

DOI: 10.12731/2658-4034-2021-12-6-201-219
УДК 159.9.07

РОЛЬ ПСИХИЧЕСКИХ СОСТОЯНИЙ В ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ ВИЗУАЛЬНЫХ СТИМУЛОВ

Киселева Н.А., Галяпина В.Н.

Цель. В век компьютерных технологий и массового перехода на онлайн взаимодействие при обучении и удаленной работе актуальной темой является изучение психологических особенностей обработки визуальной информации. Целью данной работы является изучение взаимосвязи психических состояний респондентов с психосемантическими оценками визуального стимула. Новизна исследования заключается в установлении взаимосвязи особенностей психических познавательных процессов и эмоциональных состояний респондентов с качеством и выраженностью психосемантической оценки визуального изображения.

Метод или методология проведения работы. В исследовании, проведенном онлайн на платформе Ika с участием 737 человек, использовались методика А.О. Прохорова «Рельеф психического состояния», адаптированный авторами психосемантический дифференциал для оценки визуального стимула, корреляционный и факторный анализ.

Результаты. Обнаружена взаимосвязь особенностей протекания психических процессов и эмоциональных состояний респондентов с характером оценки ими визуального стимула. А именно: чем выше показатели ощущения, восприятия, воображения и уровня представлений у реципиентов и чем более позитивные эмоциональные состояния они испытывали, тем более положительные психосемантические характеристики они приписывали визуальному стимулу. И, наоборот, чем ниже показатели психических состояний у респондентов, тем более негативными характеристиками наделялся визуальный стимул.

Область применения результатов. Теоретическая значимость исследования заключается во вкладе в психологию психических состояний, психосемантику, психологию искусства. Практическая значимость будет состоять в использовании результатов в сферах образования, в том числе онлайн-обучения, дизайна, рекламы.

Ключевые слова: психические процессы; эмоциональные состояния; семантический дифференциал; визуальный стимул

THE ROLE OF MENTAL STATES IN THE PSYCHOSEMANTIC EVALUATION OF VISUAL STIMULI

Kiseleva N.A., Galyapina V.N.

Purpose. In the age of computer technology and the mass transition to online interaction during training and remote work, the study of psychological features of visual information processing is a trending topic. The purpose of this work is to study the relationship between respondents' mental states with psychosomatic assessments of a visual stimulus. The novelty of the research lies in the establishment of the relationship between the characteristics of mental cognitive processes and emotional states of the respondents with the quality and severity of psychosemantic evaluation of the visual image.

Method or methodology of the work. In a study conducted online on the IKA platform with the participation of 737 people, A.O. Prokhorov's method "Relief of mental state" was used, as well as psychosemantic differential adapted by the authors for assessing visual stimulus, and correlation and factor analysis.

Results. The correlation between the peculiarities of mental processes and emotional states of the respondents and the nature of their evaluation of the visual stimulus was found. Namely: the higher the indicators of sensation, perception, imagination and the level of representations of the recipients and the more positive emotional states they experienced, the more positive psychosemantic characteristics they attributed to the

visual stimulus. And vice versa, the lower the mental state indicators of the respondents, the more negative characteristics were assigned to the visual stimulus.

Practical implications. *The theoretical significance of the research lies in its contribution to the psychology of mental states, psychosemantics, psychology of art. The practical significance will lie in the use of the results in the areas of education, including online learning, design, advertising.*

Keywords: *mental processes; emotional states; semantic differential; visual stimulus*

Введение

С массовым приходом в жизнь человечества компьютерных технологий значительно возросла роль визуальной информации, которая оказывает влияние на все сферы жизнедеятельности. Особенную актуальность приобретает эта тематика в современных условиях самоизоляции и переходе на онлайн обучение и удаленную работу. Первым шагом получения визуальной информации является ее восприятие, предваряющее дальнейшие механизмы ее переработки. Онлайн восприятие в тесной связи с другими психическими процессами (ощущением, воображением, вниманием и т.п.) имеет свои психологические особенности, знание которых помогает повысить качество познания и обучения, межличностного общения и взаимодействия.

