделение испытуемых на *две экспериментальные группы*, сформированные с учетом принадлежности их типов к *разной полярности соционических признаков.* Чтобы результаты наблюдений в ходе эксперимента, могли быть сравнимы с некоторым средним эталоном, в экспериментальную ситуацию была введена *третья контрольная (смешанная) группа* (Мартин, 2004). Все три группы в процессе эксперимента были поставлены в одинаковые условия.

Зависимая переменная (Мартин, 2004) – это вербализованные мысли, чувства испытуемых, их невербальное поведение, зарегистрированные группой экспертов в протоколах, а также с помощью технических средств записи: диктофонов и видеокамер, индивидуальных анкет испытуемых.

Было применено *маскирование* предмета исследования *по методу двойного слепого эксперимента* (Мартин, 2004)**.** То есть основная масса экспертов и все испытуемые не знали ни состав групп, ни то, какой признак наблюдался в конкретной сессии.

Проверяемая гипотеза. *Исследование позволит экспериментально обосновать влияние типологической составляющей психики человека, описываемой признаком «интуиция-сенсорика», на его поведение.*

Порядок проведения эксперимента

Всем группам, размещенным за отдельными столами, одновременно выдавали одно задание и выделяли время на его выполнение. После выполнения каждая группа презентовала свои результаты.

Каждая сессия состояла из трех или четырех заданий.

В данной работе рассмотрим результаты на примере одного из упражнений сессии, посвященной признаку «интуиция-сенсорика».

Изучая теорию психологических типов К.Г. Юнга (Юнг, 1996) и соционику А. Аугустинавичюте (Аугустинавичюте, 1998), мы в течение нескольких лет проводили наблюдение за проявлением данного феномена. Результаты наблюдений по признаку «интуиция-сенсорика» (Прокофьева, 1999) позволили дать следующее наполнение выдвинутой гипотезе.

«Интуиция» собирает информацию во времени, рассматривает развитие процессов из прошлого в будущее, что дает предсказание еще не случившихся событий, например, сведения о возможности, вероятности и времени наступления каких-либо перемен. «Шестое чувство» играет большую роль, чем остальные пять. «Интуиты» внимательнее к подоплеке, ценят воображение, склонны видеть события в развитии, предпочитают что-то менять, чем сохранять привычное состояние.

«Сенсорика» собирает информацию в пространстве, завершенная картина дает описания качеств объектов здесь и сейчас, например, сведения о самочувствии, надежности, силе, выносливости. «Сенсорики» больше доверяют информации, получаемой с помощью пяти органов чувств, фиксируют внимание на том, что можно увидеть, попробовать, измерить, ориентированы на настоящее, на то, что происходит в данный момент.

Протокол наблюдений в ходе эксперимента

Признак «интуиция-сенсорика», разделы «Поведение» и «Речь»

Проявления	р1	р2	р3
В поведении			
Мышление образное, абстрактное, от общего к частному			
Мышление конкретное, от частного к общему			
Завершенная картина мира дает описания невидимых качеств объектов здесь и сейчас			
Завершенная картина мира дает предсказание еще не случившихся событий			
Больше внимания уделяют реалиям, частностям, подробностям			
Больше внимания уделяют новым возможностям, глобальному видению ситуации			
Осваивая новую информацию, пытаются объединить в одно целое разные ее фрагменты. Более интересны не факты как таковые, а их взаимосвязи, значение, последствия			
Осваивают информацию небольшими порциями, последовательно, шаг за шагом. Фиксируют внимание на том, что можно увидеть, попробовать, измерить.			
Лучше удается ручной труд, воплощение			
Лучше удается создание теорий, генерация идей			

В речи			
Теория, абстракция, время, многозначность, в общем, возможность, может быть, предполагаемое, когда-нибудь, где-нибудь, сомнение, духовное, замысел, способности, вероятность			
Практика, конкретика, пространство, четкость, однозначность, в частности, настоящее, осязаемое, здесь и сейчас, определенность, телесное, земное, воплощение, квалификация, очевидность			

Задание «Идеальный дом»

Все три группы получили задание: сделать макет «Идеальный дом» с помощью бумаги, ножниц, клея и фломастеров. Каждая дала свой вариант.

«Интуиты» слепили коробочку, прикрыв ее сверху раскрашенным листом бумаги, в стене сделали прорези и вставили в них еще лист. Участники дали волю фантазии, рассказав, что в любой момент в их доме можно на стенах изобразить любой город, а также Африку, подводный мир, космос. Как приложение выдали несколько «кинолент» с разнообразными вариантами просмотра. Продемонстрировали генерацию множества идей, видение разнообразных вариантов при минимальном «рукотворном» вложении.

«Сенсорики» в это время скручивали и склеивали брёвнышки из бумаги. Из них сделали дом с крышей, трубой, окнами, дверью, крыльцом. Вырезали и окружили площадку забором, поставили будку для Шарика, подписали ее, вырезали самого Шарика, возвели баню, сеновал. Конкретно, с максимальной детализацией изготовили избушку с хозяйственными постройками, огородом и лесом на заднем плане.

Рисунок 1. «Идеальный дом» от группы «интуитов»

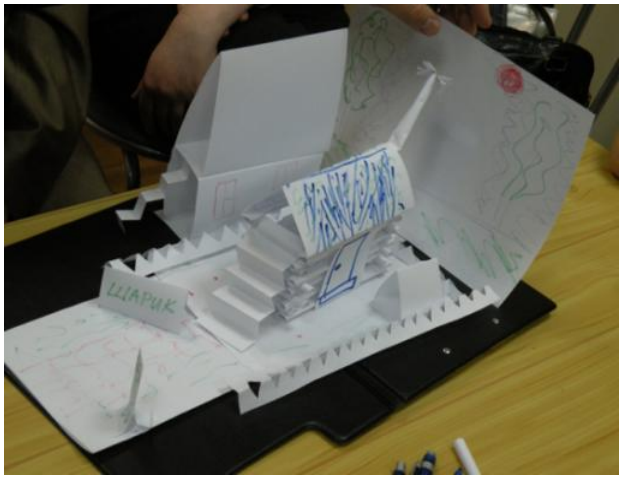

Рисунок 2. «Идеальный дом» от группы «сенсориков»

Контрольная группа собрала мобильный дом на гусеничном прозрачном приводе. Рассказали, как будут путешествовать на нем, рассматривать окрестности, накрывая, но, не повреждая города, леса и прочие препятствия. Смешанная группа дала множество идей и смогла реализо-

вать их в технически сложной конструкции. Дом получился наиболее сбалансированным: и разнообразие впечатлений, и приспособлен для жизни.

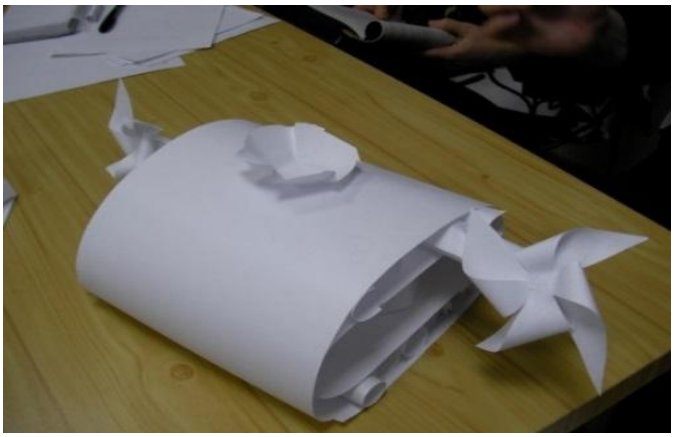

Рисунок 3. «Идеальный дом» от смешанной группы

Общий результат: Группы, показали не просто разные результаты и модели поведения, а прогнозируемо разные, в соответствии с изучаемым признаком.

Результаты исследования

Признак «интуиция-сенсорика», разделы «Поведение» и «Речь»

Проявления сенсорики по группам	**р1**	**р2**	**р3**
Мышление конкретное, от частного к общему			
Завершенная картина мира дает описания невидимых качеств объектов здесь и сейчас			
Больше внимания уделяют реалиям, частностям, подробностям			
Осваивают информацию небольшими порциями, последовательно, шаг за шагом. Фиксируют внимание на том, что можно увидеть, попробовать, измерить.			
Лучше удается ручной труд, воплощение			
Практика, конкретика, пространство, четкость, однозначность, в частности, настоящее, осязаемое, здесь и сейчас, определенность, телесное, земное, воплощение, квалификация, очевидность			
Итого:		**3**	
Проявления интуиции по группам	**р1**	**р2**	**р3**
Мышление образное, абстрактное, от общего к частному			
Завершенная картина мира дает предсказание еще не случившихся событий			
Больше внимания уделяют новым возможностям, глобальному видению ситуации			
Осваивая новую информацию, пытаются объединить в одно целое разные ее фрагменты. Более интересны не факты как таковые, а их взаимосвязи, значение, последствия			
Лучше удается создание теорий, генерация идей			
Теория, абстракция, время, многозначность, в общем, возможность, может быть, предполагаемое, когда-нибудь, где-нибудь, сомнение, духовное, замысел, способности, вероятность			
Итого:	**3**		**2**

Таким образом подтвердилась гипотеза о влиянии на поведение составляющей психики, описываемой признаком «интуиция-сенсорика».

Применение подтвержденного экспериментально феномена

Аушра Аугустинавичюте назвала этот признак «дополняющим» (Агустинавичюте, 2008). Она утверждала, что люди «дополняющих» типов видят разные стороны реальности и могут помогать друг другу, обеспечивая партнера недостающей информацией. Когда со стороны внешнего мира в такую пару приходит негатив, партнёры могут защитить и поддержать друг друга. «Интуиты» могут отвечать за поиск возможностей, выбор вариантов, за экономию времени, введение инноваций. «Сенсорики» – за комфорт, удобство, использование проверенных подходов и методов, за внешний вид, защиту территории, качество, статус, здоровье.

Как в рабочей команде, так и в семье желательно соединение «дополняющих» людей. Распределение обязанностей между «интуитами» и «сенсориками» на основе их предпочтений дает дополнительный комфорт взаимодействия, а на выходе – продукт высокого качества. Такой подход применяется сегодня не только в ряде успешных компаний, но и в практике космических полетов (Букалов, Карпенко, Чикирисова, 2002).

Выводы

Результаты проведенных исследований показали возможность прогнозирования поведения людей в соответствии с их типологическими различиями. Особенно ярко это проявляется при создании команд однородных по типологическому составу – резонансных групп.

Литература

Аугустинавичюте А. Соционика. М.: Черная белка, 2008.

Аугустинавичюте А. Соционика: кн. 1. Введение. СПб.: Terra Fantastica, 1998.

Кравченко А.И. Психология и педагогика. Учебник. М.: Издательство Проспект, 2014.

Букалов А.В., Карпенко О.Б., Чикирисова Г.В. Прогнозирование психологической, деловой и информационной совместимости в космических полетах, в авиации и аэрокосмических технологиях // СМиПЛ, 2002. – № 4. – С.5 – 8.

Ломоносова М.В., Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования. Учебник. М.: Инфра-М, 2004.

Мартин Д. Психологические эксперименты. Секреты механизмов психики. СПб.: Прайм-Еврознак, 2002.

Прокофьева Т.Н. Соционика. Алгебра и геометрия человеческих взаимоотношений. М.: Гном-Пресс, 1999.

Прокофьева Т.Н. Соционика для профессионалов. Соционические технологии в педагогике и управлении персоналом. – М.: Алмаз, 2008.

Юнг К.Г. Психологические типы. М.: Университетская книга, 1996.

Прокофьева Т.Н., Прокофьев В.Г. Puzzle-технология. Стандарты качества соционической диагностики // Сайт НИИ Соционики. http://socionics.ru/diagnostic/puzzle, 2013.

Рабочая группа по соционике. Наполнение признаков Рейнина: результаты практических исследований// www.dynamicsocionics.ru/issledovaniya/napolnenie-priznakov-rejnina.html, 2003.

ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРОВ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИОНИКИ

Прокофьева Т.Н., Владимиров О.М.
Научно-исследовательский институт соционики, Москва, Россия

Соционика описывает 16 психологических типов и их предпочтения, оказывающие влияние на различные сферы жизни, в том числе и на выбор интерьера. Описаны четыре квадры – малые группы, объединяющие типы согласно их общим ценностям, устремлениям, вкусовым предпочтениям. Приведены результаты многолетних наблюдений по предпочтениям в цветах, интерьерах, стилях каждой из четырёх квадр.

Ключевые слова: соционика, дизайн интерьера, квадра, квадральные ценности, соционические функции, информационные аспекты, стиль.

INTERIOR DESIGN BY SOCIONICS VIEW

Prokofieva T.N., Vladimiroff O.M.
Scientific Research Socionics Institute, Moscow, Russia

Socionics describes the 16 personality types and preferences that influence the various spheres of life, including in the choice of interior. Four quadras - small groups, combining types according to their common values, aspirations and preferences. Presents the results of long-term observations on preferences in colors, interiors, styles of four quadras.

Keywords: socionics, interior design, quadra, quadras values, socionic functions, information aspects, style.

Известно, что окружающее пространство оказывает психологическое воздействие на человека. Например, цветовая гамма помещения так или иначе влияет на эмоциональное состояние. На разных людей это воздействие будет разным. К.Г. Юнг писал: «Два лица видят один и тот же объект, но они видят его не так, чтобы обе, полученные от этого картины, были абсолютно идентичны. Помимо различной остроты органов чувств и личного уравнения часто бывают глубокие различия в роде и размере психической ассимиляции воспринимаемого образа» (Юнг, 2001).

Опираясь на соционический подход, рассмотрим предпочтения при выборе интерьера, распределим их в соответствии с типами личности.

Соционика изучает особенности обработки информации психикой человека и на этом основании делит людей на типы. Она показывает, как один и тот же информационный фон может оказывать на людей разных типов как отрицательное и так положительное воздействие. Комбинация психических функций в сознании и подсознании человека определяет 16 типовых предпочтений, которые обусловливают его ценности. Функции эти были выделены и описаны Юнгом (Юнг, 2001) и в дальнейшем были изучены, уточнены и дополнены в соционических исследованиях.

В соционике есть такое понятие, как квадры. Квадры делят 16 типов на четыре группы согласно общим ценностям, устремлениям, вкусовым предпочтениям. Первооткрыватель соционики, Аушра Аугустинавичюте писала: «Участников квадры объединяет определенная общность интересов, а главное – отсутствие возможностей конфликта. Общение в квадре снимает физическую и психическую усталость, активизирует, поднимает тонус, обеспечивает психическим иммунитетом перед жизненными невзгодами. Это идеальная форма психотерапевтической группы. Примечательно, что если в такую группу попадает человек из другой квадры, он чувствует себя исключительно неуютно» (Аугустинавичюте, 1982). Ценности квадры определяются базовыми функциями входящих в нее типов.

Соционика делит весь поток информации на аспекты, которые с разной степенью полноты воспринимает тот или другой тип личности. «Соответствие аспектов информации юнговским функциям установлено экспериментально в течение многолетних наблюдений» (Прокофьева, 2008). Мы проанализировали наблюдения по предпочтениям в цветах, интерьерах, стилях квадр и сопоставили их с семантикой информационных аспектов.

Стоит оговориться: какой-то конкретный стиль в дизайне не относится к одной квадре. Например, «посмодернизм» трактуется дизайнерами очень широко. Наша задача – выделить именно «чистые» квадральные интерьеры, которые обладают тем самым «терапевтическим эффектом».

Первая квадра – «Альфа»

Ценностные функции квадры (в скобках – функции по Юнгу):

- интуиция возможностей («экстравертированная интуиция»),
- сенсорика ощущений («интровертированное ощущение»),
- этика эмоций («экстравертированное чувство»)
- структурная логика («интровертированное мышление»).

У «альфа-квадры» в ценностях возможности (идеи, игра воображения, полёт фантазии), понимание (правила, систематизация, игра смыслами), ощущения (комфорт, самочувствие, удобство) и открытые эмоции (радость, шум-гам, яркость впечатлений). «Люди здесь любят помечтать – считается, что к представителям первой квадры применим девиз: «не здесь и не сейчас» (Прокофьева, Каменева, 2010).

Ассоциации – воздух, весна, утро, детство в интерьерах раскрываются через легкость, простоту, воздушность (рис.1).

Рисунок 1. Интерьер «альфа»-квадры

Необычные формы декора, свободная геометрия, плавные линии. Геометрические узоры утончённые. Часты небесные или космические мотивы. «Людей из Альфы постоянно как магнитом тянет ко всему новому и интересному. Творчество гармонии, радость познания истины – то, на чем строится их мировосприятие и жизненная позиция» (Горенко, Толстиков, 2009). Цвета «альфийцев» мягкие, пастельные. Лёгкие ткани и драпировки светлых тонов в сочетаниях с белым: голубые, бирюзовые, фисташковые, розовые, персиковые оттенки. Насыщенный бордовый – цвет королевских мантий, глубокий синий, индиго. Акценты желтого и оранжевого как краски радости.