В зависимости от базовых теоретических оснований для исследований психических познавательных процессов используются различные подходы: гештальт-подход, когнитивный, психосемантический, культурно-исторический, ценностный, системный, комплексный и т.д. Данное исследование опирается на психологию субъективной семантики, которая разрабатывалась в трудах Е.Ю. Артемьевой [2], Ч. Осгуда, Дж. Суси, П. Танненбаума [9], М.А. Папантиму [10], В.П. Петренко [11], А.О. Прохорова [12, 13], А.Г. Шмелева [16], К. Фу, Y. Zhang, X. Lin [18] и других авторов.

Согласно этому подходу, в подсознании человека хранятся семантические коды — эмоционально заряженные следы, которые

можно диагностировать с помощью шкал семантического дифференциала. При этом семантические коды отражают не сам объект, а то воздействие, которое он оказал на психику человека, выполняя определяющую роль в формировании последующих оценок визуальных образов [16].

Различные аспекты психологии психических процессов и оценки визуальных образов рассматривали в своих трудах А.В. Гришина, А.М. Кукуляр, Д.А. Гурцкой [4], В.М. Розин [14], И.С. Уточкин [15], К. Fu, Y. Zhang, X. Lin [15], I.S. Utochkin, M.A. Yurevich [20], T. Wang, W. Zhou [21] и др. В этих работах изучены особенности восприятия и воздействия на зрителей визуальных объектов в зависимости от уровня их интеллектуального, духовного, эстетического развития, эмоционального состояния и мировоззрения.

Область художественного восприятия в психологии искусства составляет предмет исследований Р. Арнхейма [1], В.Ф. Петренко [11], Д.А. Леонтьева, Е.Ф. Жуковой [7], Н.А. Киселевой [6], Д.В. Маховикова [8], М.-С. Cheung, D. Law, J. Yi, C.W.Y. Wong [17], Н. Hagtvedt, R. Hagtvedt, V.M. Patrick [19] и др. Здесь авторы раскрыли психологические механизмы, процессы и факторы визуального восприятия художественных произведений. Так, Д.А. Леонтьев выделил три группы факторов восприятия: личностные факторы (потребности, ценности, уровень эстетического развития реципиента и др.); социально-психологические факторы (социальные нормы, культурный фон, стереотипы и др.) и факторы, характеризующие само произведение искусства.

В последние десятилетия с распространением компьютерных технологий появились исследования визуального восприятия онлайн-пространства: А.Ю. Вырва [3], О.А. Захарова, А.В. Гарусев [5] и т.д. Автор первой работы сопоставила процессы восприятия и семантического оценивания реальных визуальных объектов (архитектурных сооружений), их фотоснимков и изображений в панорамах Google. Использование приложения «панорамы Google» позволило получить более полный по сравнению с фотоизображениями набор семантических и ценностных признаков, сближающийся с оценка-

ми объектов в естественных условиях [3]. Авторы второй работы экспериментально исследовали эмоциональную сторону восприятия стерео- и моноизображений, используя методику семантического дифференциала Осгуда. Для большинства выбранных шкал был получен сдвиг оценок стереоизображений в сторону полюсов «активности» и «четкости» [5].

Однако исследований, раскрывающих психосемантические особенности оценки визуальных образов во взаимосвязи с психическими процессами и состояниями у реципиентов не достаточно, что и послужило посылком для данной работы.

Предмет исследования: взаимосвязь психических состояний с визуальной психосемантикой.

Целью является изучение взаимосвязи психических состояний респондентов с психосемантическими оценками визуального стимула.

Гипотеза: особенности психических состояний респондентов взаимосвязаны с качеством и выраженностью визуальной психосемантики. При этом высокие показатели психических познавательных процессов и позитивное эмоциональное состояние реципиентов связано с положительным содержанием психосемантических оценок, приписываемых визуальному стимулу. Низкие показатели психических познавательных процессов и негативное эмоциональное состояние реципиентов, наоборот, имеют связь с отрицательными оценками визуального стимула.

Задачи:

1. Изучить уровень психических познавательных процессов и эмоциональных состояний респондентов.
2. Изучить психосемантические особенности онлайн оценки респондентами визуального стимула.
3. Выявить взаимосвязи показателей психических познавательных процессов и эмоциональных состояний респондентов с психосемантическими оценками, приписываемыми визуальному стимулу.