Стили «альфийского» интерьера, это прованс – легкий французский кантри, он отличается воздушностью. Японский минимализм: легкие циновки, тонкие ширмы, свободное пространство, окна до пола. Скандинавский модерн строится на простых формах и светлых оттенках (Бхаскаран, 2005) , например, интерьеры «Икея». Необычные интерьеры в стиле биоморфизма, сочетания природных форм с высокотехнологичными материалами (Бхаскаран, 2005): мебель и причудливый декор выглядят очень необычно, как будто перед нами растительная клетка под микроскопом.

В интерьерах встречаются сказочные темы, фантастические сюжеты картин. Создаётся ощущение свободы, пространства, где можно порезвиться, как детям, поскольку «представители «альфы» – очень увлекающиеся люди, предпочитающие обстановку неформального общения. Они демократичны по своей натуре, отрицают любую жесткость или зарегулированность» (Гуленко, 1995). Пример корпоративных интерьеров в стиле «альфы» – это штаб-квартиры Google в разных городах: незахламленное пространство, «игрушечная» мебель и яркие, радостные цвета.

Вторая квадра – «Бета»

Ценностные функции, соответственно типам:

- этика эмоций («экстравертированное чувство»),
- структурная логика («интровертированное мышление»),
- волевая сенсорика («экстравертированное ощущение»),
- интуиция времени («интровертированная интуиция»).

В «бета-квадре» ценят энтузиазм, драйв, бодрость, задор, энергию и порядок, иерархию, подчиненность. «Принадлежность ко второй квадре – это сознательное или подсознательное подчинение закону порядка» (Горенко, Толстиков, 2009). Царят красота, внешний вид, сила, мощь, статус, знаки отличия. И еще скорость, планирование, своевременность, мобилизация. «Бетанцы» «буквально кипят страстями, ищут и находят себе поле деятельности, где могут применить свою энергию и почувствовать так необходимый им дух борьбы. Стойкость, решительность, выносливость и несгибаемость всегда будут иметь у них высший авторитет» (Гуленко, 1995).

Ассоциации квадры – огонь, лето, полдень, юность. В интерьерах строгость форм. Либо статусность, награды, флаги, шевроны, значки, вымпелы на стенах указывают на принадлежность к тому или иному кругу, либо спартанская обстановка в казарменном стиле. В «бете» ценна прямая геометрия: «все должно быть квадратно и покрашено». Сталь, стекло и бетон, немецкий дизайн. Если используют дерево, то скорее темное. Здесь часты контрастные сочетания красного, черного, желтого, вкрапления оранжевого, а еще хаки и камуфляж – цветовая гамма милитаристиля.

Стилевые предпочтения «беты» уходят корнями в древнеримскую архитектуру. Большие помпезные здания трансформировались в сталинский ампир. Высокие кабинеты начальства – это «бетанские» интерьеры. Встречается строгий хай-тек, воплощенный в хроме, стекле, жёстких композитных материалах. Кубизм: рубленные формы и яркие детали интерьера. «Весёлый» поп-арт, как его впервые представил Энди Уорхолл. Большие принты из комиксов, яркие краски, веселые фразы, лозунги, подростковая тема хулиганства (граффити на стенах, канистра из-под бензина в углу) или подростковой романтики (макеты самолетов, «алые паруса»).

Конструктивизм – плоскостные линейные формы, технологичные материалы (Бхаскаран, 2005). Стиль индустриализма: открытая вентиляция, трубы, заклепки, электропроводка. Урбанистические сюжеты в картинах, декоре. Часто большие часы, открытый огонь (рис. 2). Кафе, оформленные в стиле беты, напоминают армейские пищеблоки, где рота солдат должна быстро принять пищу и сразу выйти на построение. Примеры корпоративных интерьеров: салоны BMW в стиле немецкого хай-тека – ряды черно-белых столов для «армии менеджеров».

Рисунок 2. Интерьер «бета»-квадры

Третья квадра – «Гамма»

Ценностные функции типов:

- волевая сенсорика («экстравертированное ощущение»),
- интуиция времени («интровертированная интуиция»),
- деловая логика («экстравертированное мышление»),
- этика отношений («интровертированное чувство»)

Здесь красота понимается как роскошь. «Также как и во второй квадре, в третьей – её представители предпочитают красоту удобству. И здесь уместно выражение: «красота требует жертв»! (Прокофьева, Каменева, 2010).

«Гамма» – это квадра индивидуалистов, каждый хочет быть на «гребне волны». Здесь ценят умение планировать и быть в курсе трендов. Девиз: «Здесь и сейчас!» Уважают выгоду, технологии, деньги, бизнес. При этом важна ценность отношений, морали, любви, жизни и смерти.

Ассоциации квадры: вода, осень, сумерки, зрелость. Во вкусах «гаммы» смешение форм и стилей. «Такая смесь, эклектизм – характерная черта зрелой квадры «гамма». В интеллектуальной жизни происходят критические и антидогматические процессы – то, что сейчас именуют постмодернизмом. Идеологическую систему «гамма-квадры» принято называть западными ценностями» (Гуленко, 1999).

В интерьерах: роскошь с авангардом, антиквариат с пластиком. Тонкие ажурные узоры, геометрические рисунки сложных форм, ромбические аппликации. Драпировки темные, тяжелые. Мебель массивная, антикварная или причудливо-витиеватая.

Цвета любят яркие, насыщенные: черный, темно-серые оттенки, фиолетовый, красный, лимонный. Кислотные контрасты в сочетании с черным бывают подчеркнуты неоновой подсветкой даже в квартирах. Стили «гаммы»: готика, с её мрачностью, декаданс, помпезная роскошь (рис. 3).

Рисунок 3. Интерьер «гамма»-квадры

Сюрреализм: воплощение абсурдных идей, форм, большие абстрактные полотна в кислотных «кричащих» тонах. «Серьезный» поп-арт: комиксы из «взрослых» журналов с сексуальными мотивами. Стимпанк – стилизованные трубы, вентили паровых машин, датчики давления. Киберпанк, отражение культуры будущего: ниспровержение общественных норм и внедрение сверхтехнологичной научной фантастики в жизнь. Сюжеты биомеханики в картинах, декоре, бытовые технические новинки. Гранж: среди грязных кирпичных стен стоят роскошные диваны и суперсовременная аппаратура. Варианты корпоративных гамма-интерьеров – это атмосфера и роскошь ночных клубов: зеркала, подсветка пола, темные драпировки, отсутствие окон

Четвертая квадра – «Дельта»

Ценностные функции, соответственно типам, такие:

- деловая логика («экстравертированное мышление»),
- этика отношений («интровертированное чувство»),
- интуиция возможностей («экстравертированная интуиция»),
- сенсорика ощущений («интровертированное ощущение»).

Ценности в «дельте» – это знания, польза, профессионализм и мастерство, то, что сделано надежно и качественно, а также семейные ценности, клановость, следование традициям. Ценят суть и простоту, удобство, комфорт, заботу и гармонию, единение с природой. В «дельте» «объединены реалисты, превыше всего ценящие стабильность существования и незыблемость оправдавших себя традиций» (Гуленко, 1995).

Ассоциации квадры: вода, осень, сумерки, зрелость. Интерьеры «дельты» – это комфорт и надежность «на века». Добротная мебель, натуральные материалы: дерево, камень, плетеные изделия. Природные мотивы, пейзажная живопись, произведения традиционных ремёсел. Мягкие ткани, гобелены, тканые ковры, скатерти, салфетки, «бабушкины сундуки», уютные камины, символизирующие тепло семейного очага.

Цвета пастельные, но густые, насыщенные. Природная гамма: темно-зеленый, песочный, коричневый, терракотовые оттенки, матовый черный.

Стили «дельты» – это консерватизм в различных его воплощениях. Традиционный кантри, что встречается в оформлении деревенских гостиниц (рис. 4).

Рисунок 4. Интерьер «дельта» квадры

Эко-стиль: в интерьере плетёная мебель, растительные орнаменты, много зелени. Легкий сафари, традиции арабской культуры. Бутики солидных марок, например, часов «Cartier», где подчеркиваются многолетние традиции и качество изделий.

Находясь в пространстве своей квадры, человек раскрывается, расслабляется, становится самим собой. Это и есть тот самый «терапевтический эффект»: в «родных стенах» человек чувствует прилив сил, тогда он способен принимать взвешенные решения, ясно высказываться и транслировать потенциал своего типа личности.

Литература

Аугустинавичюте А. Соционика. М.: Чёрная белка, 2008.

Бхаскаран Л. Дизайн и время. Стили и направления в современном искустве и архитектуре. Арт-родник, 2005.

Горенко Е., Толстиков В. Природа собственного Я. М.: Чёрная белка, 2009.

Гуленко В. Квадры и их социально-психологические особенности // Соционика, ментология и психология личности, 1995. – № 1.

Гуленко В. Квадральные ценности. Психологические корни социального неравенства. Киев, 1999.

Прокофьева Т. Об аспектах и функциях в соционике. – в кн. Соционика для профессионалов. Соционические технологии в педагогике и управлении персоналом. Под ред. Т.Прокофьевой. М.: Алмаз, 2008.

Прокофьева Т., Каменева С. Еще раз о квадральных ценностях. // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. 2010. – №4

Юнг К. Психологические типы М.: Эксмо-пресс, 2001.

ДИЗАЙНЕРСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ БАННЕРОВ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Рогожина А.А.
Психоневрологический интернат №4, Москва, Россия

В данной работе рассматриваются особенности психологического восприятия рекламных баннеров акторами дорожного движения. Исследованы и рассмотрены основные проблемы восприятия дорожных баннеров. Выявлены определенные параметры, влияющие на восприятие акторов дорожного движения по типу фигуры, женскому образу, цветовым сочетаниям, которые зависят от психологического типа потребителя.

Ключевые слова: акторы дорожного движения, восприятие дорожных баннеров, психология рекламы, психологический тип, дизайн рекламы.

DESIGN PROJECTION OF ADVERTISING BANNERS: PSYCHOLOGICAL ASPECT

Rogozhina A.A.
State budgetary institution Psychoneurological boarding school No. 4, Moscow, Russia

In this work features of psychological perception of advertizing banners are considered by participants of traffic. The main problems of perception of road banners are investigated and considered. Certain parameters as a figure, to a female image, color combinations which depend on psychological type of the consumer are revealed. The certain parameters influencing perception of actors of traffic as a figure, to a female image, color combinations which depend on psychological type of the consumer are revealed.

Keywords: actors of traffic, perception of road banners, advertizing psychology, psychological type, design of advertizing.

В настоящее время уже стало невозможным представить себе современный мир без рекламы. Процесс создания рекламы – это активная, быстро модифицирующаяся сфера деятельности человека, требующая от ее создателей креативности и творческого подхода к дизайну. На протяжении уже многих лет, будучи неизменной спутницей человека, она трансформируется одновременно с ним. Образ рекламы, ее смысл и внешний вид переживают абсолютно новые перевоплощения параллельно со становлением производительных средств человечества, изменением социально-экономических условий. Реклама заслуженно считается ча-

стью общечеловеческой культуры, изменяющейся по своим правилам и законам.

Дизайн рекламы – это разновидность искусства, но это искусство особого рода. Оно организует человеческую среду обитания. В целом можно сказать, что искусственная среда имеет для человека определяющее значение, человек – единственное существо, которое создает искусственную среду, без нее он неспособен выжить. Среда является выражением внешнего и внутреннего мира человека, его индивидуальной психологии. Реклама тесно связана с модой. Как отмечают современные исследователи моды, реклама не только сопровождает продвижение продуктов, но и навязывает модные тенденции, стандарты, образы (Артемцева, Грекова, 2013; 2015).

На данный момент в психологии рекламы присутствуют три научных подхода к организации рекламной практики. Это - суггестивный, маркетинговый и адвертологический. Одной из основных задач суггестивного подхода является влияние рекламируемой продукции и услуг на подсознание и сознание покупателя, вызывание спроса на рекламируемую продукцию и услуги, создание воздействия на волю и поведение потребителя, привлечение и обращение внимания к рекламе. Первостепенным и одним из самых действенных способов выполнения сложившейся проблемы является суггестия. Для маркетингового подхода характерна заблаговременная стадия по исследованию характеристик покупателей, их нужд и потребностей. В данном подходе главной целью является всестороннее удовлетворение нужд и потребностей потребителей. Потребности и нужды покупателей исследуют, тщательно изучают и применяют полученные данные и показатели в рекламных целях. Для адвертологического подхода главной целью является исследование психологических свойств рекламных коммуникаций и человека, как личности, имеющей право выбора, а в последнюю очередь - как покупателя.

Предметом нашего научного интереса стали рекламные баннеры на дорогах. В настоящее время человек значительную часть своего времени проводит в автомобиле, ежедневно преодолевая большие расстояния и простаивая в пробках. Поэтому все большее распространение получают рекламные баннеры на дорогах. Восприятие информации происходит в условиях ограниченного ресурса времени. В связи с этим возникает проблема оптимизации информационного пространства в рекламных щитах, что позволяло бы в минимальный промежуток времени, который отводится для считывания информации, передать максимальное количество информации о рекламируемом объекте при условии, что отвлечение внимания водителя от управления автомобилем не должно приводить к возникновению аварийных ситуаций. Исследования по этой проблеме проводились такими авторами, как К. Кнорре, Л.В. Матвеева, А.Н. Лебедев – Любимов. Поэтому остро встает проблема оптимизации

и модификации пространства рекламных баннеров на дорогах таким образом, чтобы потребителю было легко усвоить требуемую информацию, и длительность усвоения информации не приводила бы к аварийной ситуации. Проблема эффективности рекламного воздействия дорожных баннеров связана с одной стороны с особенностями дизайнерского проектирования баннеров, с другой – с психологическими особенностями восприятия баннеров людьми.

Основной задачей нашего исследования стало выявление ценностных, когнитивных и эмоциональных аспектов восприятия рекламных баннеров акторами дорожного движения. В качестве методологической базы исследования был взят адвертологический подход, т. к. по нашему мнению, именно он является наиболее прогрессивным и характерным для дальнейшего становления и развития современной культуры и общества.

Согласно гипотезе исследования, существует взаимосвязь когнитивных компонентов восприятия дорожных баннеров с особенностями когнитивной и ценностно-мотивационной сферы личности потребителя дорожной рекламы.

Эмпирическую базу исследования составили 105 человек – акторы дорожного движения, водители и пассажиры, люди разных профессий в возрасте 20-45лет.

Как показывают результаты проведенного исследования, к наиболее значимым характеристикам восприятия относятся: личностное отношение к дорожной рекламе; ценностно-смысловая обусловленность запоминания изображений на баннерах; направленность внимания в условиях дефицита времени. Водители и пассажиры имеют разный уровень восприятия, пассажиры могут уделять большее время на восприятие окружающей среды и рекламных баннеров, а также различны расположения точки наблюдения и угол зрения, пассажир может сидеть как на переднем сиденье, так и на заднем, следовательно восприятие будет разным. Когнитивными и ценностно-смысловыми компонентами, влияющими на восприятие и запоминание рекламы, являются: информация - 66,4 %; содержательный аспект - запоминание изображений животных 47,7 %; детей 52 %; природы 50 %; автомобилей 44,8 %; ценностно-личностные предпочтения, связанные с изображениями красивых мужчин 39,6 % и женщин 37,7 %; юмором 72,8 %, эротическими мотивами 24,3 %. Особенности концентрации внимания связаны с пространственной средой: в городе 46,9 %, за городом 60,5 %.

Следующей задачей стало выявление особенностей когнитивной и ценностно-мотивационной сферы акторов дорожного движения, представленных психологическим типом личности в рамках системы «Психосмология» (Нагибина, Артемцева, Грекова, 2005). С помощью метода «Экспресс-диагностика» Н.Л. Нагибиной для всех испытуемых был определен его психотип. В целях дизайнерского проектирования нами был

исследован образ женщины на картинах известных художников и в моделях дизайнеров с учетом их психотипа, а также с учетом психотипа испытуемых

В соответствии с теоретической моделью психологических типов «Психосмология» Н.Л. Нагибиной каждому женскому психотипу присущи определенные черты, своя жизненная позиция, доминирующая ценность и свои архетипы (Нагибина, Артемцева, Грекова, 2005).

Исследуя женские архетипы в рамках системы психосмологии, Т.Н. Грекова дает следующие характеристики: для типов С, СН, Н наиболее характерны образы-архетипы: Святой Марии, сестры милосердия, Белоснежки, хозяйки. Это земные женщины, любящие, окружающие заботой, милосердные, можно сказать идеальный образ женщины – матери. Женщины, продолжающей человеческий род и заботящийся о нем. Для типов А, АВ, В наиболее характерны образы «супер-звезды», Кармен. Таким женщинам присуще игривость, легкость, беззаботность, страсть, открытая сексуальность, иногда порочность. Здесь преобладают земные энергии, порой даже низменные страсти. У типов С, CD, D прототип женщины – Клеопатра, маркиза Помпадур, Амазонка, Снежная королева, бизнес-леди, роковая, властная женщина. Такие женщины склонны к манипулированию, управлению своим окружением. Они держат все и всех в своей власти.

Для психологических типов Е, EF, F характерны образы прекрасной дамы, мадонны, колдуньи, Галатеи, загадочной женщины, женщины – цветка, обладающей универсальной женственностью. У этих женщин позиция наблюдателя со стороны, спокойствия и отстранённости. Направленность на духовное начало.

В нашей работе в ходе анализа женских образов на картинах художников была выявлена взаимосвязь между психологическим типом личности художника и женскими образами. На всех картинах психологический тип художника совпадает с образом женщины того же типа, что и художник. Следовательно, получается, что художники рисовали либо женщин совпадающих по психологическому типу с ними, либо наделяли их этими чертами и образами на своих полотнах. Были проанализированы картины следующих художников: П.О. Ренуар, В.Л. Боровиковский, К.П. Брюллов, Э. Мане, В.А. Серов, В.А. Тропинин, С. Дали, К.С. Малевич, В.Г. Перов, П. Гоген, А. Ватто, А. Тулуз-Лотрек, Франсиско Гойя, В.В. Верещагин, А.П. Антропов, В.И. Суриков, Рембрандт ван Рейн, М.А. Врубель, В.М. Васнецов, Ж.О. Энгр, Н.К. Рерих, Леонардо Да Винчи, И.Н. Крамской, И.Э. Грабарь, Рафаэль.

Таким образом, психологический тип исследуемых художников совпадает с психологическим типом женщин на их полотнах.

Теоретические и эмпирические результаты исследования позволили сделать следующие выводы:

1. Доминирующими факторами, влияющими на восприятие и запоминание рекламных баннеров акторами дорожного движения, являются когнитивный и ценностно-смысловой компоненты восприятия, как феномена многоуровнего перцептивного синтеза.

2. Выявлены доминирующие тенденции в восприятии дорожных баннеров: личностное отношение к дорожной рекламе; ценностно-смысловая обусловленность запоминания изображений на баннерах; направленность внимания в условиях дефицита времени.

3. Выявлено, что наиболее эффективным и безвредным с точки зрения адвертологического подхода является трансляция информации путем изображения крупного шрифта на ярком фоне. Такой способ подачи информации не отвлекает внимание водителей от управления автомобилем.

4. Выявлена взаимосвязь между психологическим типом художника и образом женщины, характерной для его типа. Психологический тип исследуемых художников совпадает с психологическим типом женщин на их полотнах.

5. Выявлена взаимосвязь между психологическим типом модельера и образом женщины на его эскизах. Модельеры на своих эскизах создают женский образ в том же психологическом типе, что и у них самих.

Полученные выводы подтверждают мнения исследователей рекламы (Лебедева-Любимов, 2002) что информационное перенасыщение, большое количество ничем не оправданных, объективно не обоснованных и не связанных с содержанием рекламы деталей и изображений приводит к созданию сложной информационной среды. В связи с этим, проведенное нами исследование расширяет как научные, так и практические возможности для творческого подхода в дизайнерском рекламном проектировании.

Литература

Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Общее и особенное в восприятии моды: постановка проблемы – // Дизайн и технологии. Научный журнал. - М.: МГУДТ, 2013. – №4. – С. 97-104.

Артемцева Н.Г, Грекова Т.Н. Психологическое содержание отношения к моде: проблема диагностического инструментария // Дизайн и технологии. Научный журнал. М.: МГУДТ, 2015. – №47.(Электронная версия).

Грекова Т.Н., Петушкова Г.И., Путилина Е.М. Дизайн костюма: проблемы выбора стилевого архетипа. Учебное пособие. М.: МГУДТ, 2015.

Лебедева-Любимов А.Н. Психология рекламы. М., 2002.

Нагибина Н.Л., Артемцева Н.Г., Грекова Т.Н. Психология искусства. Типологический подход. М., МосГУ, 2005.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ПОДАРКА В ОБЪЕКТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Сабра Л.А.
Московский институт психоанализа, Россия

В работе представлены результаты теоретического и эмпирического исследования мотивации, влияющей на качество выбора подарка при формировании объектных отношений. Результаты предварительного исследования свидетельствуют о взаимосвязи эмоционального опыта детско-родительских отношений и факторов оценки ценности, направленных на себя и на Мир, регулирующие эмоциональные и материальные вложения при взаимодействии с внешним миром, посредством дарения, и ожидания подарков от других.

Ключевые слова: подарок, дарение, дар, эмоции, объектные отношения.

THE ROLE AND IMPORTANCE OF GIFT IN OBJECT RELATIONS

Sabra L.
Moscow Institute of Psychoanalysis, Russia

The work presents the results of theoretical and empirical study of motivation that influences on the quality of the choice of the gift when forming object relations. The results of the preliminary study testify to the interconnection between the emotional experience of parent-child relationships and the factors of valuation towards yourself and the world, regulating emotional and material investments when interacting with the outside world through donation and waiting for the gifts from others.

Keywords: gift, giving, emotions, object relations.

На протяжении всей истории цивилизации процесс дарения является неотъемлемой частью культуры и традиционным способом установления отношений и связей между людьми. Но каждая культура несет свои индивидуальные особенности, поэтому этикет дарения и представления о том, каким должен быть хороший подарок, у разных народов существенно отличается.

В России, например, подарки обычно дарят в упакованном виде и не раскрывают на публике, сохраняя интимность процесса дарения. Как правило, просмотр подарков начинается уже после окончания торжественного мероприятия. И в этом есть свой определенный смысл, поскольку в русской культуре приоритет ценностей основывается на эмоционально-чувственной, а не на материальной ценности подарка: «Мне не дорог твой подарок, дорога твоя любовь». А в американской культуре наоборот, по-

дарки принято дарить без упаковки, чтобы все могли видеть, кто что подарил. Таким образом, появляется почва для конкуренции между дарителями за право продемонстрировать, чей подарок оказался более ценным. И в этом случае на передний план даритель ставит собственную персону, чтобы получить определенные бонусы от оценки своего подарка, что подчеркнет его статус и материальные возможности. С момента перехода на рыночную экономику и привнесения западных ценностей на территорию России эти традиции постепенно стали входить и в российскую культуру.

Исследованием процессов дарения занимались такие ученые, как: Л. Адам, П. Бурде, М. Мосс. Среди отечественных ученых: Б. Малиновский, Ю.И. Семенов, В.В. Иванов, А.Я. Гуревич.

На протяжении многих тысячелетий человечество накапливало опыт обмена дарами. И, как свидетельствуют специалисты, суть этого обмена состоит в создании и поддержании социальных связей между индивидами и различными этносоциальными общностями (Семенов, 2003). Ю.И. Семенов, рассматривая детали такого обмена, пишет о том, что эти связи устанавливаются, «как правило, не по взаимному предварительному соглашению сторон, а по инициативе одной из них, которая предлагает другой стороне дар. Принятие дара означает установление связи. Если, приняв дар, человек получал друга, союзника, то, отказавшись принять его, он наживал врага. Ценность дара заключалась не в самой вещи, а в связи, которая устанавливалась в результате дарения между дателем и получателем. Связь эта носила двусторонний характер. Принятие дара накладывало на человека обязательство ответного дара. Отдар должен был быть примерно равноценен дару. Отдар не должен был следовать немедленно за даром, ибо это могло быть расценено как стремление как можно быстрее оборвать связь. Социальная связь, возникшая в результате дара, сохранялась и поддерживалась, пока она функционировала как своеобразный канал, по которому шло встречное движение даров, причем примерно в равном количестве» (Семенов, 2003, с. 123–124).

Подобная модель взаимообмена относится только к архаическим обществам, для которых характерна «экономика и мораль дара». Этот термин ввел М. Мосс, поскольку им был собран огромный материал, в котором он показал специфику обмена в разных обществах, где отсутствуют или находятся в неразвитом состоянии товарно-денежные отношения. (Гобсс,1989). Социологическая школа М. Мосса считается наиболее выдающейся ещё и потому, что он один из первых проанализировал подарок не только с точки зрения формирования товарно-денежных связей и отношений, но и как способ установления социальных взаимоотношений во всех сферах нашей жизни. Для обозначения этой системы обмена М. Мосс использовал индейский термин - потлач.

Т. Гоббс пишет: «Когда мы говорим *свободный дар*, то понимаем под этим не свободу подарка, а свободу дарящего, не принужденного к этому дарению каким-либо законом или договором» (Гобсс, 1989, с.102).

Но не стоит отождествлять дарителя исключительно с субъектом, а одариваемого – с объектом процесса дарения. Нужно принимать во внимание, что в объектных отношениях, тот, которому адресован подарок, может выступать как в объектных, так и в субъектных ролях. Объектность и субъектность, в данном варианте, ассоциирована с доминированием в действиях индивида.

И в связи с этим стоит отметить, что не всегда получение подарка несёт одариваемому только нечто положительное. Объективно отрицательный эффект для адресата подарка также имеется. Более того, на практике отрицательный эффект сливается с положительным, следствием чего выступает возникновение целостного двойственного эффекта. Ж. Бодрийяр считает, что «Одаривание и фрустрация представляют собой две неотделимых одна от другой стороны социальной интеграции» (Бодрийяр, 1999, с. 192), которая имеет беспрецедентные ранее масштабы и от которой в наступившую эпоху экспансии идеологии «общества потребления» невозможно скрыться.

С точки зрения психологии взаимоотношений, до сих пор остается большой пласт неизученного материала, связанного с темой дарения подарков.

Мы решили посвятить наше психологическое исследование определению роли подарка, в установлении статусно-ролевых взаимоотношений между дарителем и получателем. Где подарок может являться ещё и инструментом манипуляции, поскольку несет в себе не только эмоциональный, но и материальный вклад дарителя, что указывает и подчеркивает зашифрованное невербальное послание.

Какие же послания несет в себе подарок:

1) Самопрезентация. С помощью подарков дарящий передает информацию о себе и своем статусе.

2) Установление связей - деловых и любовных, где подчеркивается и характер предлагаемых связей.

3) Подарок также выполняет роль посредника в актах примирения. Тот, кто провинился и желает получить прощение, часто использует подарок, чтобы загладить свою вину и вызвать прощение.

4) С помощью подарка можно заранее задобрить того, от кого исходит угроза нападения (сублимированная форма жертвоприношений). «У древних римлян была традиция, к которой прибегали в случае крайней опасности, - традиция "священной весны". Эта традиция заключалась в том, что, в случае, если боги отклонят нависшую над государством или общиной угрозу, обещали приносить в жертву всё живое, что родится ближайшей весной, в том числе и собственных детей. Позднее человече-

ские жертвоприношения заменили тем, что детей, родившихся в роковую весну, изгоняли из государства по достижению ими совершеннолетия» (Ивик, 2010, с.146)

5) Подарок в некоторых случаях выполняет и функцию контроля и власти над тем, кому дарят подарок. Поскольку особо ценные подарки могут поставить человека в определенную зависимость от дарителя. И, решив принять дорогой и ценный подарок, в некоторых ситуациях человек становится заложником дарителя. Как раз вся система взяток построена на этом принципе. Можно сделать маленький презент за маленькую услугу. А можно сделать дорогой подарок, провоцируя большую коррупционную сделку.

Таким образом мы приходим к выводу, что в современном мире роль подарков играет важную роль в формировании объектных отношений между людьми. И то, какие эмоциональные и материальные инвестиции вкладывает человек в выбор подарка, предназначенный тем или иным людям, какую в ответ ожидает реакцию на свой подарок, какие эмоции испытывает, когда сам дарит и получает подарки от других людей - всё это явилось темой нашего исследования. Нам также важно было узнать и то, насколько часто подарки от значимых людей оправдывают ожидания. И как это может быть взаимосвязано с оправданными и неоправданными ожиданиями, в отношении работы, должности и зарплаты. Таким образом, проведя тестирование, мы надеемся получить результат который нам покажет : насколько гармонично человек формирует свои взаимоотношения с людьми, и где и с кем из значимых людей у него находятся зоны разрыва эмоциональных связей. И каким образом эти зоны разрыва эмоциональных связей, в дальнейшем, оказывают влияние на формирования объектных отношений в социальной среде.

Нами был разработан тест: «Представление себя и других в качестве Подарка». Тест состоит из двух частей. Одна часть посвящена теме «семья», а другая часть теме «работа». В тесте существует общая часть, состоящая из вопросов и шкал (от -5, до +5), по которым нужно оценить в себе и в других те или иные качества. Эта часть теста относится одновременно и к теме «семья», и к теме «работа». А в проективной части теста испытуемым предлагается представить себя и других значимых людей в качестве подарка. Для темы «семья» - это мама, папа, партнер, дети, друзья, соседи. Для темы «работа» - это организация, руководитель, партнеры и коллеги по работе, подчиненные и клиенты.

В нашем предварительном исследовании приняло участие более ста человек. В тестировании также приняли участие несколько семей. И на основании полученных данных уже можно сделать предварительные выводы, что в большинстве случаев, где по шкалам высокий уровень доверия и любви, в качестве подарков представляют себя и других значимых людей, или в качестве животных: кошек, собак, лошадей и т.д, или в качестве мяг-

ких игрушек или в качестве теплых и уютных вещей : шаль, свитер, плед, носки и т.д.

Там, где результат показал высокий уровень ценности индивида и уважения по отношению к нему, в качестве подарков представляют одухотворенные и ценные предметы – книги, картины, дорогие украшения, шкатулки, драгоценные камни и т.д.

В более практичных и эмоционально не нагруженных отношениях представляют, в основном, практичные предметы - лопаты, печатные машинки, счет в банке, настольные игры, сковородки, вазы, автомобили и т.д.

Тест показал также, что многим трудно проходить тестирование в проективной его части, особенно тем, у кого сложились сложные эмоциональные отношения с родителями, и когда в тестировании доходят до того момента, где нужно представить себя и других значимых людей в качестве подарка, то часто образы, которые приходят людям в голову, вызывают гнев и сопротивление продолжать тестирование, поскольку они рушат те рациональные представления о взаимоотношениях со значимыми людьми, которые люди сами себе создали в качестве психологической защиты от разного рода переживаний.

В тех вариантах, когда тестируемые прошли одновременно и тест «семья», и тест «работа», мы наблюдали тенденцию повторения развития сценариев в семье, и на работе: в отношении требовательности к себе и к другим, в отношении ценности и уважения себя и других, в отношении оправданных и неоправданных ожиданий по отношению к себе и к другим.

В плане формирования взаимоотношений с руководством и с коллективом на работе, прослеживается сценарий детско-родительских отношений, со всем спектром чувств в переносе.

Основная цель разработки этого теста заключается в том, чтобы по результатам тестирования мы имели представление – какие чувства и инвестиции человек вкладывает в отношения с другими людьми, какие ожидания испытывает в ответ на свой вклад в эти отношения , и насколько эти ожидания оправдываются.

Данный тест можно применять и в семейной психотерапии, чтобы выявлять зоны внутренних конфликтов, которые вызывают напряжение и раздражение, влияющее на реакции и поведение человека в объектных отношениях.

Также этот тест можно использовать и в организационной психологии: при приеме на работу, при формировании коллектива, а также при исследовании сложных взаимоотношений внутри рабочих команд и т.д.

Окончательные выводы относительно данного тестирования пока делать рано. Планируется ещё провести исследования среди людей разных ценностных ориентиров – например, среди партийных организаций, имеющих различные идеологические представления, чтобы проследить взаимосвязь между ценностными приоритетами и удовлетворенными и не-

удовлетворенными внутренними потребностями: в отношении эмоциональных связей, самооценки, требований к окружающим и т.д.

Литература

Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Изд-во «РУДОМИНО», 1999.

Гоббс Т. Левиафан или материя, форма и власть государства церковного и гражданского // Сочинения: В 2-х т. Т. 2. М.: Мысль, 1989.

Ивик О. История человеческих жертвоприношений. Москва: Изд-во "Ломоносов", 2010.

Мосс М. Очерк о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах // Общества. Обмен. Личность: Труды по социальной антропологии; пер. с франц., послесловие и комментарии А.Б. Гофмана. М.: Изд-во «Восточная литература», 1996. – С. 83–222.

Семенов Ю.И. Первобытно-коммунистический и первобытно-престижный способы производства // Социальная философия. Учебник/ Под редакцией И.А. Гобозова. М.: Издатель Савин С.А. 2003. – С.118-131.

ИСКУССТВО ПЕРФОРМАНСА В СВЕТЕ СОЦИАЛЬНОЙ ТЕОРИИ И. ГОФМАНА

Сироткина И.Е.

Институт истории естествознания и техники РАН, Москва, Россия

В статье искусство перформанса анализируется с точки зрения социальной теории Ирвинга Гофмана, в частности, с помощью категорий «фрейм» и «перформанс-исполнение». Выдвигается предположение, что перформанс представляет собой особое сочетание фреймов «театр», «ритуал» и «повседневность». Подчеркивается роль интеллектуальной составляющей в искусстве перформанса, превращающая его в «исполнение-исследование».

Ключевые слова: перформанс, театр, повседневность, фрейм, исполнение-исследование.

PERFORMANCE ART IN THE LIGHT OF ERWING GOFFMANN'S SOCIAL THEORY

Sirotkina I.

Institute for the History of Science and Technology, Moscow, Russia

In the article performance art is analysed from the point of view of Erwing Goffmann's social theory, with the help of the concepts, "performance" and "frame". It is suggested that performance art is a combination of several frames, including "theatre", "ritual" and "everyday life". The inquisitive char-

acter of performance art, which transforms it into a kind of research ("performance-research"), is emphasised.

Keywords: performance art, theatre, everyday life, frame, performance-research.