Новизна исследования заключается в установлении взаимосвязи особенностей психических познавательных процессов и эмоци-

ональных состояний респондентов с качеством и выраженностью психосемантической оценки визуального стимула.

Выборка и процедура проведения

В исследовании приняли участие 737 респондентов в возрасте от 18 до 68 лет ($27,8 \pm 11,5$), в том числе 53% женщин, 28% мужчин и 19% испытуемых возраст не указали; уровень образования: высшее – 30%, неполное высшее – 25%, среднее 20%, неполное среднее – 3%, не указали – 22%; этническая принадлежность: русские – 84.3%, другие национальности (белорусы, украинцы, эстонцы, молдаване, узбеки, туркмены, осетины, таджики, поляки) – 13%, не указали – 2,7%.

Опрос проходил онлайн на платформе 1ка. Изучение психических процессов и эмоциональных состояний респондентов проводилось по методике А.О. Прохорова «Рельеф психического состояния» (сокращенный вариант из 10 пар эмоциональных состояний и 5 пар психических процессов) [12], По 11-балльной шкале испытуемые оценивали свое состояние в текущий момент. При математико-статистической обработке данных шкала от -5 до 5, где минусовые значения соответствовали первому слову в паре показателей, а положительные значения – второму слову, была перекодирована в шкалу от 1 до 11. При этом средние значения в 6 баллов характеризовали нейтральное состояние испытуемого, от 1 до 6 – отрицательное и более 6 – положительное.

Далее по 7-балльной шкале проводилась оценка респондентами стимульного материала в виде цветной фотографии с абстрактным изображением (Рис. 1) с использованием модифицированной нами методики семантический дифференциал [9], включающей 36 пар биполярных прилагательных.

Полученные в результате этих методик показатели были подвергнуты корреляционному и факторному анализу, проведенному с помощью IBM statistics SPSS 23.0. Использовался эксплораторный факторный анализ, при этом методом выделения факторов являлся метод главных компонент, методом вращения – варимакс с нормализацией Кайзера. Вращение сошло за 13 итераций.

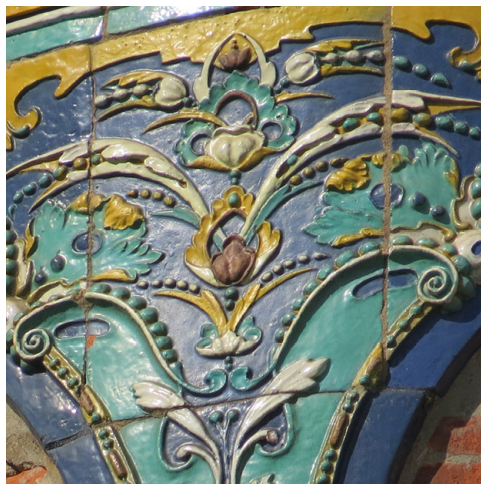


Рис. 1. Стимульный материал

Результаты и обсуждение

С помощью методики А.О. Прохорова выявлена степень выраженности переживаний (эмоциональных состояний) и психических процессов респондентов, среди которых рассмотрены ощущения, восприятие, воображение, представления (Рис. 2).



Рис. 2. Диаграмма эмоциональных состояний и психических процессов респондентов по методике А.О. Прохорова «Рельеф психического состояния»

Условные обозначения:

- 1 – тоскливость – веселость
- 2 – грустность – оптимистичность
- 3 – печаль – задорность (страстность, запальчивость)
- 4 – пассивность – активность
- 5 – сонливость – бодрость
- 6 – вялость – бойкость (живость, проворность, оживленность)
- 7 – напряженность – раскрепощенность
- 8 – тяжесть (трудность) – легкость
- 9 – скованность – раскованность (свобода)
- 10 – опускает (погружает) – поднимает (возвышает)
- 11 – ухудшение, размытость, нечеткость, плохая осознанность восприятия – хорошая осознанность восприятия, ясность осознанности (восприятие)
- 12 – трудность возникновения образов – четкость, ясность представлений, легкость возникновения образов (особенности представлений)
- 13 – трудность что-либо придумать, косность, «зажатость» – легкость образования новых ассоциаций, фантазирование, придумывание, раскованность (воображение)
- 14 – чувство страха, паники, отчаяния, безысходности – чувство радости, восторга, веселость, появление азарта (эмоции)
- 15 – ухудшение восприимчивости к внешним воздействиям, невосприимчивость – обострение чувствительности к внешним воздействиям (ощущение)