Несмотря на то, что в «искусстве перформанса» (performance art) циркулируют гораздо меньшие – по сравнению, например, с театром – ресурсы, область эта в последние годы у нас бурно растет и демократизируется. Перформансом занимается все больше людей, вокруг него складывается живое общение и создается сообщество, открытое и гибкое. Складывается новая терминология: «перформанс-лаборатория», «перформативные практики», «перформативные пространства» (где можно экспериментировать, исследовать и практиковать современный танец и перформанс).

Сообщество перформеров тесно связано с интеллектуальным, академическим сообществом, что способствует теоретической рефлексии перформанса. По своим интересам, перформеры – интеллектуалы от «исполнительских искусств», а сам перформанс представляет собой не просто «исполнение», а «исполнение-исследование» (Аристов 2015). Рефлексию этого рода искусства заметно продвинули выход переводов по теории перформанса (Голдберг, 2013; Леман, 2014; Фишер-Лихте, 2015; Геббельс, 2015). Настоящая статья должна служить еще одним вкладом в этот процесс. В своем анализе я опираюсь на работы известного социолога Ирвинга Гофмана, в частности, его категории «перформанс-исполнение» и «фрейм» (Гофман, 2000; Гофман, 2003).

Перформанс часто противопоставляют театру, сравнивая их по шкале «естественность – искусственность», «подлинность – имитация». Перформеры утверждают, что театр «имитирует» действие, тогда как в перформансе оно «настоящее». На недавней дискуссии о спектакле-лаборатории «Действие» в Электротеатре «Станиславский», автор проекта Александра Конникова еще раз озвучила это противостояние. Чтобы действовать в сценическом пространстве «по-настоящему» (или просто – «действовать»), говорит она, важно сначала исследовать, что такое действия. Свою лабораторию она организовала, чтобы изучать непоказное, неутилитарное, немиметическое (т.е., без задачи что-либо изобразить) действие и затем его моделировать в условиях сцены. Ключ, или метод обучения «чистому» действию, как ей кажется, она нашла и захотела им поделиться.

Результатом работы лаборатории получился спектакль, «главная тема и главный герой которого – действие»: «Перформеры танцуют, говорят, поют, двигаются, перемещают предметы. <…> Перформеры не знают, что будет происходить, но в каждый момент организуют действие, опираясь на метод и правила, которые были разработаны в процессе исследования.

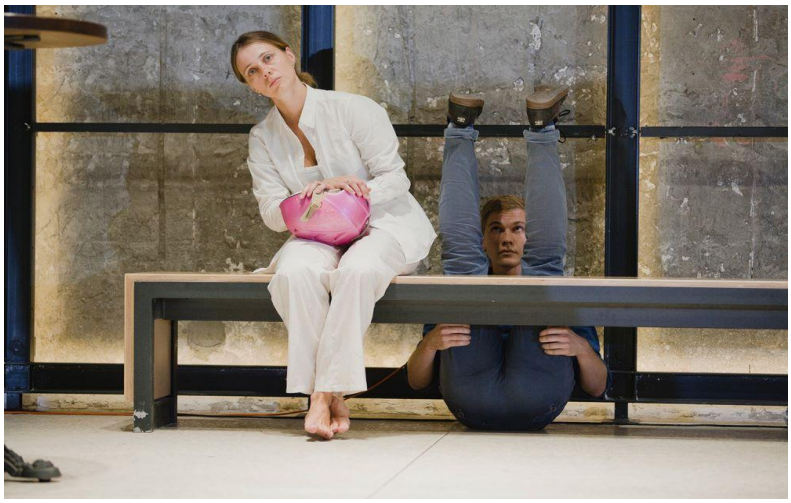

Рисунок 1. Спектакль-лаборатория «Действие». Фото М. Лабовского

Рождается очень личный спектакль о каждом, где зритель получает редкую возможность увидеть действие *таким, какое оно есть*» (Программка, 2016, курсив мой – *И.С.*).

Разница между сценическим действием и «действием таким, какое оно есть» уже давно обсуждается внутри театра. На протяжении десятилетий практиков и теоретиков драмы мучила дилемма: делать ли на сцене вещи «реально», «по-настоящему», или же делать их «не по-настоящему», или – «не вполне реально», «как будто», «как если бы».

Уже в конце XIX века, если не раньше, западный театр стал тянуться к «естественности», «натуральности», в противовес заклейменным «условностям» и «театральщине». Возник театр реализма, с «реальной» психологией актера: у Константина Станиславского или Петра Фоменко зрители восхищаются тем, как актеры «просто» ходят, сидят, пьют или едят.

Пришедший затем авангард обвинил «реалистический» театр в стремлении обмануть зрителя, создать «иллюзию» реальности. Всеволод Мейерхольд, а за ним – Бертольд Брехт призвали режиссеров к «правде» – но уже другой, не «психологической». «Правда» театра теперь заключалась в «обнажении приема», показе «голого» трюка.

«Производственники» Борис Арватов, Борис Кушнер и Николай Тарабукин поставили еще более радикальную цель: слить театр с производительным трудом: «режиссера превратить в церемонимейстера труда и быта», а «актера, т.е. спеца по эстетическому действию, превратить в квалифицированного человека просто, т.е. социально действенную личность гармонического типа» (Арватов, 1930, с.131).

Иными словами, понизить пафос театра и, напротив, повседневность приподнять на тот уровень, на котором прежде находилось только «искусство», уравнять их в правах. Из этого, однако, ничего не получилось. И дело тут не только в тяготах послереволюционного времени, а, скорее, в онтологическом статусе, который мы приписываем «театру», с одной сторо-

ны, и «повседневности», с другой. Театр, актерскую игру часто объединяют с вымыслом, фантазией, научными гипотезами и детской игрой. Антрополог Виктор Тёрнер предложил называть всех их вместе «сослагательным наклонением»: «как бы», «as if» (Turner, 1982, с.83). С помощью сослагательного наклонения в языке выражается желание, предположение, возможность: «как если бы это было», «as if it *were* so» – или, по Станиславскому, «предложенные обстоятельства».

В середине XX века этими вопросами заинтересовался независимый мыслитель Грегори Бейтсон (Бейтсон, 2000). Однажды он отправился в зоопарк, к клетке с обезьянами, чтобы проверить свою гипотезу: отличать «игру» от «реальности» умеют даже животные. Обезьяны прекрасно различают две ситуации: когда кусаться по-настоящему, а когда – только «прикусывая» в игре. Бейтсон предположил, что они друг друга об этом предупреждают, обмениваясь метакоммуникативными сигналами: «это игра». Итак, даже у животных «реальность» устроена сложно, многослойно: на «настощую реальность» и накладывается «реальность понарошку». Бейтсон назвал эти ситуации или слои реальности *фреймами* (от англ. *frame* – рама, рамка, форма).

Хотя игра относится ко втрому тип реальности, те действия, которые в ней совершаются, *не менее реальны*. Так, чтобы принять участие в игре, более сильный и подготовленный участник игры сдерживает себя – совершает реальные действия, чтобы сравняться со слабейшим и менее подготовленным.

Игровое действие является «изображаемым» только в том смысле, что его обычная функция не выполняется. Перестав быть утилитарным, оно, тем не менее, остается действием: имеет цель, подчиняется определенным правилам и совершается с помощью тех же телесных движений, что и действие в повседневной жизни. Теорию такого действия создал Ирвинг Гофман. Позаимствовал у Бейтсона понятие фрейма, он определил с его помощью понятие «performance».

Хотя «перформанс-исполнение» по Гофману – не тоже самое, что жанр перформанса, понятие это полезно для нашего теоретизирования. Начнем с того, что английское слово «performance» очень трудно перевести на русский язык однозначно. Но и в английском оно употребляется не менее чем в трех значениях: 1) в бизнесе, спорте и сексе глагол «to perform» означает «исполнять нечто на хорошем уровне, в соответствии со стандартом»; 2) в искусстве «to perform» означает «представлять», «играть спектакль», «давать концерт» и т.п.; 3) в повседневной жизни «to perform» означает «делать нечто напоказ», «играть роль», «представляться» (Schechner, 2012, с.45). Именно в этом последнем значении использует глагол «to perform» Гофман, которого интересует именно повседневное взаимодействие: «to perform» означает «управлять впечатлениями». В целом, «performance» можно перевести как «впечатляющее исполнение», то есть,

такое, которое нацелено на другого человека, на то, чтобы вызвать у него определенное впечатление. (В XXI веке мы, как никогда раньше, живем в реальности «перформансов-исполнений», социальных влияний. Эту реальность иногда определяют как «медийную», учитывая ту роль, которую медиа занимают в «управлении впечатлениями».)

Анализируя обычную деятельность людей в повседневной жизни, Гофман использует «драматургическую метафору» – «theatrum mundi»: «Характер (персонаж), инсценированный в театре, в известных отношениях призрачен, не реален и не имеет таких реальных, практически важных последствий, каких способен натворить в жизни насквозь фальшивый персонаж, сыгранный мошенником. Но успешное инсценирование любого из этих вымышленных персонажей требует использования одинаково реальных технических приемов – тех самых приемов, при помощи которых обыкновенные люди выдерживают свои жизненно реальные социальные ситуации» (Гофман, 2000, с.302). Иными словами, чтобы взаимодействие и в театре, и в повседневной жизни было успешным, участники должны совершать действия, поддерживающие общее определение ситуации. Это общее определение ситуации Гофман называет *фреймом*.

В книге «Анализ фреймов» Гофман описывает различные типы перформансов-исполнений: один тип – «чистый перформанс», где нет ни аудитории, ни исполнителей (например, ночной клуб, где по мере развития действа аудитория постепенно втягивается в него); другой тип – на радио, где аудитория не присутствует на представлении. Эти ситуации характеризуются смещением актуальной интеракции к определяющему ее фрейму: «дело не в интеракции, а во фрейме» (Батыгин, 2003, с.25). Чтобы фрейм работал, нужно постоянное усилие всех сторон по расставлению соответствующих маркеров.

Например, в театре звонок говорит нам, что сейчас на сцене началось представление – мы перешли во фрейм «игра». Известен случай, когда инсценировка романа Герберта Уэллса «Война миров» на радио БиБиСи привела к панике: пропустив соответствующие маркеры (сигналы метакоммуникации), переключающие фрейм «реальность» на фрейм «игра», слушатели восприняли передачу как новостную – репортаж о нашествии марсиан.

Понятие фрейма помогает Гофману пересмотреть онтологию (картину мира), в которой «реальная реальность» занимает высшее место в иерархии, а театр, игра, вымысел и воображение ей уступают. Понятие фрейма и фреймирования – заключения в рамку, и есть та новая онтология, которую предлагает нам Гофман. Фрейм «повседневная реальность» устроен так, что действия людей *воспринимаются* в качестве *непосредственных* и *неподдельных*. Напротив, во фрейме «игра*» те же самые действия* воспринимаются как вторичные, изображающие что-то такое, чем сами они не являются.

Рисунок 2. Спектакль-лаборатория «Действие». Фото Е. Помеловой

В этом фрейме, пишет Гофман, движения тела воспринимаются «как копирование или имитация, что обычно делают актеры или жулики, изливая свои чувства» или «как символическое выражение чего-то на самом деле отсутствующего».

Во фрейме «повседневность» *те же движения* воспринимаются как «прямое выражение или бытование действующего субъекта: его намерений, воли, настроения, характера, жизненной ситуации» (Гофман, 2003, с.687). Эту «прямоту» и можно считать отличительной характеристикой фрейма «повседневная деятельность». В конце концов, подчеркивает Гофман, чтобы приблизиться к ее пониманию, следует присматриваться к *фреймам, а не к телам*.

Наши действия, как правило, заключены не в один, а в несколько фреймов. Фреймы можно переключать: для этого имеются соответствующие инструменты – ключи, маркеры или сигналы метакоммуникации, по Бейтсону. Один из таких ключей – театральный звонок; покуда он сохраняется и в перформансе, мы не останемся в «повседневности», а перейдем во фрейм «игра» или «театр». Хотя целью спектакля-лаборатории Александры Конниковой было «чистое» действие – то которое мы воспринимаем как «непосредственное», «неподдельное», воспринимался он во фрейме «театр» (о чем сообщали разделение пространства на зрительный зал и сцену, звонок перед началом, покупка билетов). В этом перформансе отсутствовало многое из того, что обычно бывает в театре: пьеса, роли, грим. Но, хотя действия были «обычными» (если можно ли считать «обычным» попытку вскарабкаться на стену или надеть на голову предметы вроде накладной груди или вантуза), у зрителей возникало впечатление не обыденности, а – прямо противоположное. «Я словно был во сне. Нереальность происходящего была реальнее реальности, – писал один из зрителей. – Я

заворожённый простоял два с половиной» (Andrey Novohatsky на странице события в социальной сети Facebook). Таким образом, он четко зафиксировал отличие той реальности, в которую погружало зрителей «Действие», от реальности повседневной. Такое впечатление складывалось, по-видимому, от того, что фрейм «повседневность» предлагался зрителям внутри фрейма «театр».

Итак, как и театр, перформанс предполагает переключение фреймов «повседневность» и «игра». Кроме того, в нем используется и фрейм «ритуал».

Упомянутый выше зритель сообщает: «на выходе – фойе превращённое по ходу перформанса в храм, в котором ощущалось присутствие божественного, или если угодно абсолютная чистота человеческого существования». Заметим, что «очищение повседневностью» может быть достигнуто не во фрейме «повседневность», а во фрейме «ритуал». «Быт» не возвышает, а «засасывает», не расцвечивает жизнь, а превращает ее в рутину.

Напротив, во фреймах «игра», «ритуал», «театр» действия, какими бы обыденными они не казались, и исполненные теми же телесными движениями, что и в повседневной жизни, оказываются освобождены от своей утилитарной цели, имеют иную прагматику.

У жанра перформанса уже сложилась своя аудитория, пусть небольшая, но стабильная и быстро растущая. Обратное также верно: аудитория у перформанс-арта может быть только «своя», симпатизирующая самой идее этого предприятия, которое многим все еще кажется странным. На перформансы редко приходят «с улицы» – обычно по приглашению инсайдеров, сами при этом становясь участниками, членами сообщества. Несмотря на такой «сетевой» характер, сообщество перформеров открыто и не похоже на секту. Кроме того, «аудитория» и «исполнители» в перформансе легко меняются друг с другом местами. Для многих привлекательность жанра перформанса кроется в его демократичности и в его интеллектуализме. Перформанс – не просто «исполнение», а – «исполнение-исследование», практическая проба того, как устроены «действие», «театр» и даже «реальность».

Литература

Арватов Б. Об агит- и проз-искусстве. М.: Федерация, 1930.

Аристов В.В. Исполнение-исследование (опыт проникновения в структуру стихотворения через его голосовое чтение). Доклад на международной конференции «Голос и литературное воображение». Москва, 25.09.2015.

Батыгин Г.С. Континуум фреймов: социологическая теория Ирвинга Гофмана // И. Гофман. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии, 2003. – С.7-57.

Бейтсон Г. Экология разума. М.: Смысл, 2000.

Гёббельс Х. Эстетика отсутствия: тексты о музыке и театре. М.: [б.и.], 2015.

Голдберг Р. Искусство пеформанса: От футуризма до наших дней. М.: Ad Marginem, 2014.

Гофман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии, 2003.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-Пресс-Ц, 2000.

Леман Х.-Т. Постдраматический театр. М.: ABCdesign, 2013.

Программка спектакля-лаборатории «Действие». Электротеатр «Станиславский», 10-11 марта 2016 г.

Фишер-Лихте Э. Эстетика перформативности. М.: Канон+, 2015.

Schechner R. Performance Studies: Introduction. NY: Routledge, 2012.

Turner V. From Ritual to Theater: The Human Seriousness of Play. NY: PAJ Publs, 1982.

ПРЕДПОЧТЕНИЯ В ОДЕЖДЕ СОВРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН С РАЗЛИЧНЫМИ ГЕНДЕРНЫМИ СТЕРЕОТИПАМИ

Смирнова Т.П., Кикнадзе И.В.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В работе представлены результаты исследования предпочтений в одежде современных женщин с различными гендерными стереотипами. Полученные данные отражают различные предпочтения в стиле, типе ткани, а также силуэтных и цветовых решений одежды в зависимости от гендерного стереотипа.

Ключевые слова: гендер, пол, андрогинность, маскулинность, фемининность, гендерные стереотипы, стилевые, силуэтные предпочтения

CLOTHING PREFERENCES OF CONTEMPORARY WOMEN WITH DIFFERENT GENDER STEREOTYPES

Smirnova T.P., Kiknadze I.V.

Moscow State University of Design and Technology, Russia

In this article are presented the results of the research of clothing preferences of contemporary women with different gender stereotypes. Received data reflect different preferences in style, types of textile, and also silhouette and color schemes of the clothes, depending on gender stereotypes.

Keywords: gender, sex, androgyny, masculinity, femininity, gender stereotypes, style, silhouette preferences in clothing.

Впервые термин ***«гендер»*** - был введен в науку американским психоаналитиком Робертом Дж. Столлером, когда в 1968 году был опубликован его труд «Пол и гендер»: про развитие мужественности и женственности. По мнению Р.Дж. Столлера (Словарь гендерных терминов, 2002), ***гендер*** - это понятие, которое основывается на психологических и культурных объяснениях достаточно независимых от тех, которые трактуют (биологический) пол. Другими словами, совсем не обязательно прямо связывать бытие женщины с бытием «женственности» и бытие мужчины с «мужественным» поведением. Помимо конституциональной стороны эти различия имеют социокультурный контекст: они отражают то, что в данное время и в данном обществе считается свойственным мужчине, а что - женщине. На современном этапе развития науки было принято четкое разграничение конституциональных и социокультурных аспектов в различении мужского и женского, связывая их с понятиями пола и гендера.

Термин ***«пол»*** описывает биологические различия между людьми, определяемые генетическими особенностями строения клеток, анатомо-физиологическими характеристиками и детородными функциями .

Термин ***«гендер»*** указывает на социальный статус и социально-психологические характеристики личности, которые связаны с полом и сексуальностью, но возникают во взаимодействии с другими людьми (Словарь гендерных терминов, 2002).

Аналитики утверждают о наметившейся в последние десятилетия XX в. тенденции к маскулинизации женщин и феминизации мужчин, что находит свое отражение в современной моде. Маскулинные женщины часто придерживаются мужской линии одежды. Это выражается в ношении брючных костюмов, одежды в стиле «Сафари», рубашек и джемперов.

Стереотип женственности (фемининноти) сложился в XIX в., но остается популярным до сих пор, женщина должна быть нежной, красивой, мягкой, ласковой и в то же время пассивной и зависим. Но, по представлениям самих современных женщин, им надо быть умными, энергичными, предприимчивыми - т.е. обладать мужскими-качествами. Это связано с тем, что сейчас становление человека происходит в условиях, когда естественное стремление к самоутверждению, успеху сталкивается с возрастающей конкуренцией, высокими требованиями к личности. Востребован иной набор личностных качеств, позволяющих человеку успешно интегрироваться в сложную социальную среду: способность к быстрому освоению нового, гибкость, динамика, мобильность, умение действовать методом проб и ошибок, т.е., сложившаяся ситуация предполагает активную жизненную позицию индивида по определению своего места в социальной среде.

Маскулинность (от лат. masculinus, мужской) - комплекс телесных, психических и поведенческих особенностей (вторичных половых признаков), рассматриваемых как мужские (то есть внешне отличающих мужчину от женщины или самца от самки у животных (Словарь гендерных терми-

нов, 2002). Маскулинность в русском языке отличается от мужественности. Словосочетание «мужественная женщина», например, характеризует не маскулинность женщины (мужеподобность), а просто стойкость её характера. Для решения вопроса о том какие признаки является маскулинными необходимо первичное допущение альтернативности: все признаки являются либо маскулинными, либо фемининными. Кроме того, на данное определение влияет наличие социальных стереотипов и отсутствие нейтрального среднего рода.

Для маскулинной женщины с возрастом на первый план выходят социальный статус, групповая принадлежность, но снижается значимость своих психофизических данных (внешность и т.д.) и ухода за собой.

Андрогинность (греч. ανδρεία, мужчина + греч. γυνής, женщина) - явление, при котором человек проявляет одновременно (необязательно в равной степени) и женские, и мужские качества; психологическая андрогинность выявляется по высоким показателям одновременно и по шкалам маскулинности (уподобление мужчине) и фемининности (уподобление женщине); андрогинность во внешнем виде является сочетанием мужских и женских признаков (Словарь гендерных терминов, 2002).

Андрогин - человек, который не подходит под определение ни маскулинной, ни фемининной гендерной роли, сформировавшейся в том обществе, где он находится. Многие андрогины идентифицируют себя как ментально находящихся между мужчиной и женщиной. Сейчас, в основном благодаря работам Сандры Бэм (Бэм, 2004), термин «андрогинность» описывает скорее психосоциальные, нежели физиологические или анатомические характеристики.

Как показало исследование (Смирнова, Кикнадзе, 2014), проведенное в МГУДТ, целью которого являлось дизайн-проектирование женственного стиля в одежде с учетом гендерных стереотипов, современные женщины не совсем соответствуют гендерным стереотипам, так как в их аутостереотипах преобладают андрогинные (смешанные) характеристики (65% женщин), маскулинные (15% женщин) и фемининные (20% женщин) в меньшей степени. Диагностика гендерных стереотипов проводилась по методике «Маскулинность - фемининность» (С. Бэм, 2004). Исследование проводилось на кафедре дизайна совместно с кафедрой психологии. Для исследования была разработана анкета ("Ваше отношение к женственному стилю"), направленная на выявление детальных предпочтений в одежде у женщин. С ее помощью можно определить взаимосвязь гендерных особенностей с выбором одежды.

Анкета состоит из 4 разделов: раздел стилистики; раздел кроя; раздел обуви; раздел - цветовая гамма и текстиль; раздел аксессуаров. В исследовании принимали участие 60 респондента, в возрасте от 20 до 35 лет. Все испытуемые принадлежат к различным сферам деятельности.

Как показал анализ полученных данных, выбор стиля одежды среди

маскулинных и андогинных женщин определяется в основном, на строгой, консервативной классикой в одежде (см. табл. 1). Но маскулинный тип женщин большее предпочтение отдает деловому костюму.

Результаты исследования показали, что женщины маскулинного типа предпочитают прямой силуэт, и их совершенно не привлекают такие детали в одежде, как сборки и воланы и отделка из кружева. Для фемининного типа, напротив, подобные детали в одежде весьма интересны и, по их представлениям, делают образ женщины женственным и привлекательным. Андрогинный тип женщин в деталях отдает предпочтение отделке из тонких, прозрачных тканей, особенно в сочетании с трикотажем.

Беседа с женщинами маскулинного типа позволила понять их представление о собственной привлекательности – образ, создаваемый при помощи одежды, должен демонстрировать их силу и уверенность в себе. Именно эти качества являются приоритетными у данного типа женщин. В исследовании также выявлялись предпочтения различных типов женщин в выборе цвета, типа ткани, а также предпочтения по крою в одежде.

Таблица 1. Стилевые предпочтения у различных типов женщин (по гендерным стереотипам)

	Варианты ответов	Андрогинный тип (%)	Фемининный тип (%)	Маскулинный тип (%)
Стиль	классика	65	54	45
	свободный	25	34	-
	деловой	-	-	75
Силуэт	прямой	45	-	80
	свободный	-	16	-
	полуприлегающий	37	50	-
	приталенный	-	34	-
	трапецивиднный	24	37	-
Детали в одежде	детали из кружева	47	66	-
	оборки	14	34	-
	воланы	-	28	-

Выбор той или иной одежды, ее цвета может подчеркивать характер и идентификацию человека с тем или иным полом. Так, светлые тона в одежде усиливают впечатление женственности, игривости, темные - мужественность, сдержанность (см. табл. 2, 3).

Таблица 2. Предпочтения различных типов женщин по цветовой гамме и текстилю

	Варианты ответов	Андрогинный тип (%)	Фемининный тип (%)	Маскулинный тип (%)
Ткань	шёлк	27	78	-
	хлопок	24	13	27
	шерсть	37	-	73
	трикотаж	42	34	-
Цветовая гамма	пастельные тона	27	50	-
	теплые	12	17	-
	светлые	27	18	-
	темные	54	-	72
	однотонные	65	15	28

Анализируя раздел текстиля и цветовой гаммы можно сделать следующий вывод, что андрогинный и фемининный тип при выборе цветовой гаммы находятся в одной группе выбора, и их интерес преобладает в сторону однотонных, пастельных, тонов, а маскулинный вовсе отвергает этот выбор, отдавая свое предпочтение преимущественно темным тонам. Что касается тканей, то здесь наблюдается разница показателей между всеми типами: фемининный тип женщин преобладающе выбирают шелк, андрогинный в равных количествах симпатии отдают шелку, хлопку и трикотажу. Большинство маскулинного типа женщин предпочитают шерсть и хлопок.

Также различия обозначились в предпочтениях по крою одежды у представителей различных типов женщин по гендерному стереотипу (см. табл. 3).

Таблица 3. Предпочтения по крою одежды у женщин

	Варианты ответов	Андрогинный тип (%)	Фемининный тип (%)	Маскулинный тип (%)
Длина юбки	миди	32	34	-
	мини	-	16	-
	макси	13	16	-
	выше колен	57	34	82
Крой рукава	три четверти	18	50	-
	реглан	25	16	-
	цельнокроеный	13	34	58
	рубашечный	19	-	42
Брюки	сигареты	50	13	76
	леггинсы	-	24	-
	клеш	25	73	-
	классические	65	-	58

Как мы видим из таблицы, по крою рукава фемининный и андрогинный тип женщин делают выбор в сторону рукава три четверти и цельнокроеному. Маскулинный тип женщин отвергает рукав три четверти, но предпочитает цельнокроеный и рубашечный тип рукава. Интересен тот факт, что женщины маскулинного типа выбирают длину юбки выше колена, интерпретируя это тем, что открытые ноги дают больше выигрышных шансов в конкурентной борьбе с мужчинами, хотя они предпочитают юбке брюки. Брюки - любимая часть гардероба маскулинного типа, в основном выбирают классический вид брюк и брюки-сигареты. Андрогинный тип также делает акцент на классические брюки и брюки- сигареты, но в летне-весенних коллекциях могут предпочесть и брюки клеш.

А вот большинству фемининного типа женщин импонируют брюки клеш, и в летних вариантах они выбирают леггинсы., которые не выбирают маскулинные и андрогинные женщины.

В целом по результатам авторской анкеты "Ваше отношение к женственному стилю", установлено:

- маскулинный тип женщин преимущественно выбирают деловой стиль с небольшим упором на классику, а андрогинный и фемининный предпочитает классический стиль;

- выбор силуэта у маскулинного типа падает на прямые, отвергая категорически приталенные, ндрогинный предпочитает полуприлегающие силуэты, фемининный тип в большей степени выбирает приталенные силуэты;

- цветовая гамма маскулинного типа женщин акцентируется в сторону однотонных и темных цветов, андрогинный и фемининный типы приблизительно в равных долях выбирают пастельные тона;

- обувь у маскулинных женщин в большей степени на плоской подошве или широком невысоком каблюке (отвергается шпилька). У других типов женщин наличие каблука присуствует в большей степени;

- макскулинный тип категорически **не** выбирают маленькие сумочки, у других типов женщин такая закономерность очевидна. Аксессуары – это одна из важнейших частей гардероба женщины. Существует психологический закон якоря, если хотите привлечь к себе внимание, то дополните свой гардероб чем-то ярким, блестящим. Например, играя набором различных деталей: цветной платочек, элегантная сумочка, оригинальный пояс, брошь, фигурная заколка, женщина может менять не только свой образ в зависимости от обстоятельств, но и привлекать внимание. По результатам исследования мы видим, что именно фемининный тип, самый женственный из типов следуют этому изначальному предназначению аксессуаров, выбирая обувь на шпильке (отвергая вовсе плоскую подошву), изящные шляпки, вечерние сумочки, и самое женственное украшение – жемчуг. Андрогинный и в большей степени макскулинный типы используют аксессуары в другом предназначении: как удобство, комфорт и практичность, выбирая обувь на плоской подошве или на небольшом каблучке, объемные сумки, портфели, рюкзаки. Самый необходимый аксессуар для маскулинного типа женщин – часы.

В целом исследование показало, что гендерные стереотипы современных женщин смещены в сторону анлрогинных. Тем не менее, фемининный и маскулинный стереотипы также присутствуют. Исследование позволило выявить детальные предпочтения в одежде у различных типов женщин по гендерным стереотипам. Такое исследование проводилось впервые и имеет как научный, так и практический интерес как для дизайнеров, так и социальных психологов, социологов, а также всех специалистов, кто интересуется психологией моды.

Литература

Бэм С. Линзы гендера: Трансформация взглядов на проблему неравенства полов. М.: РОССПЭН, 2004.

Бендас Т.В. Гендерная психология. СПб.: Питер, 2005.

Берн Ш. Гендерная психология. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001.

Гофман А.Б. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований. М.,1992. – Вып.3. – С.123- 142.

Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М., 1999.

Иллюстрированная энциклопедия моды. Прага: Русский язык, 1988.

Килошенко М. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты. М.: Речь, 2002.

Кикнадзе И.В. Взаимосвязь гендерных стереотипов с женским образом в одежде. Магистерская диссертация, МГУДТ, 2014.

Петушкова Г.И., Смирнова Т.П. Социально-психологические аспекты в дизайне. Гендерный подход. Учебное пособие. М. МГУДТ, 2015.

Словарь гендерных терминов /Под ред. А.А. Денисовой / Региональная общественная организация «Восток – Запад: Женские Инновационные проекты». М.: «Информация 21 век», 2002.

Смирнова Т.П. Психология моды. Учебное пособие. М.: МГУДТ, 2013.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ

Соколова И.Ю.

Ставропольский государственный медицинский университет, Россия

В статье рассматривается проблема соотношения и взаимодействия психологических механизмов социализации, индивидуализации и художественно-творческих способностей, обеспечивающих динамизм развития данных способностей личности.

Ключевые слова: психологические механизмы, художественно-творческие способности, социализация, индивидуализация.

PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF DEVELOPMENT OF ARTISTIC-CREATIVE ABILITIES OF THE INDIVIDUAL

Sokolova I.

Stavropol state medical University, Russia

The article considers the problem of correlation and interaction of psychological mechanisms of socialization, individualization and creative abilities, ensuring the dynamism of the development of personality.

Keywords: psychological mechanisms of artistic creativity, socialization, individualization.

Исследование психологических механизмов развития художественно-творческих способностей личности в процессе интеграции процессов социализации и индивидуализации предполагает раскрытие сущности ос-

новных доминантных понятий: «психологический механизм», «социализация», «индивидуализация», «художественно-творческие способности».

Значительный вклад в развитие представлений о психологических механизмах внес А.Н. Леонтьев, по мнению которого им присуща обобщенность, отражающая взаимосвязь многих звеньев психической системы, обеспечивающей человеческую деятельность и поведение. Именно на этом основании их можно представить «как закономерную связь факторов, условий, средств, структур, различных отношений и связей», которые обеспечивают развитие художественно-творческих способностей личности. (Леонтьев,1983).

В рамках темы нашего исследования базовыми психологическими механизмами выступают механизмы процессов социализации и индивидуализации, а производными являются психологические механизмы развития художественно-творческих способностей. Так, социализация, в нашем понимании, представляет собой двусторонний процесс, включающий в себя не только усвоение, но и активное воспроизводство индивидом общественных отношений, в рамках которых человек выступает одновременно и как объект, и как субъект. Психологическую сущность процесса социализации определяет динамика интимизации таких значений, как диспозиция, социальные отношения и личностный смысл, обеспечивающие трансформацию внешних социальных значений в интимные структуры личности. Предложенная динамика ориентированна на изначальную активность личности в процессе социализации, что позволяет утверждать о его творческом характере.

В основе данного процесса лежат психологические механизмы интериоризации-экстериоризации, идентификации, социально-психологической адаптации. Интериоризация и адаптация личности – две стороны единого процесса социализации. Мы придерживаемся позиции творческого характера адаптации, предполагающей активность личности как субъекта, путем её способности изменить ситуацию, противостоять жизненным коллизиям, которые препятствуют саморазвитию, самоопределению, самореализации. Сущность механизма идентификации заключается в выборе социального типа (нормативного веера), на который личность будет ориентироваться при овладении новыми видами творческой деятельности, системы эталонов, в соответствии с которыми будет проходить научение. В процессе социализации проявляются разные варианты идентификации личности, это: неосознанная добровольная идентификация с большинством – конформность; с отдельным человеком – подражание; осознанная вынужденная идентификация – подчинение; отказ от идентификации – психологические защиты; осознанная добровольная идентификация – рефлексия, самоопределение.

В свою очередь, процесс индивидуализации направлен на формирование «Я» - концепции, реализацию творческого потенциала личности по-

средством раннего выявления и развития способностей; открытие, утверждение, понимание, определение и формирование себя как субъекта самопознания, оценке себя в обществе, самостоятельность, социальная значимость индивида.

Способность личности к идентификации – обособлению предстает как двуединый процесс, где ассимиляция социального опыта представляется с его отбором, селекцией и ограничением, обособлением и, в конечном счете, самоопределением личности. Из чего следует, что обособление выступает как механизм индивидуализации – интимизации, смысл которого заключается в выходе личности из круга привычных норм и социальных стереотипов, обесценивании его с тем, чтобы создать новые связи, имеющие субъективное и, в конечном счете, объективное социальное значение.

Рефлексивный механизм способствует изменению внутреннего мира человека, является функциональным органом субъективности человека. В совокупности рефлексивный процесс представляет собой условия, необходимые для осуществления действия осознания – объективации. Рефлексивный механизм направлен на поиск, строительство средств, с помощью которых можно было бы достичь поставленной творческой цели. Поэтому за механизмом обособления должны подключиться механизмы творчества, среди которых стоит отметить механизмы анализа через синтез и механизмы взаимодействия логического и интуитивного, тесно взаимосвязанных и переплетающихся друг с другом. Это позволяет заключить, что обособление является условием для включения других механизмов индивидуализации, первой ступенью в цепи, конечным итогом которой является развитая творческая индивидуальность, формирующаяся в разноплановой моделирующей художественно-эстетической деятельности.