Согласно Рис. 2 можно отметить, что средние значения всех показателей психического состояния респондентов в момент проведения исследования являются положительными. Среди них наивысших значений достигают показатели психических процессов, таких как представления: «четкость, ясность представлений, легкость возникновения образов» ($7,72 \pm 2,53$); ощущение: «обострение чувствительности к внешним воздействиям» ($7,50 \pm 2,47$); воображение: «легкость образования новых ассоциаций, фантазирование, придумывание, раскованность» ($7,43 \pm 2,66$) и восприятие: «хорошая осознанность восприятия, ясность осознанности» ($7,41 \pm 2,72$).

По мнению А.О. Прохорова, «изучение семантических пространств психических состояний дает уникальную возможность исследовать тонкую ткань субъективного восприятия действительности в момент переживания человеком психического состояния, позволяя «заглянуть внутрь» переживаемых состояний и выявить специфику семантических пространств в зависимости от протекания психических процессов» [13, с. 113].

В нашем эксперименте помимо изучения психических состояний самих респондентов исследованы семантические пространства, приписываемые ими визуальному стимулу, в том числе с использованием шкал эмоциональных состояний. Особенности их взаимосвязей, составляющие суть данной работы, описаны ниже.

Методика семантического дифференциала (Рис. 3) позволила выявить оценку респондентами по 7-балльной шкале 36 различных характеристик фотографии с абстрактным изображением, которая демонстрировалась онлайн.



Рис. 3. Диаграмма оценки респондентами визуального изображения с помощью методики семантической дифференциал

Условные обозначения:

1 – слабый – сильный

2 – неприятный – приятный

3 – незнакомый – знакомый

- 4 – глухой – звонкий
- 5 – напрягающий – расслабляющий
- 6 – яркий – тусклый
- 7 – размытый – четкий
- 8 – известный – неизвестный
- 9 – горестный – счастливый
- 10 – унылый – торжествующий
- 11 – комфортный – некомфортный
- 12 – привлекающий – отталкивающий
- 13 – радостный – печальный
- 14 – мажорный – минорный
- 15 – утомительный – неутомительный
- 16 – желаемый – нежелаемый
- 17 – неблагоприятный – благоприятный
- 18 – необычный – обычный
- 19 – незаметный – заметный
- 20 – вдохновляющий – опустошающий
- 21 – незначимый – значимый
- 22 – чужой – родной
- 23 – красивый – некрасивый
- 24 – обаятельный – непривлекательный
- 25 – разговорчивый – молчаливый
- 26 – упрямый – уступчивый
- 27 – замкнутый – открытый
- 28 – добрый – злой
- 29 – зависимый – независимый
- 30 – активный – пассивный
- 31 – черствый – отзывчивый
- 32 – решительный – нерешительный
- 33 – вялый – энергичный
- 34 – суетливый – спокойный
- 35 – враждебный – дружелюбный
- 36 – уверенный – неуверенный

По результатам методики семантический дифференциал обнаружены следующие наиболее ярко выраженные характеристики

визуального образа (здесь отмечен доминирующий полюс биполярных шкал): приятный, дружелюбный, благоприятный, четкий, сильный, заметный, торжествующий, красивый, счастливый и т.д. Очевидно доминирование позитивного полюса в оценке абстрактного визуального стимула, при этом значительную выраженность имеют эмоциональные характеристики.

В процессе корреляционного анализа с использованием непараметрического критерия Спирмена выявлены отрицательные взаимосвязи между показателями психических состояний реципиентов и показателями семантического дифференциала, по которому респонденты оценивали визуальный стимул. В частности, показатель восприятия по методике А.О. Прохорова «Рельеф психического состояния» взаимосвязан со следующими характеристиками оценки визуального стимула: комфортный – некомфортный ($r=-0,187$ при $p=0,000$), привлекающий – отталкивающий ($r=-0,108$ при $p=0,003$), радостный – печальный ($r=-0,112$ при $p=0,002$), желаемый – нежелаемый ($r=-0,132$ при $p=0,000$), вдохновляющий – опустошающий ($r=-0,116$ при $p=0,002$), красивый – некрасивый ($r=-0,188$ при $p=0,000$), обаятельный – непривлекательный ($r=-0,163$ при $p=0,000$), добрый – злой ($r=-0,162$ при $p=0,000$), активный – пассивный ($r=-0,109$ при $p=0,003$). Обнаружена положительная взаимосвязь между показателем восприятия и характеристиками оценки визуального стимула при уровне значимости $p=0,000$: слабый – сильный, неприятный – приятный, незнакомый – знакомый, глухой – звонкий, напрягающий – расслабляющий, размытый – четкий, горестный – счастливый, унылый – торжествующий, утомительный – неутомительный, неблагоприятный – благоприятный, незаметный – заметный, незначимый – значимый, чужой – родной, замкнутый – открытый, зависимый – независимый, черствый – отзывчивый, вялый – энергичный, враждебный – дружелюбный.

Таким образом, обнаружено, что чем выше показатели восприятия и других психических познавательных процессов (ощущения, воображения, представлений) и позитивных эмоциональных состояний реципиентов, тем более положительные характеристики они при-

писывают визуальному стимулу и, наоборот, чем ниже показатели психических познавательных процессов и чем более выражены негативные эмоциональные состояния у респондентов, тем более отрицательными характеристиками они наделяют визуальный стимул.

Проведенный далее факторный анализ позволил снизить размерность шкал и исследовать структуру взаимосвязи переменных по двум проведенным методикам. В результате анализа было получено десятифакторное пространство, объясняющее 65,5% дисперсии. Рассмотрим пять основных системообразующих факторов, имеющих наибольшее наполнение.

В первый фактор, вес которого составил 13,37% от общей дисперсии, вошли такие показатели, как: звонкий (факторная нагрузка .75), торжествующий (.74), заметный (.66), значимый (.65), четкий (.64), счастливый (.63), приятный (.61), благоприятный (.60), сильный (.59), энергичный (.59), родной (.59), открытый (.55), хорошая осознанность восприятия, ясность осознанности (.11) и т.д. (здесь и далее указаны показатели с наибольшей факторной нагрузкой). Данный фактор получил название «Торжествующий» по качеству и выраженности положительного полюса оценок респондентами абстрактного изображения на стимульном материале.

Второй фактор с условным названием «Оптимистичный» с весом 12,79% дисперсии включал в себя следующие показатели: бойкий (.83), активный (.81), задорный (.79), бодрый (.79), оптимистичный (0.78), веселость (.77), радость (.64), легкость (.60), хорошая осознанность восприятия, ясность осознанности (.49) и т.д. Сюда вошли показатели позитивного эмоционального состояния, повышенный уровень восприятия и других психических процессов реципиентов и положительная оценка ими качеств визуального стимула.

В отличие от двух предыдущих третий фактор с весом 11,81% дисперсии включил показатели с отрицательным полюсом биполярных шкал: отталкивающий (.78), некомфортный (.77), некрасивый (.69), печальный (.69), опустошенный (.64), нежелаемый (.60), тусклый (.60), минорный (-.56), ухудшение, размытость, нечеткость, плохая осознанность восприятия (-.02) и т.д. Исходя из характера

вошедших в данный фактор показателей он получил название «Некомфортный». Отрицательные характеристики наполнили и четвертый фактор «Пассивный» с весом 5,20%, куда вошли показатели: злой (.68), молчаливый (.56), пассивный (.55), непривлекательный (.51), черствый (.47), враждебный (.45), ухудшение, размытость, нечеткость, плохая осознанность восприятия (-.02) и др. Как можно заметить, в этом случае визуальный образ вызвал у респондентов отрицательное впечатление, которое, вероятно, явилось отражением внутреннего негативного психического состояния самих испытуемых.