Для художественно-творческих способностей характерен особый качественно своеобразный динамический процесс, постоянное возрастание творческого потенциала и его интегрирующий характер; способность к далеким ассоциациям и обобщениям. К психологическим механизмам развития данных способностей относятся механизмы интеграции, обобщения или генерализации и переноса алгоритма действий художественно-творческой деятельности из одной модальности в другую (Готсдинер,1991; Дранков, 2001). Также, следует отметить такие психологические механизмы, как рекомбинации и преобразования, образного ассоциирования, которые эффективно влияют на развитие творческих способностей личности (Барышева, 2006).

Кроме того, в ряде случаев без необходимых умений и навыков творческие идеи просто не могут быть реализованы. Однако предварительные знания должны касаться именно отдельных элементов создаваемого продукта творческой деятельности, но не того, в каких именно сочетаниях окажутся эти элементы и как именно должен выглядеть готовый продукт.

Динамизм развития художественно-творческих способностей личности достигается соотношением психологических механизмов данных способностей с процессами социализации и индивидуализации личности. Так, сочетание механизмов процесса социализации (идентификации, интериоризации, экстериоризации, социально-психологической адаптации) с механизмами развития способностей (обощения, интеграции, рекомбинации, преобразования) создают условия расширения социокультурного идентификационного поля, которое обеспечивает личности выбор интегративных способов передачи художественного образа. Сочетание механизмов индивидуализации (обособления, механизмы анализа через синтез, взаимодействие элементов логического и интуитивного мышления, рефлексивный) с механизмами художественно-творческих способностей (синестезии, образных ассоциаций, переноса алгоритма действий в новую модальность) придает личности неповторимость творческой самореализации в разноплановой, интегрированной творческой деятельности.

Художественно-творческие способности позволяют личности передать отношение к действительности с помощью обозначения символическими средствами художественного образа, смысл ситуации. Содержание художественных образов личности зависит от его познавательной активности, интереса к окружающей действительности. Все многообразие жизни становится предметом художественного образа. Личность присваивает выразительные средства так же как всю духовную культуру общества, в котором живет. Это достигается за счет реализации основного психологического механизма соотношения социализации и субъективации, индивидуализации и объективации личности.

И так, выделенные нами психологические механизмы развития художественно-творческих способностей позволяют педагогам и психологам в подборе и апробации наиболее эффективных интерактивных образовательных технологий развития данных способностей.

Литература

Барышева Т.А. Психолого-педагогические основы развития креативности: учеб. пособие/ Т.А. Барышева, Ю.А. Жигалов. СПб.: СПГУТД, 2006.

Выготский Л.С. Психология искусства. М.: Педагогика, 1987.

Готсдинер А.Л. К проблеме многосторонних способностей //Вопросы психологии. – 1991. – №4. – С. 82-88.

Дранков В.Л. Природа художественного таланта. СПб.: Изд-во Ун-та культуры и искусств, 2001.

Леонтьев А.Н. Образ мира// Изб. Психол. произведения: в 2 т. М., 1983. – Т2. – С.251-261.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ОБРАЗ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ФОРМООБРАЗОВАНИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ В УЧЕБНОМ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ

Стрижак А.В.
Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В работе представлены результаты теоретического и эмпирического исследований повышения выразительности в формообразовании промышленных изделий в учебном дизайн-проектировании при помощи образной составляющей. Результаты свидетельствуют о том, что наиболее результативным алгоритмом в создании эмоционального образа промышленного изделия является метод метафорических переносов. Также в статье обосновывается необходимость психологического моделирования эмоционального образа изделия промышленного дизайна.

Ключевые слова: промышленный дизайн, художественный образ, дизайн-мышление, метафора, этнические образы, учебное проектирование.

ARTISTIC IMAGE AS A TOOL TO INCREASE THE ABILITY OF A MANUFACTURED PRODUCT TO “EXPRESS” IN AN EDUCATIONAL DESIGN-ENGINEERING

Strizhak A.V.
Moscow State University of Design and Technology, Russia

The article presents the results of theoretical and empirical research on the issue of increasing the ability of manufactured products “to express” concerning their morphogenesis based on the image-component. The results show that the most effective algorithm of emotional image construction is a method of metaphorical transfer. Furthermore, the article grounds the necessity of psychological modeling of an emotional image of the product.

Keywords: industrial design, artistic image, design thinking, metaphor, ethnic image, educational design-engineering.

Начиная с 80-90-х годов XX века, мировой рынок претерпел радикальное изменение потребительских ориентаций. Эти трансформации, связанные с переходом в развитых промышленных странах от рынка предметов первой необходимости к “рынку удовольствия”, Герхард Шульце в начале 90-х назвал теорией общества переживаний, а Вольфганг Вельш связал с эстетизацией повседневности (Schulze, 2005; Welsch, 1996). В области предметного дизайна эти процессы привели к смене приоритетов – не забывая о функциональности, удобстве и безопасности, ди-

зайнеры и проектировщики сосредоточились на внутреннем, эмоциональном впечатлении потребителя от изделия. Примерами реализации подобной стратегии могут выступить машины фирмы Mazda, холодильник-концепция OZ фирмы Zanussi, мотоциклы Harley-Davidson и др.

При этом гештальт-психологи утверждают, что при подобном потреблении главную роль играют не критерии полезности и функциональности, а образные ассоциативные мотивации (Васин, Талащук., Грабовенко, Морозова, Редько, 2004). Так, современный человек, ориентированный на то, чтобы прожить свою жизнь максимально ярко и интенсивно, руководствуется не столько фактами в процессе принятия решения при покупке, сколько тем “впечатлением” (Erlebnis), которое он получает. Это означает, что решающее воздействие на потребителя оказывает образ продукта, а на первый план, соответственно, выходит вопрос, как этот образ смоделировать. В промышленном дизайне созданию образа изделия посвящены направления арт дизайна, стайлинга и т.д. Нам бы в свою очередь хотелось сосредоточиться на одном из них – *дизайн-мышлении* (Design Thinking), чьи методологические установки обещают быть продуктивными не только теоретически, но и в процессе прикладного проектирования.

В основе этого подхода можно выделить два принципа: комплексное рассмотрение человека и его социального поведения (не просто как социального агента потребления, но через призму его эстетического опыта, что подразумевает восприятие, в целом), а также рассмотрение коммуникативного аспекта акта потребления в социальном контексте. Для создания образа продукта эти принципы находят воплощение в трех методологических установках: на эмпатию, переживание и социальный контекст.

1. *Эмпатия* (Empathy) – ключевая установка дизайнера, исходя из которой он должен стремиться посмотреть на мир глазами потребителя, чтобы понять его желания, цели и создать образ, их воплощающий.

2. *Переживание, впечатление* (Experience) – это понятие подразумевает, что дизайнер/проектировщик создает не просто продукт, услугу или бренд, он создает материальную форму, воплощающую условия для совершения внутреннего эстетического опыта потребителя, предоставляет последнему возможность испытать эмоции и придает этом опыту смысл.

3. *Контекст* – культурный код страны, исследованию которого посвящены “этнографические“ или дизайн-исследования (design research).

Эти установки отражают представление об объекте дизайна как об эстетическом предмете, в основе которого лежит образ, однако здесь еще не раскрывается, как этот образ найти и реализовать его в изделии. В целом, созданию образа в промышленном дизайне посвящено множество исследований. Как следствие, едва ли возможно выделить единственно верный теоретически обоснованный алгоритм. Один из подходов описан российским автором О. В. Голубевой в книге «Основы композиции», где ею выделяются два основных приема создания образа: стилизация и транс-

формация (Голубева, 2004). Стилизация, по ее мнению это прием, при котором выявляются наиболее характерные черты предмета и отбрасываются несущественные. Трансформация – это изменение формы предмета в необходимую сторону для усиления существенных качеств предмета. В свою очередь, согласно Е.В. Жердеву, структурное многообразие всех видов художественного образа сводится к принципам метонимии (часть или признак вместо целого) и метафоры (ассоциативное взаимодействие различных объектов) (Жердев, 2012). В промышленном дизайне метонимия применяется для унификации и агрегатирования, а метафора создает индивидуальный образ промышленного изделия, имеющий яркую художественную выразительность.

В основе этих операций можно предположить необходимость первичного образа как материала для последующих моделирующих мыслительных актов. Этот первичный образ может быть заимствован дизайнером из самых разных областей. При этом наиболее близкими для потребителя оказываются образы, почерпнутые из собственной культурной среды. На основе общего культурного кода между потребителем и продуктом формируется эмоциональная связь. По этой причине этнические мотивы весьма популярны в дизайне современных изделий. Пришедшие из разных стран мотивы и образы сочетаются с объектами современного дизайна, придавая предметно-пространственной среде желаемый оригинальный колорит. Кельнская выставка “IMM COLOGNE 2015” была показательной, выделив как один из основных трендов современности этнические формы и образы (столик ARTHUR WITTMANN дизайн STUDIO HANNES WETTSTTEIN, ковер из коллекции PARADISE компании ZIMMER+ROHDE, кофейный столик DRAGNET дизайн и производство KENNETH COBONPU) (Interni, 2015).

Несомненно, в процессе обучения студентов специальности “Промышленный дизайн”, продуктивно использование описанных методов создания образов у промышленного изделия. Для создания образа изделия, с использованием национальных особенностей необходимо сформировать метод работы.

Из имеющихся данных можно выделить несколько уровней подхода:

1. *Объективный уровень*: объекты, которые могут служить материалом для создания образа: виды местности, архитектурные ансамбли, здания, предметы обихода, типичные представители животного и растительного мира, люди и т.д.

2. *Символический уровень*: объекты ставшие символами, стереотипами в национальной материальной культуре символические изображения (гербы, эмблемы, орнаменты), цвета, формы, и т.д.

3. *Абстрактный уровень*: особенности духовной культуры, ментальность народа, тип мышления, особенности восприятия, мировоззрение, мировосприятие, модель мира, система ценностей и т.д.

Каждый уровень подхода имеет свои особенности использования. Специфика работы с каждым уровнем заключается в следующем. На объективном уровне происходит использование объектов, которые можно считать типичными для национальной культуры. Создание образа здесь может происходить при помощи переработки материала (взятого из объективной реальности), далее происходит выделение главных, наиболее характерных его особенностей. Осуществляется использованием двух основных способов: стилизация – выявление наиболее характерных черт и отбрасывание второстепенных и трансформация-изменение формы предмета в необходимую сторону для подчеркивания или усиления наиболее характерных черт предмета (Жердев, 2012). На символическом уровне происходит использование объектов, являющихся национальными символами, стереотипами(эмблемы, гербы, различные символические изображения и т.д.). Далее, необходимо выделить из этих объектов особенности формы, пропорций, используемых материалов и технологий обработки, фактуры, текстуры, предпочтительных цветов и цветовых сочетаний, орнаменты, особенности структурной организации предмета, композиция и т.д. На абстрактном уровне: происходит использование характерных для национальной культуры мыслительных процессов, способов мышления, особенностей восприятия, психологии и т.д. Далее, необходимо выделить из этих мыслительных процессов ментальные модели, конструкции, подходы, алгоритмы и т.д. – основанные на предыдущем опыте идеи, стратегии, способы понимания.

Выделив эти методы формирования образности, мы решили их использовать в учебном проектировании студентами МГУДТ. В процессе курсового проектирования на 2 курсе специальности «Промышленный дизайн», была поставлена задача дополнительно к функциональным факторам формообразования, для создания образа промышленного изделия (чаеварки) использовать особенности русской материальной и духовной культуры. В процессе этого курсового проекта был получен ценный методологический опыт и оригинальные студенческие работы: студ. К. Григорощук в проекте многофункциональной чаеварки для санатория использовала образ традиционного русского самовара – метафорический перенос конструктивной компоновки, студ. Н. Макаров в формообразовании автомобильной чаеварки использовал образ русской пушки - метафорический перенос конструктивных особенностей (принцип трансформации лафета), студ. И. Кияйкин в создании проекта чаеварки использовал образ традиционной поморского коча, студ. А. Малюкова в создании своего проекта использовала принцип трансформации русской гармошки – метафорический перенос конструктивных особенностей, студ. В. Матвеева за основу формообразования взяла принцип карусели(метафорический перенос конструктивных особенностей), в образном решении изделия можно распознать образ первого космического спутника СССР.

По результатам анализа студенческих работ можно сделать ценные выводы. Метод использования прямых заимствований - использование стереотипов, или прямое копирование всего комплекса элементов изделия, а также прямые ассоциации не дают ярких, оригинальных образов у промышленных изделий. Наиболее перспективным, дающим оригинальный результат, представляется метод использования метафорических переносов (тропов). В этом методе можно выделить следующий оптимальный алгоритм:

1. Прямое использование выделенных особенностей: копирование, повторение, репродуцирование характерных элементов изделия.
2. Усиление наиболее характерных черт предмета при помощи стилизации и трансформации.
3. Переносное (метафорическое) использование выделенных особенностей – использование тропов (переносов): метафоры, метонимии, гиперболы, синекдохи, др. в другую функцию, в другую форму, композицию, структуру, в другой контекст.

Литература

Голубева О.В. Основы композиции: Учебное пособие.-2-е изд. М.: Изд. дом «Искусство», 2004.

Жердев Е.В. Метафора в дизайне / Жердев Е.В.: Учебное пособие. Издание 3-е. М.: Архитектура-С, 2012.

Мегатренды 2015 года. Главные итоги IMM COLOGNE 2015 // Interni. 2015. – № 37. – С.42–46.

Васин С.А., Талащук А.Ю., Грабовенко Ю.А., Морозова Л.А., Редько В.А. Проектирование и моделирование промышленных изделий: Учеб. для вузов. М.: Машиностроение-1, 2004.

Schulze G. Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. 2. Aufl. Frankfurt / New York: Campus Verlag. 2005.

Welsch W. Grenzgange der Aesthetik. Stuttgart: Reclam.1996.

ЛИЧНОСТНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

Сычева И.В.

Воронежский государственный педагогический университет, Россия

Статья посвящена проблеме развития художественного потенциала личности студентов-дизайнеров. В данной работе определены компоненты художественного потенциала личности, на основе которых рассматриваются основные личностно-профессиональные характеристики художественного потенциала студентов-дизайнеров, раскрывающиеся и формирующиеся в процессе их обучения в вузе. Представлены результаты

изучения художественного потенциала личности в ходе практической работы в вузе.

Ключевые слова: художественный потенциал, личность, студенты-дизайнеры, творческая деятельность, самореализация, личностно-профессиональное становление.

PERSONALITY-PROFESSIONAL CHARACTERISTICS OF THE ARTISTIC POTENTIAL OF DESIGN STUDENTS

Sycheva I.V.
Voronezh State Pedagogical University, Russia

The article is devoted to the problem of education of the students designers' personal artistic potential. In this work the artistic potential components are determined, on the basis of which the main personality-professional characteristics of artistic potential of design students which are revealed and formed in the process of their study at higher education institution are considered. The article presents results of study of the personality's artistic potential during practical work at higher education institution.

Keywords: artistic potential, personality, design students, creative activity, self-realization, personality-professional development.

Реалии современного мира обусловливают потребность человека в изменении и совершенствовании внешнего мира, среды обитания и жизнедеятельности. Установление гармоничных отношений человека с миром невозможно без развития художественного потенциала личности, который позволяет индивиду творчески активизироваться, максимально реализовать свои скрытые возможности и занять место в обществе в соответствии с имеющимися способностями. К современному специалисту в сфере дизайна предъявляются высокие требования – он должен уметь быстро и эффективно реагировать на постоянные изменения, происходящие в информационно-техническом пространстве, эстетически осмысливать современный мир, время и пространство при помощи средств искусства. В связи с этим существует необходимость изучения профессиональных и психологических характеристик художественного потенциала студентов-дизайнеров, способствующих их личностно-профессиональному становлению.

Проблема развития художественного потенциала является одной из наиболее сложных в психологической науке. В научной литературе существуют различные подходы к пониманию понятия «художественный потенциал». Теоретический анализ многочисленных точек зрения ученых позволил нам выделить наиболее актуальные направления в рассмотрении данного феномена. Художественный потенциал личности определяется как: творческий процесс человеческой активности, позволяющий осу-

ществлять познавательную, продуктивную, преобразовательную деятельность (Дружинин, 2007; Никифорова, 1972); перцептивный механизм всех когнитивных процессов человека – восприятия, внимания, памяти, мышления, воображения (Выготский, 2000; Пономарев, 1999); художественно-эстетическое отношение личности, проявляющееся по отношению к художественной картине мира окружающей действительности (Мелик-Пашаев, 2000); процесс художественного восприятия (Теплов, 1985; Якобсон, 1971); уровень и содержание художественных потребностей личности и способ их удовлетворения (Каган, 1994).

Сложность данной проблемы обусловлена также тем, что в психологических исследованиях сам термин «художественный потенциал» используется не так часто, как термины «художественное творчество», «художественные способности», «художественная одаренность», которые содержательно пересекаются и используются как синонимы понятия «художественный потенциал». Однако исследования ведущих психологов (Кузин, 1999; Мелик-Пашаев, 2000; Теплов, 1985) доказывают, что художественные способности, художественная одаренность определяются природными предпосылками (задатками) развития художественного потенциала личности, которые представляют собой врожденные анатомические и психофизиологические индивидуальные особенности организма.