Во всех перечисленных выше факторах доминирующее положение занимали показатели семантического дифференциала, с помощью которого испытуемые оценивали визуальный стимул. А в пятом факторе «Легкость» с весом 4,86% наибольшее значение имеют показатели психических процессов: четкость, ясность представлений, легкость возникновения образов (.79), легкость образования новых ассоциаций, фантазирование, придумывание, раскованность (.71), хорошая осознанность восприятия, ясность осознанности (.63), обострение чувствительности к внешним воздействиям (.63). Также в этом факторе присутствуют показатели таких состояний респондентов, как радость (.35), раскованность (.26) и т.д. Можно отметить, что высокий уровень протекания психических процессов сопровождается позитивным эмоциональным состоянием самих респондентов и позитивной оценкой ими визуального стимула. Остальные 5 факторов имели небольшой вес от 2,48% до 4,41% дисперсии, поэтому подробно не рассматривались.

Заключение

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы:

1. Выявлена степень выраженности переживаний (эмоциональных состояний) и психических процессов респондентов, среди которых рассмотрены ощущения, восприятие, воображение, представления. Средние значения всех показателей психического состояния респондентов в момент проведения исследования являются положительными. Наивысших значений достигают показатели таких психических

процессов, как представления («четкость, ясность представлений, легкость возникновения образов»), ощущение («обострение чувствительности к внешним воздействиям»), воображение («легкость образования новых ассоциаций, фантазирование, придумывание, раскованность») и восприятие («хорошая осознанность восприятия, ясность осознанности»), несколько меньшую выраженность имеют эмоциональные состояния («оптимистичность», «веселость», «раскованность (свобода)», «активность» и др.).

2. Изучены психосемантические особенности оценки респондентами визуального стимула в виде цветной фотографии с абстрактным изображением. Обнаружена наибольшая выраженность позитивных качеств визуального изображения: «приятный», «торжествующий», «четкий», «сильный», «счастливый», «дружелюбный», «заметный», «красивый», «добрый», «радостный», «привлекающий», «уверенный» и т.д. Негативные характеристики данного изображения представлены незначительно.

3. Обнаружены взаимосвязи между низкими показателями ощущений, восприятия, воображения и представлений и отрицательными показателями оценки респондентами визуального стимула. Выявлены взаимосвязи между высокими показателями ощущений, восприятия, воображения и представлений и положительной оценкой респондентами визуального стимула. Таким образом, в результате корреляционного анализа обнаружено, что чем выше показатели психических познавательных процессов (ощущений, восприятия, воображения, представлений) и позитивных эмоциональных состояний у реципиентов, тем более выраженные положительные характеристики они приписывают визуальному стимулу. И, наоборот, чем ниже показатели психических процессов, тем более выраженными отрицательными характеристиками наделяется визуальный стимул.

4. Факторный анализ, в результате которого выделилось 10 факторов, описывающих 65,5% дисперсии, также подтвердил предположение о взаимосвязи уровня протекания психических процессов и эмоциональных состояний респондентов с характером оценки визуального стимула.

Результаты исследования могут быть использованы в сферах образования, в том числе онлайн-обучения, дизайна, рекламы.

Информация о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Информация о спонсорстве. Исследование выполнено при финансовой поддержке в рамках стажировки по Программе стажировок работников и аспирантов российских вузов и научных организаций в НИУ Высшая Школа Экономики.

Статья подготовлена в соавторстве участником Программы стажировок работников и аспирантов российских вузов и научных организаций в НИУ ВШЭ на базе Центра социокультурных исследований НИУ ВШЭ на основе данных, полученных в период стажировки.

Список литературы

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М.: Прогресс, 1974. 380 с.
2. Артемьева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики. М.: Смысл, 1999. 350 с.
3. Вырва А.Ю. Изучение особенностей восприятия архитектурной городской среды на основе исследования панорам Google // Экспериментальная психология. 2017. Т. 10, №1. С. 89-108. <https://doi.org/10.17759/exppsy.2017100107>
4. Гришина А.В., Кукуляр А.М., Гурцкой Д.А. Особенности ценностно-смысловой сферы студентов, влияющие на восприятие социальной рекламы // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. №1. <https://mir-nauki.com/PDF/42PSMN120.pdf>
5. Захарова О.А., Гарусев А.В. Эмоциональные особенности восприятия стереоизображений // Экспериментальные исследования в России: традиции и перспективы / Под ред. А.В. Барабанщикова. М.: Институт психологии РАН, 2010. С. 261-266.
6. Киселева Н.А. Художественное восприятие фресок протоевангельского цикла Мирожского монастыря // Обсерватория культуры. 2019. №4. С. 434-446. <https://doi.org/10.25281/2072-3156-2019-16-4-434-446>