Анализ подходов к пониманию художественного потенциала личности позволил нам определить его как скрытую возможность реализации личностного смысла в процессе актуализации духовно-нравственных, эстетических ценностей, эмоциональных переживаний и их трансформации в художественный образ, являющийся результатом творческого преобразования воспринимаемой действительности. Художественный потенциал как особый личностный феномен характеризуется не только развитием, но и саморазвитием будущего профессионала. Этот процесс связан с культурной средой, с профессиональным образованием и духовным миром личности. В профессиональной деятельности реализация художественного потенциала личности также во многом зависит от уровня ее подготовки, направленности, мотивации, индивидуальных психологических и психофизиологических особенностей. Необходимыми предпосылками для его развития являются: эмоционально-чувственное отношение к явлениям окружающей действительности в восприятии мира, потребность в художественной деятельности, наличие развитого художественного видения, образной памяти, творческого мышления, эстетического чувства, способности к эмпатии (Чернышова, 2008). Все эти качества необходимы для личностного становления будущего специалиста в сфере художественного образования: они обеспечивают интеграцию его интеллектуальных, эмоциональных, волевых и практических возможностей.

Художественный потенциал студентов-дизайнеров мы рассматриваем как обобщенную характеристику личностных и профессиональных ка-

честв, обеспечивающих успешность учебно-профессиональной деятельности и достижения акме (Абдалина, 2013; Деркач, 2013). Личностные качества являются психическими свойствами индивида, они формируются на основе имеющихся индивидуальных способностей в ходе обучения, а затем развиваются и совершенствуются в процессе профессиональной деятельности с накоплением специального опыта. Необходимо отметить, что деятельность дизайнеров является творческой и требует наличия, прежде всего, общих психологических особенностей творческих личностей. К таким особенностям относятся креативность, продуктивность, стремление к самосовершенствованию и самоактуализации (Абдалина, 2015). Причем процесс актуализации художественного потенциала личности должен носить целенаправленный характер и учитывать его интегративную сущность, отражающуюся в характере связей его составляющих (способностей, воли, характера, темперамента, мотивации, эмоциональной увлеченности и удовлетворенности от процесса деятельности). При обучении студентов-дизайнеров педагогу необходимо обращать также внимание на развитие профессионально важных качеств личности (Карпов, 2005; Шадриков, 1996), к которым относятся: цветовая дифференциальная чувствительность, свойства зрительного анализатора, степень концентрации и переключаемости внимания, общая изобразительно-техническая сообразительность, равномерность и точность движений рабочей руки, зрительно-двигательная координация, цветовая образная память и наглядно-действенное практическое мышление.

Наше исследование проходило на кафедре дизайна факультета искусств и художественного образования Воронежского государственного педагогического университета. В течение нескольких лет (2000-2016 гг.) нами осуществлялся комплекс мер, способствующих реализации художественного потенциала студентов, был проведен анализ профессиональных и психологических характеристик художественного потенциала студентов-дизайнеров на разных этапах обучения. В ходе исследования были использованы: методика изучения индивидуально-психологических черт личности (Г. Айзенка), тест-опросник изучения нейродинамических характеристик личности (Я. Стреляу), тестовая методика диагностики эмоциональной направленности личности (Б.И. Додонов); методика «Диагностика уровня эмпатии» (В.В. Бойко), тест креативности «Закончи рисунок» (Е.П. Торренс), художественно-графический тест «Картина мира» (Е.С. Романова, О.Ф. Потемкин), самоактуализационный тест (Э. Шостром), диагностика мотивационной структуры личности (В.Э. Мильман), методика исследования волевых качеств личности, тест смысложизненных ориентаций (Д.А. Леонтьев), тестовая методика «Визуальный интеллект», метод экспертной оценки и анализа учебно-творческих работ испытуемых.

Эмпирические исследования, посвященные изучению реализации художественного потенциала личности в ходе обучения в вузе, позволили

выявить его компоненты и на их основе определить личностно-профессиональные характеристики художественного потенциала студентов-дизайнеров. Были выделены следующие компоненты: эмоционально-волевой, ценностно-смысловой, регулятивно-деятельностный, нравственный, самоактуализационный.

Эмоционально-волевой компонент включает в себя такие профессиональные и психологические характеристики, как: эмоциональная направленность (эстетическая – потребность человека быть в гармонии с окружающим миром, практическая – стремление к достижению цели в продуктивной деятельности и романтическая – тяга ко всему необычному в познании окружающей действительности); эмоциональная готовность к контакту с миром, к оценке и переживанию эстетической сущности явлений и предметов воспринимаемой действительности, способность понимать свои чувства и эмоциональные переживания, способность к распознаванию эмоций других людей, эмпатия, готовность преодолевать препятствия в достижении цели деятельности. Готовность считывать информацию с опорой на те переживания, которые возникают при восприятии, позволяет личности сосредоточиться на своем внутреннем мире.

Данный компонент художественного потенциала определяет наличие у студентов-дизайнеров высокой впечатлительности, наблюдательности, открытости к внутреннему опыту переживаний, эмоциональной вовлеченности в процесс достижения цели продуктивной деятельности, общий уровень развития волевых качеств: ответственности, решительности, настойчивости, самостоятельности и инициативности в реализации своих идей; выдержки, высокой работоспособности, энергичности и умения управлять собой.

Ценностно-смысловой компонент предполагает наличие следующих характеристик: способности к накоплению интеллектуально-художественных и изобразительно-технических умений и навыков, эмоционально-эстетических переживаний; ценностно-смыслового отношения к педагогической и творческой деятельности; осознания и понимания эстетических и художественных качеств искусства и действительности, проявления способности оценивать, переживать художественно-эстетические ценности воспринимаемой действительности, выбирать главное, характерное и структурировать зрительную информацию. Важным здесь также является понимание идеи, смысла своего творчества, умения преобразовывать свои личностные идеалы во всеобщие значимые ценности.

Составляющими регулятивно-деятельностного компонента являются: самоконтроль и наличие способности к саморегуляции, умение снимать чувство страха и фрустрации, контролировать свои эмоции, преодолевать препятствия на пути к достижению цели, активность, деятельность, способность быстро устанавливать творческое взаимодействие в образовательном процессе, умение понимать проблемы, переживания собеседника. Данный компонент предполагает быстрое включение в работу и достижение высо-

кой производительности, способность легко переключаться от одного вида деятельности к другому.

Нравственный компонент характеризуется проявлением высокой степени сознательности, демонстрацией приверженности нравственным ценностям, регуляцией своей деятельности моральными нормами. Данный компонент способствует развитию духовного потенциала студентов, формированию основ их нравственной культуры, побуждает к нравственным действиям и обогащает эмоционально-чувственный опыт учащихся.

Самоактуализационный компонент предполагает наличие потребности в самовыражении и самосовершенствовании, способности к преобразованиям, креативного отношения к себе и окружающему миру, способности видеть и понимать вариативность решений, генерировать оригинальные идеи, быстро и адекватно реагировать на изменяющуюся ситуацию. Данный компонент включает гибкость в реализации ценностей в поведении, абстрактность и ассоциативность творческого мышления, высокую чувствительность к собственным переживаниям и потребностям, степень принятия человеком себя таким, как есть, вне зависимости от оценки своих достоинств и недостатков, высокую степень познавательных потребностей.

Таким образом, основными характеристиками художественного потенциала являются следующие его составляющие. Во-первых, художественный потенциал личности представляет вектор созидательной динамической направленности самодвижения в развитии, постоянного стремления личности к изменению и познанию своих собственных возможностей. Во-вторых, он позволяет индивиду реализовать скрытые возможности его внутреннего мира, эмоциональные переживания, художественно-эстетический опыт. В-третьих, данный потенциал студентов-дизайнеров определяется соответствием требований выполняемой деятельности способностям, профессиональным навыкам и умениям, познавательным, эмоциональным и волевым процессам, психофизиологическим особенностям – темпераменту, специфике процессов высшей нервной деятельности. В-четвертых, художественный потенциал позволяет устанавливать гармоничные взаимоотношения человека с окружающим его миром и обществом.

В заключение отметим, что знание личностно-профессиональных, а также психофизиологических характеристик художественного потенциала студентов позволит активизировать позитивные факторы его развития. Это будет способствовать появлению нового уровня их творческого видения и мировосприятия, а также самоактуализации личности в духовном плане. В сфере художественного потенциала эта самореализация происходит на основе осознания себя творческой индивидуальностью, поиска индивидуального творческого стиля своей деятельности, что в дальнейшем определяет индивидуальные пути ее личностно-профессионального и творческого становления.

Литература

Абдалина Л.В. Основные характеристики потенциала личности современного специалиста // Воспитательная деятельность в вузе: проблемы, эффективность, качество: материалы международной научно-практической конференции. Часть 1. Воронеж: Научная книга, 2013.

Выготский Л.С. Психология искусства. СПб.: Азбука, 2000.

Деркач А.А. Психолого-акмеологические основания и средства оптимизации личностно-профессионального развития конкурентоспособного специалиста // Акмеология. 2013. – №3. – С. 14-27.

Дружинин В.Н. Психология общих способностей. 3-е изд. СПб.: Питер, 2007.

Каган М.С. Человеческая деятельность: опыт системного анализа. М.: Политиздат, 1974.

Карпов А.В. Психологическая структура профессиональной деятельности // Психология труда: учебник для вузов. М.: Владос-Пресс, 2005.

Кузин В.С. Психология. М.: АГАР, 1999.

Мелик-Пашаев А.А. Мир художника. М.: Прогресс-Традиция, 2000.

Никифорова О.И. Исследования по психологии художественного творчества. М.: МГУ, 1972.

Пономарев Я.А. Психология творения: избранные психологические труды. М.; Воронеж: МОДЕК, 1999.

Теплов Б.М. Избранные труды: в 2 т. М.: Педагогика, 1985.

Шадриков В.Д. Психология деятельности и способности человека: учебное пособие для вузов. М.: Логос, 1996.

Чернышова И.В. Развитие художественного потенциала личности: монография. Воронеж: ВГПУ, 2008.

Якобсон П.М. Психология художественного творчества. М.: Знание, 1971.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРЕАТИВНОЙ ФУНКЦИИ СОЗНАНИЯ В РАБОТЕ НАД АССОРТИМЕНТОМ ТКАНЕЙ

Тимохович А.Н., Филенко Ц.С.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В работе представлены основные результаты теоретического исследования использования креативной функции сознания в работе над ассортиментом тканей. Результаты исследования свидетельствуют о том, что с помощью креативной функции сознания можно разрабатывать нестандартные виды тканей, изменять ассортимент имеющихся тканей. Обосновывается необходимость использования техник креативности в работе над ассортиментом плательно-костюмных тканей.

Ключевые слова: креативность, сознание, функция сознания, ассортимент тканей, плательно-костюмные ткани, техники креативности.

USE OF CREATIVE FUNCTION OF CONSCIOUSNESS IN THE WORK ON TEXTILE VARIETY

Timokhovich A.N., Filenko T.S.
Moscow State University of Design and Technology, Russia

The paper presents main results of the theoretical study of the use of creative function of consciousness in the work on a textile variety. The results of the study indicate that it is possible to develop unusual types of textile, to change textile variety using creative function of consciousness. The necessity of using creative techniques to work on a variety of dress-suit textile aimed.

Keywords: creativity, consciousness, function of consciousness, variety of textile, dress-suit textile, creative techniques.

С точки зрения психологической науки сознание человека представляет собой сформированную в процессе общественной жизни высшую форму психического отражения действительности в виде обобщенной и субъективной модели окружающего мира в форме словесных понятий, категорий и чувственных образов (Рубинштейн, 2012).

Природу, особенности и функции сознания изучали классики российской и зарубежной психологии: Л.С. Выготский, А.Р. Лурия, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, А.Б. Брушлинский, А.Г. Асмолов, В.П. Зинченко, А. Адлер, В. Вундт, У. Джемс, З. Фрейд и многие др.

В структуру сознания входит ряд элементов, процессов, а именно: познавательные процессы (ощущение, восприятие, мышление, память), на основе которых у человека формируется совокупность знаний об окружающем мире и о самом себе; различение субъекта и объекта познания (то есть самосознание, самопознание и самооценка); отношения человека к себе и окружающему миру (чувства, эмоции, переживания человека, выражающиеся в его самовосприятии); креативная составляющая (то есть творческая составляющая, которая дает возможность продуцировать творческие акты); формирование временной картины мира (память человека хранит образы прошлого, воображение формирует возможные модели предстоящего будущего); формирование целей деятельности (исходя из потребностей человека, сознание формирует цели деятельности и направляет человека на их достижение) (Столяренко, Самыгин, 2016).

Каждый из перечисленных элементов отвечает за определенную функцию сознания. В целом, можно выделить следующие основные функции сознания человека: отражательная или познавательная, которая выражается в способности воспринимать, запоминать, обрабатывать информацию, и на базе полученных данных постигать сущность явлений и событий внешнего и внутреннего мира человека; оценочная, которая выражается в оценивании человеком событий внешнего мира, самого себя, своих дейст-

вий и поступков на основании своих знаний, чувственного опыта и своих потребностей; творческая или креативная функция, которая выражается в способности преобразовывать получаемую информацию, вырабатывать новое знание; преобразующая функция, которая выражается в способности преобразовывать окружающий мир в соответствии со своими потребностями и желаниями; времяобразующая, которая выражается в способности воспринимать течение времени и различать события по времени – прошлые, настоящие или будущие (предполагаемые); рефлексивная функция, выражающаяся в способности к самоосознанию (т.е. способность человека сосредоточиться на самом себе, на своем внутреннем мире, наблюдать за своими мыслями, эмоциями и поступками, а также оценивать их), а также к взаимопониманию (т.е. понимание человеком того, каким образом мыслят и что чувствуют другие люди) (Ревонсуо, 2013).

Остановимся на современных подходах применения креативной функции сознания, креатива в жизнедеятельности человека.

Пэт Джеймс (преподаватель курса по творческому мышлению во Флориде) считал, что если что-то существует, и существует благодаря конкретной деятельности человека – то это творческий акт.

Творчество представляет собой вид деятельности, порождающий нечто качественно новое, никогда ранее не существовавшее (Зинченко, 2010).

В настоящее время наравне с термином «творчество» часто используется термин «креатив». В переводе с английского create означает сделать, создать что-либо новое или оригинальное.

Патриция Хатчингс выделяет три характерные черты творческой личности, способной продуцировать что-либо новое. Во-первых, это склонность к риску. Не смотря на то, что в процессе социализации мы усваиваем определенные нормы и ценности, которые стандартизируют наше поведение и минимизируют возможность появления оригинальных способов действий, креативная личность всегда привносит в свою деятельность определенный риск, то есть использует нестандартные образы действий, в разработке которых задействована креативная функция человеческого сознания. Во-вторых, для творческих личностей характерна дивергентность мышления. Дивергентное мышление означает такой подход к мыслительной деятельности, который позволяет бессистемно, нерационально, открыто, непланомерно подходить к решению проблем. Дивергентное мышление позволяет находить неоднозначные, нестандартные решения обозначенных проблем. Для того, чтобы найти неоднозначные, креативные решения, необходимо взглянуть на проблему, ситуацию под новым нестандартным ракурсом, то есть снова проявляется креативная функция человеческого сознания. В-третьих, творческим личностям присуще развитое чувство юмора, которое позволяет создать благоприятную атмосферу для рискованных действий, которые необходимы для создания чего-либо нового, поскольку оно требует иных углов зрения, новых перспектив, неожидан-

ных изменений направления мышления. Все вышеперечисленное способствует достижению неординарных решений.

Креативность мышления, креативная функция сознания человека может применяться в разных областях. Остановимся на использовании креативной функции сознания в работе над ассортиментом тканей.

Современный ассортимент тканей классифицируется по различным основаниям. Традиционно используется две основные классификации – по сырьевому составу и по назначению тканей.

По сырьевому составу ткани делят на четыре типа: хлопчатобумажные, льняные, шелковые, шерстяные. По назначению ткани подразделяют на бельевые, платьево-блузочные, сорочечные, костюмные, пальтовые и др.

Изменение ассортимента тканей происходит под воздействием следующих факторов: совершенствование технологического оборудования, применение новых видов сырья, выработка материалов новых нетрадиционных структур, применение новых отделок, изменяющих внешний вид и свойства материалов (Бузов, Румянцева, 2012). Следует отметить, что существуют некоторые особенности в изменении ассортимента тканей разного назначения.

К современным тенденциям в области развития ассортимента тканей относится синтез тканей по назначению их использования. В частности, мы объединили в один вид тканей платьевые и костюмные ткани, поскольку модельеры все чаще начинают экспериментировать, применяя костюмные ткани, штапельные, кожаные для пошива платьев, а также применяя креповые (крепдешин, креп-жоржет, креп-шифон, креп-сатин, креп-марокен, креп-твил), гладьевые (фуляр, туаль, шелковое полотно, тафта, атлас, поплин), жаккардовые (штоф, альпак, парча), ворсовые (бархат, панбархат, плюш) плательные ткани для пошива костюмов. Следовательно, выделение такой группы тканей, как плательно-костюмные само по себе является довольно креативным.