7. Леонтьев Д.А., Жукова Е.Ф. Эмоциональная и ценностная семантика графических портретов и фотопортретов // Психология субъективной семантики: Истоки и развитие / под ред. И.Б. Ханиной, Д.А. Леонтьева. М.: Смысл, 2011. С. 250-266.
8. Маховиков Д.В. Особенности вербализации в процессе восприятия абстрактной живописи // Вопросы психолингвистики. 2018. №4 (38). С. 54-63. <https://doi.org/10.30982/2077-5911-2018-4-54-63>
9. Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам // Семиотика и искусствометрия / под ред. Ю.М. Лотмана, В.М. Петрова. М.: Мир, 1972. С. 278-297.
10. Папантиму М.А. Психосемантические особенности восприятия визуальных объектов: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2004. 26 с.
11. Петренко В.Ф. Психосемантика искусства. М.: МАКС Пресс, 2014.
12. Практикум по психологии состояний / Под ред. проф. А.О. Прохорова. СПб: Речь, 2004. 480 с.
13. Прохоров А.О. Семантические пространства психических состояний. Дубна: Феникс+, 2005. 280 с.
14. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. М.: URSS, 2021. 304 с.
15. Уточкин И.С. Признаки, объекты и ансамбли в зрительном восприятии и памяти: Автореф. дис. ... д-ра психол. наук. М., 2021. 62 с.
16. Шмелев А.Г. Семантический код и возможности матричной психодиагностики // Вестник Моск. ун-та. 1990. Сер. 4. Психология. № 3. С. 23-28.
17. Cheung M.-C., Law D., Yip J., Wong C.W.Y. Emotional Responses to Visual Art and Commercial Stimuli: Implications for Creativity and Aesthetics // *Frontiers in Psychology*, 2019, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00014>
18. Fu K., Zhang Y., Lin X. The Automatic Evaluation of Regularity and Semantic Decodability in Wallpaper Decorative Patterns // *Perception*, 2019, no. 48(8), pp. 731-745. <https://doi.org/10.7183/0002-7316.75.4.743>
19. Hagtvedt H., Hagtvedt R., Patrick V.M. The perception and evaluation of visual art // *Empirical studies of the arts*. 2008. Vol. 26(2). С. 197-218. <https://doi.org/10.2190/EM.26.2.d>

20. Utochkin I.S., Yurevich M.A. Similarity and heterogeneity effects in visual search are mediated by “segmentability” // *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*. 2016. Vol. 42 (7). P. 995-1007. <https://doi.org/10.1037/xhp0000203>
21. Wang T., Zhou W. Spatial perception and humanistic innovation in smart cities: A systematic review. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 2019, 11587 LNCS, pp. 227-237.

References

1. Arnkheym R. *Iskusstvo i vizual'noe vospriyatie* [Art and visual perception]. Moscow: Progress, 1974, 380 p.
2. Artem'eva E.Yu. *Osnovy psikhologii subektivnoy semantiki* [Fundamentals of the Psychology of Subjective Semantics]. Moscow: Smysl, 1999, 350 p.
3. Vyrva A.Yu. *Ekspperimental'naya psikhologiya* [Experimental psychology], 2017, vol. 10, no 1, pp. 89-108. <https://doi.org/10.17759/exppsy.2017100107>
4. Grishina A.V., Kukulyar A.M., Gurtskoy D.A. *Mir nauki. Pedagogika i psikhologiya* [The world of science. Pedagogy and psychology], 2020, no. 1. <https://mir-nauki.com/PDF/42PSMN120.pdf>
5. Zakharova O.A., Garusev A.V. *Ekspperimental'nye issledovaniya v Rossii: traditsii i perspektivy* [Experimental research in Russia: traditions and prospects], Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, 2010, pp. 261-266.
6. Kiseleva N.A. *Observatoriya kul'tury* [Observatory of Culture], 2019, no. 4, pp. 434-446. <https://doi.org/10.25281/2072-3156-2019-16-4-434-446>
7. Leont'ev D.A., Zhukova E.F. *Psikhologiya sub'ektivnoy semantiki: Istoki i razvitie* [Psychology of Subjective Semantics: Origins and Development], Moscow: Smysl, 2011, pp. 250-266.
8. Makhovikov D.V. *Voprosy psikholingvistiki* [Questions of psycholinguistics], 2018, no. 4 (38), pp. 54-63. <https://doi.org/10.30982/2077-5911-2018-4-54-63>
9. Osgud Ch., Susi Dzh., Tannenbaum P. *Semiotika i iskusstvometriya* [Semiotics and Artmetry]. Moscow: Mir, 1972, pp. 278-297.