Группа плательно-костюмных тканей подвержена наибольшим структурным изменениям. В основном, совершенствование и расширение их ассортимента осуществляется за счет применения новых видов отделок и новых видов печати. Применяются пигментная, рельефная, акварельная печать, их сочетание с эффектами перламутровой печати, печати под золото, серебро, старинное кружево. При заключительной отделке применяют отделки, улучшающие свойства тканей и их внешний вид: малоусадочная, малосминаемая, серебристо-шелковистая и другие. Развивается производство тканей жаккардовых переплетений с ярко выраженной рельефной поверхностью. Практически безграничными становятся варианты колористического оформления тканей. Начинает использоваться вложение полиуретановых волокон и нитей в структуру тканей, что придает им повышенную растяжимость и эластичность.

Вышеперечисленные изменения, новации в ассортименте плательно-костюмных тканей достижимы не только за счет развития технологий, модернизации производства, но также за счет применения различных техник креативности, которые приводят к получению нетрадиционных решений поставленных задач.

М. Нельке делает обзор наиболее эффективных техник креативности, которые могут быть применены для решения задач в разных областях деятельности, в том числе и в работе над расширением ассортимента плательно-костюмных тканей. Техника «мозговой штурм» позволяет генерировать большое количество идей в течение относительно короткого периода времени. Техника модерации (метод «635» или метод коллективных записей) позволяет получить широкий спектр мнений, решений от рассредоточенных в пространстве и во времени участников. Составление ментальных карт позволяет активизировать пространственно-образное мышление и дает возможность заново структурировать изучаемую проблему, выделять новые существенные аспекты, устанавливать новые связи. Техника биосоциации позволяет объединить две ранее не связанные плоскости мышления, в конечном итоге приводит к нестандартному решению проблемы. Синектическая техника связана с постепенным, многоэтапным отделением от основной проблемы, что позволяет взглянуть на проблему не только с узкой профессиональной точки зрения, но и найти решение проблемы, заимствуя знания из смежных и кардинально различных областей. Метод контрольной таблицы Осборна позволяет создать новые решения из уже имеющихся идей. Техника случайных входящих сигналов позволяет сочетать несоединимые на первый взгляд вещи, элементы, идеи. Техника мыслительных колпаков Эдварда де Боно позволяет дистанцироваться от проблемы, рассмотреть разные точки зрения, применяя привычный способ мышления. Техника ментальной провокации способствует стимулированию так называемых «креативных прыжков», позволяет рассматривать проблему в новой плоскости, находить уникальные решения проблем. (Нельке, 2014).

Литература

Бузов Б.А., Румянцева Г.П. Материалы для одежды. Ткани. М.: ИНФРА-М, 2012.

Зинченко В.П. Сознание и творческий акт. М.: Языки славянских культур, 2010.

Нельке М. Техники креативности. М.: Омега-Л, 2014.

Ревонсуо А. Психология сознания. СПб.: Питер, 2013.

Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. СПб.: Питер, 2012.

Столяренко Л.Д., Самыгин С.И. Психология личности. М.: Феникс, 2016.

О «СХОДСТВЕ НЕСХОДНОГО» – СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ КОРРЕЛЯЦИИ АБСТРАКЦИОНИЗМА, ИКОНОПИСИ И КИТАЙСКОЙ ЖИВОПИСИ

Тюрин П.Т.
Балтийская международная академия, Рига, Латвия

В работе излагается точка зрения, согласно которой в своих специфических чертах художественное проявляет себя как «нереалистическое» искусство и указываются сходные признаки столь различных направлений изобразительного искусства – абстрактная живопись, иконопись и китайское искусство. Общим для них является уход от следования внешнему подобию предметной действительности и попытки воплотить представления художника о духовных «первообразах».

Ключевые слова: «нереалистичность» художественного, избегание «сырой» предметности и иллюзионизма, композиционная беспредметность как основа художественного, первообразы предметности.

ABOUT THE „SIMILARITY OF DISSIMILAR" – THE SEMANTIC AND VISUAL CORRELATIONS BETWEEN ABSTRACT ART, ICON PAINTING AND CHINESE PAINTING

Tyurin P.T.
Baltic International Academy, Riga, Latvia

The paper presents a point of view that art reveals itself in its specific terms as "unrealistic" art and similar features of so different areas of art as abstract painting, icon painting and Chinese art are indicated. Common to them is the departure from just a following an external image of objective reality and attempts to embody the artists' representation of spiritual "archetypes".

Keywords: "unrealistic" feature, avoiding the "raw" objectivity and illusionism, compositional pointlessness of art as a basis, archetypal objectivity.

С.С. Аверинцев в статье «Западно-восточные размышления, или о несходстве сходного», замечает: между разными традициями так много сходства и несходства, причем там, где никакого особенного сходства на первый взгляд не видно, существенного сходства больше (Аверинцев, 1988). Это суждение культуролога вполне можно соотнести с художественными установками абстрактной живописи, иконописи и китайского искусства, но с акцентом на его инверсию – на «сходство несходного».

Представляется, что одним из существенных признаков изобразительного искусства в его специфических чертах является *отсутствие каких бы то ни было признаков «сырой» реальности* – иллюзорности, иллю-

стративности, оправдывания созданного изображения подобием реальности и т.п.

Этому критерию в той или иной степени соответствуют три названных направления в искусстве, несмотря на различия в их принципах и установках (что касается «примитивного, наивного» – искусства, то оно, если так можно выразиться, располагается на склонах этой триады, окружает ее вершинное пространство).

1. Абстракционизм

В.Кандинский, рассуждая «о духовном в искусстве», писал, что, пройдя через период материалистического соблазна, которому душа иногда поддается, она все же стряхивает его с себя, как злое искушение, и пытается пробуждать более тонкие, пока еще безымянные чувства и созданное художником произведение может пробудить в способном к тому зрителе более тонкие эмоции. Обыватель же хочет найти в художественном произведении или чистое подражание природе, которое могло бы служить практическим целям (портрет в обычном смысле и т. п.), или подражание природе, содержащее известную интерпретацию: «импрессионистская» живопись. Но есть другое искусство, которое обладает пробуждающей, пророческой силой, способной действовать глубоко. Частично «этим объясняется возникновение нашей симпатии, нашего понимания, нашего внутреннего сродства с примитивами. Эти чистые художники так же, как и мы, стремились передавать в своих произведениях только внутренне-существенное, причем сам собою произошел отказ от внешней случайности….» (Кандинский, 1912). Об этом же рассказывает этнограф Ю. Липс: когда европейский художник, приехав в одно из африканских поселений и нарисовав вождя племени, был очень удивлен, что это не вызвало радости, когда он, удовлетворенный выполненным портретом, предложил его в подарок. Вождь, взглянув на портрет, с презрением отклонил его, а затем нарисовал на дощечке несколько линий, которые красовались на его татуированном теле, и сказал «Вот это я, а то, что нарисовал ты – не имеет смысла».

В высказываниях абстракционистов об искусстве нередко звучит тема метафизического – «Искусство – это всегда последнее обобщение. Оно должно привносить в нашу жизнь осознание бесконечности». Марк Ротко, например, говорил, что его картины не следует считать абстрактными в том смысле, что «у них нет намерения создавать или акцентировать формальное соотношение цвета и места. Я отказываюсь от естественного изображения только для того, чтобы усилить выражение темы, заключенной в названии». В своей книге «Реальность художника: философии искусства» он писал, что в творчестве пытается нащупать путь к высшей реальности, который может открыться с помощью света, цвета и пространства, и свои картины считал иконами, перед которыми зритель должен переживать религиозные чувства (Хинич, 2007). К.Малевич настаивал, что его «Черный

квадрат» воплощает идею новой духовности, является своего рода иконой, пластическим символом новой религии – «ставит человека перед лицом Ничего и Всего». И сам Малевич и исследователи его творчества, утверждали, что ближайшим аналогом его картины имеют мистическое пространство икон, не связанное с известными физическими законами. Но в отличие от икон, супрематические композиции, являются выражением свободной творческой воли и свидетельствуют только о собственном чуде. Малевич проводил аналогию между творческими и космическими процессами, уподобляя создание картины творению мироздания (Малевич, 2001).

2. Иконопись

Диаметральная противоположность иконы реалистической живописи, как и абстрактного искусства, заключается в том, что она «существует не как некая отвлеченность, а как наглядное явление метафизической сути ею изображаемого». Иконопись не предназначена для изображения чувственной данности мира в его наличном греховном и тленном состоянии, затмевающем подлинную природу вещей. Икона показывает Богоданный мир в его надмирной красоте, мир первообразов, горних, пренебесных сущностей. Из двух планов существования – потустороннего и здешнего, – иконопись отражает высший его план, отдаленный и отделенный от мирского. В исследованиях по иконографии неизменно подчеркивается, что пространство и время иконы внеприродны, они не подчинены законам этого мира; видимое и условное в иконописи является изображением *невидимого, но безусловного* (Языкова, 1995).

Павел Флоренский отмечает принципиальные отличия духовного искусства от светского, чувственного – в основе иконы лежит подлинное восприятие потустороннего, и поэтому «чем онтологичнее духовное постижение, тем бесспорнее принимается оно как что-то давно знакомое, давно жданное всечеловеческим сознанием, оно есть радостная весть из родимых глубин бытия, забытая, но в тайне лелеемая память о духовной родине. И в самом деле, мы не извне воспринимаем его, но в себе самих припоминаем: икона есть напоминание о горнем первообразе». Образы икон вещественно намечают сверхчувственные идеи и делают видения почти доступными, они напоминают об их источнике – «возносят ум от образов к первообразам», пробуждая в сознании духовное видение и дают почувствовать или приблизить к сознанию собственный опыт – опыт такого рода, который осознается превышающим все окружающее, пребывающем в ином, своем пространстве, из своей области действующим тут, среди нас» И если мыслить о теле натуралистически, то оно ничуть и ни в чем не может являть собой метафизическое строение духовного организма (Флоренский, 1993). В работах по иконографии постоянно говорится, что пространство и время иконы внеприродны, они не подчинены законам этого мира; видимое и условное в иконописи является изображением *невидимого и безусловного* (Языкова, 1995).

В работах «Иконостас» и «Обратная перспектива» П. Флоренский писал, что религиозная живопись Запада, начиная с Возрождения, была сплошь художественной неправдой, поскольку, проповедуя на словах близость и верность изображаемой действительности, не имели никакого касательства к той действительности, которую притязали и дерзали изображать. В частности, он отмечает, что линейная перспектива, к которой часто прибегали западные художники, стремится к более или менее механическому копированию известного и видимого художником мира – в пределе, к фотографичности, иллюзорности и передаче моментов натурально видимого – импрессионистичности и т.п.

Всякая живопись, писал Флоренский, имеет целью вывести зрителя за предел чувственно воспринимаемых красок и холста в некоторую реальность, и тогда живописное произведение разделяет со всеми символами вообще основную их онтологическую характеристику – быть тем, что они символизируют. А если этой цели живописец не достиг, то не может быть и речи о нем, как произведении художества (Флоренский, 1993).

3. Восточное искусство

В сравнительном исследовании западноевропейского искусства и искусства Востока Б.Роуленда приводятся примеры различия подходов к изображению реальных объектов. Так, например, он пишет, что Леонардо да Винчи в рисунках лошадей создает впечатление их движения совершенной передачей анатомии, в то время как китайский художник Хань Гань, мастер той же темы, больше интересуется дыханием жизни, чем анатомией и достигает успеха, обойдясь без ненужных частностей – создает идеограмму, символ коня, (Роуленд, 1958). При сопоставлении этих двух изображений становится очевидной грация лошади в представлении китайского художника, в сравнении тяжеловесной «мясистостью» коней его итальянского «коллеги». Стоптанность и вертлявость копыт итальянских коней указывает, что их ноги уже давно приспособились к неровной земной поверхности. Китайский же конь, кажется, только что спустился с платоновского неба. Он, несколько раздувшийся от перепада высоты, и будто еще не успел адаптироваться к новой среде – то ли ищет почву под ногами и еще продолжает летать, то ли гарцует перед окружающими, демонстрируя свою стать.

Подобных отличий можно привести множество. Например, сюжеты мадонны с младенцем в западноевропейском искусстве, как бы эти картины не были исполнены (хорошо ли, или не вполне), они всегда трогают своим любовным отношением к ребенку. Вместе с тем, образы, например, К.Утамаро, поражают своей непосредственностью и особенной чистотой, неземной эфирностью их созданий. В сопоставлении с ними подобные мотивы западных художников, нередко оставляют впечатление искусственно собранных, как будто они создавались где-то неподалеку от чадящих прометеевских кострищ. Собственно, об этом постоянно говорится в исследо-

ваниях по иконографии – иконы изображают бытие пронизанного светом запредельного «горнего» мира, в котором уже нет места теневым сторонам мира «дольнего». Западноевропейская живопись представляет библейские события в его земных измерениях – с его страстями, кровью, проблемами, заблуждениями, еще не выкристаллизовавшиеся в образы идеального, а только еще вырывающиеся из структур материальных причинностей.

Древние китайские художники, комментируя «шесть канонов» мастерства художника, предостерегали от излишнего увлечения *анатомической структурой* в ущерб *ритмической жизненности*: «Тот, кто пытается выразить дух через внешнюю красоту, утрачивает образ. Это есть смерть образа». В эстетическом трактате «Беседы о живописи» художник и теоретик искусства XVIII в. Ши Тао говорит: «Когда человек позволяет вещам ослепить себя, он загрязняет себя пылью мирской. Когда человек позволяет вещам господствовать над собой, его сердце становится замутненным. Замутненное сердце может породить только ремесленную и жесткую живопись и ведет художника к саморазрушению» (Цит. по Завадская, 1978).

P.S. Абстрактное искусство стремится выразить *невысказываемое* – смутные предчувствия, «пока еще безымянные чувства», неясные мысли, т.е. нечто несформулированное, неустойчивое, текучее и только лишь витающее в сознании, а реалистическое («предметное») искусство – это упорядоченное восприятие в узнаваемых формах и схемах.

С учетом того, что психическое не имеет вещной природы, что восприятие – это процесс категоризации объектов, которые воспринимаются не как бессвязный набор ощущений, а как образы конкретных предметов (*предметность* восприятия), представляется, что *беспредметность* – это именно та модальность, которая в наибольшей степени подходит для прямого выражения психического.

Основа любого художественного изображения – композиция, и абстракционизм в целом можно охарактеризовать как *беспредметную беспредметность*, а реализм как *предметную беспредметность*; предметы в картине – это как игрушки на невидимой композиционной «ёлке», по их расположению мы узнаем, «понимаем» картину, и можем заметить и почувствовать конфигурацию «ёлки».

Разумеется, присутствие в картине предметов самих по себе не является пороком, хотя бы потому, что «фигуративную» живопись можно интерпретировать как *предметную беспредметность*, и те, кто не могут заметить ее в «чистом» виде, узнают ее присутствие и очертания по развешанным на ней игрушкам; и все же всякая вещь своей устойчивой конкретностью отвлекает от восприятия композиции в целом, и потому вовсе не случайно утверждение К.Малевича: «кто чувствует живопись, тот меньше видит предмет, кто видит предмет, тот меньше чувствует живописное» (Малевич, 2001).

Абстрактная картина – это не некая неопределенность, но отвлечение и уход в изображении от несвойственного внутренним переживаниям художника (хотя бы и тогда, когда его внимание обращено на какие-либо реальные объекты), и потому подлинная абстракция – это не случайный набор линий и цветовых пятен (мол, раз предметно неузнаваемое, значит абстракция), а явленный в динамике цветовых форм зримый эквивалент переживаний художника, очищенного от внешних примесей случайного и необязательного, шаблонного и упорядоченного.

В иконописи и восточном искусстве немало точек соприкосновения (в частности, использование обратной перспективы), в то время как абстрактное искусство на первый взгляд стоит как бы особняком. Тем не менее, их сближает отвлеченность от натуральности и стремление «нащупать путь к высшей реальности», хотя представления о ней очень различны: в иконе – это путь к Богу, в китайском искусстве – всеединое Дао, в абстракционизме – глубины субъективности и бессознательное.

Литература

Аверинцев С.С. Западно-восточные размышления, или о несходстве сходного // Восток-Запад. Исследования. Переводы. Публикации. М.: Наука. 1988.

Завадская Е.В. «Беседы о живописи» Ши Тао. М.: Наука. 1978.

Роуленд Б. Искусство Запада и Востока. М.: Издательство иностранной литературы. 1958.

Флоренский П. Иконостас. Избранные труды по искусству. СПб.: Мифрид, Русская книга. 1993.

Языкова И.К. Богословие иконы. М: Издательство Общедоступного Православного Университета, 1995

Кандинский В. О духовном в искусстве (живопись) // Труды Всероссийского съезда художников. Пг.: 1912. С.45-75. URL: http://www.e-reading.club/chapter.php/150067/5/Kandinskiii-O_duhovnom_v_iskusstve.html)

Малевич К. Черный квадрат. Гл. Трактаты и теоретические сочинения. О новых системах в искусстве. М.: Азбука. 2001. URL:http://ruslit.traumlibrary.net/book/malevich-kvadrat/malevich-kvadrat.html

Хинич М. Марк Ротко: «Проливайте слезы перед моими картинами». URL: http://botinok.co.il/node/28609

Международная научно-практическая конференция

ГУМАНИТАРНЫЕ ОСНОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРЕССА: РОССИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

(25-27 апреля 2016 г.)

СБОРНИК СТАТЕЙ

ЧАСТЬ 2

Научное издание

Печатается в авторской редакции

Формирование макета сборника
Николаева Н.А., Строганова Г.В.