10. Papantimu M.A. *Psikhoosemanticheskie osobennosti vospriyatiya vizual'nykh obektov* [Psychosemantic features of perception of visual objects]. Extended abstract of candidate's thesis. Moscow, 2004, 26 p.
11. Petrenko V.F. *Psikhoosemantika iskusstva* [Psychosemantics of Art]. Moscow: MAKS Press, 2014.
12. *Praktikum po psikhologii sostoyaniy* [Workshop on the psychology of states]. Saint-Petersburg: Rech', 2004, 480 p.
13. Prokhorov A.O. *Semanticheskie prostranstva psikhicheskikh sostoyaniy* [Semantic spaces of mental states]. Dubna: Feniks+, 2005, 280 p.
14. Rozin V.M. *Vizual'naya kul'tura i vospriyatie. Kak chelovek vidit i ponimaet mir* [Visual culture and perception. How a person sees and understands the world]. Moscow: URSS, 2021, 304 p.
15. Utochkin I.S. *Priznaki, obekty i ansambli v zritel'nom vospriyatii i pamyati* [Signs, objects and ensembles in visual perception and memory]. Extended abstract of Doctor's thesis. Moscow, 2021, 62 p.
16. Shmelev A.G. *Vestnik Moskovskogo universiteta* [Bulletin of Moscow universitet]. 1990, vol. 4, no. 3, pp. 23-28.
17. Cheung M.-C., Law D., Yip J., Wong C.W.Y. Emotional Responses to Visual Art and Commercial Stimuli: Implications for Creativity and Aesthetics. *Frontiers in Psychology*, 2019, no. 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00014>
18. Fu K., Zhang Y., Lin X. The Automatic Evaluation of Regularity and Semantic Decodability in Wallpaper Decorative Patterns. *Perception*, 2019, vol. 48(8), pp. 731-745. <https://doi.org/10.7183/0002-7316.75.4.743>
19. Hagtvedt H., Hagtvedt R., Patrick V.M. The perception and evaluation of visual art. *Empirical studies of the arts*, 2008, vol. 26(2), pp. 197-218. <https://doi.org/10.2190/EM.26.2.d>
20. Utochkin I.S., Yurevich M.A. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 2016, vol. 42(7), pp. 995-1007. <https://doi.org/10.1037/xhp0000203>
21. Wang T., Zhou W. *Spatial perception and humanistic innovation in smart cities: A systematic review. Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 2019, 11587 LNCS, pp. 227-237.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Киселева Надежда Анатольевна, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии и сопровождения развития ребенка

Псковский государственный университет

площадь Ленина, 2, г. Псков, 180000, Российская Федерация
kiselevana@yandex.ru

Галяпина Виктория Николаевна, кандидат психологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Центра социокультурных исследований Департамента психологии Факультета социальных наук, доцент Департамента психологии Факультета социальных наук

Высшая школа экономики

ул. Мясницкая, 20, 101000, г. Москва, Российская Федерация
vgalyapina@hse.ru

DATA ABOUT AUTHORS

Nadezhda A. Kiseleva, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Psychology and Support of Child Development

Pskov State University

2, Lenin Square, Pskov, 180000, Russian Federation
kiselevana@yandex.ru

Viktoriya N. Galyapina, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Leading Researcher of the Center for Sociocultural Research of the Department of Psychology of the Faculty of Social Sciences, Associate Professor of the Department of Psychology of the Faculty of Social Sciences

High School of Economics

20, Myasnitckaya Str., 101000, Moscow, Russian Federation
vgalyapina@hse.ru